



[Carta do IBRI sobre a Crise Global](#)

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) divulga carta sobre a crise financeira internacional. A Carta do IBRI insere-se no papel da entidade de colaborar para o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro e aperfeiçoar a profissão de Relações com Investidores. O Instituto acredita na importância do RI agir de maneira pró-ativa em momentos de crise. A Carta do IBRI sobre a Crise Global foi divulgada inicialmente no Espaço IBRI, do jornal Valor Econômico, dia 17 de dezembro de 2008, na página C10.

Leia a carta na íntegra ou [clique aqui](#).

O Contexto desta Carta

Os últimos meses foram marcados pelo aprofundamento da crise financeira internacional. Originada no mercado norte-americano de crédito habitacional, a crise ampliou-se para outros mercados financeiros e outros países, contagiando a chamada economia real. Nós do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) acreditamos que essa situação tem

implicações extremamente importantes para a função de Relações com Investidores nas companhias de capital aberto, exigindo dos profissionais de RI respostas específicas e enérgicas.

O Mercado de Capitais no Brasil

Os padrões de regulação e auto-regulação aplicados ao sistema bancário e ao mercado de capitais no Brasil se situam, segundo avaliação unânime de especialistas e instituições internacionais, entre os melhores do mundo. Os critérios prudenciais quanto a riscos, alavancagem e transparência são mais exigentes do que aqueles que vigoram em vários mercados internacionais, inclusive em alguns maiores que o brasileiro. Além disso, o Brasil possui uma das mais avançadas sistemáticas de negociação de títulos e valores mobiliários, proporcionando segurança transacional aos investidores. As entidades do mercado de capitais brasileiro têm desenvolvido nos últimos anos grande esforço para propagar a cultura de investimento. O reflexo disso é percebido no amadurecimento dos investidores.

O IBRI

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) atua há 11 anos no desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro e entende que seu papel junto às empresas, demais entidades e órgãos do mercado de capitais tem sido e deverá permanecer de fundamental importância para a disseminação da cultura de investimento e da educação financeira do público investidor. A entidade tem enfatizado também a adoção das melhores práticas de Governança Corporativa pelas companhias. A contribuição do IBRI para a disseminação da cultura do mercado de capitais se dá com o apoio à formação e valorização do profissional de Relações com Investidores, com reflexos positivos para as companhias de capital aberto e para o público investidor. Como resultado e reconhecimento desse trabalho, o IBRI tem acompanhado a evolução no número de companhias de capital aberto e mais do que dobrou o número de associados desde 2005.

O Profissional de RI

O profissional de RI é o principal responsável por disseminar a cultura do mercado de capitais dentro das companhias e por adotar, no estabelecimento dos relacionamentos com os investidores, os princípios fundamentais definidos pelo IBRI em seu Código de Conduta: Transparência; Equidade; Franqueza e Independência; Integridade; e Responsabilidade.

O IBRI entende que é preciso criar e manter nas companhias a convicção de que a franqueza e a transparência são fatores fundamentais na construção e manutenção da imagem de solidez da companhia, de sua credibilidade e reputação empresarial. Assim, as companhias devem estabelecer políticas de divulgação amplas e consistentes, além de ter porta-vozes preparados para a comunicação integral.

Essa comunicação deve incluir não apenas aspectos positivos e favoráveis, mas também aqueles negativos ou desfavoráveis, desde que importantes para a decisão de investimento, sem omissões ou informações evasivas.

A Crise

Os princípios do Código de Ética, importantes em situações de normalidade, tornam-se fundamentais em situações como a da atual crise financeira internacional, quando respostas tempestivas são essenciais para a consolidação dos ativos intangíveis das companhias, como sua credibilidade, e a da área de Relações com Investidores. As companhias – principalmente as com ações nas mãos do público investidor – devem conquistar a confiança do investidor com responsabilidade e transparência com ênfase em seus processos de gestão e exposição a riscos. Nesse sentido, o IBRI apóia as recentes medidas da CVM (Comissão de Valores Mobiliários), que complementaram as obrigações das companhias na divulgação de operações com derivativos.

A informação precisa é o principal instrumento para o gerenciamento de crises e deve ser fornecida de forma organizada, consistente, contínua e proativa. Cabe ao diretor de RI e a sua equipe obter, com a necessária diligência, as informações internas relevantes e pertinentes e divulgá-las com presteza e eqüanimidade. Isso significa interagir e informar todas as partes interessadas e utilizar toda a gama de instrumentos atualmente à disposição: publicação de fatos relevantes e/ou comunicados; teleconferências; reuniões públicas ou reservadas, além das ferramentas eletrônicas disponíveis na Internet, como e-mails e chats, por exemplo.

As companhias de capital aberto devem aproveitar esse momento, de elevada volatilidade nos mercados de capitais internacionais, como uma oportunidade de avaliação e renovação do compromisso com os investidores e demais partes interessadas. Companhias que mantêm os canais de diálogo constantemente abertos, proporcionam informações amplas e transparentes e valorizam e fortalecem seus profissionais de RI terão, com certeza e em seu devido tempo, o reconhecimento e a valorização do mercado de capitais.

“O Estado da Arte das Relações com Investidores no Brasil” destaca a evolução do mercado de capitais brasileiro durante confraternização do IBRI

No dia 4 de dezembro de 2008, o IBRI promoveu o lançamento do livro “O Estado da Arte das Relações com Investidores no Brasil”. O evento aconteceu, às 19 horas, no Hotel Ceasar Business Paulista (SP). “O projeto do livro nasceu nas comemorações pelos 10 anos do IBRI. A idéia foi retratar a evolução das Relações com Investidores e mostrar que a função do profissional de RI está cada vez mais evidente”, destacou João Pinheiro Nogueira Batista, presidente do Conselho de Administração do Instituto.

Nogueira Batista agradeceu o forte apoio de quatro empresas que enxergaram o projeto como de grande relevância para o desenvolvimento dos profissionais de RI no Brasil. “Assim, agradecemos o Itaú BBA (representado por Marcia Leal, gerente de comunicação); BM&FBovespa (na figura de Carlos Kawall, diretor de Relações com Investidores); JPMorgan (Candice Teruskin, vice-presidente da América Latina) e PricewaterhouseCoopers”, completou.

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 traz as perspectivas para a profissão e o processo de comunicação com investidores e públicos estratégicos.

A obra é a terceira lançada pela atual gestão nos últimos 15 meses e está em linha com a missão do IBRI de contribuir para o desenvolvimento do profissional e da área de RI por meio da criação 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.

Jantar de Confraternização do IBRI

O Conselho de Administração e a Diretoria do Instituto uniram-se com os convidados para o Jantar de Confraternização do Instituto e assim celebrar a finalização de mais um ciclo. João Pinheiro Nogueira Batista deu boas-vindas aos novos conselheiros eleitos e agradeceu especialmente ao trabalho desenvolvido por Geraldo Travaglia, Arleu Anhalt, Sérgio Sayeg, Valter Faria e Gilberto Mifano.

Foram eleitos para integrar o Conselho de Administração do IBRI: Carlos Kawall da BM&FBovespa; Doris Wilhelm da Paranapanema S/A; João Pinheiro Nogueira Batista da Bertin S/A; José Roberto Pacheco da Odontoprev S/A; Julia Reid Ferretti do Banco Fibra S/A; Leonardo Dutra de Moraes Horta da Magazine Luiza S/A; Luiz Fernando Rolla da Cemig S/A; Milton Vargas do Bradesco S/A e Roberto Terziani da Oi-Telemar S/A; ao lado de conselheiros que não tinham mandato vencido como Líbano Barroso, da TAM S/A; Alfredo Egydio Setubal, do Banco Itaú Holding Financeira; Elizabeth Piovezan Beamor, da Souza Cruz; Fabio Schvartsman da Telemar Norte Leste; Gilson Rodrigues Bentes da Usiminas/Cosipa - Cia. Siderúrgica Paulista S/A; José Marcos Treiger da Multiner S/A; Luis Largman da Cyrela Brazil Realty S.A; Marco Geovanne Tobias da Silva do Banco do Brasil S/A; Paul Elie Altit da Odebrecht; Plínio do Amaral Pinheiro da Duratex S/A; Roberto da Cunha Castello Branco da Cia. Vale do Rio Doce; Wang Wei Chang da Perdigão; Welson Teixeira Júnior da Sadia; Wilson Ferreira Júnior da CPFL Energia e Wilson K. Amarante do Grupo Rede. Já Edgar Jabbour da Deloitte; Iran Siqueira Lima da FIPECAFI e José Fernando Monteiro Alves da Sadia atuarão no Conselho Fiscal até 2010.

Geraldo Soares, presidente executivo do Instituto, realizou apresentação e ressaltou os principais projetos da diretoria nos últimos 24 meses. “Gostaria de salientar algumas conquistas do Instituto nesse período como a criação das diretorias Nordeste e Sul, o fato do número de associados ter crescido 102%; a realização de 54 eventos; a elaboração de pesquisa com a Deloitte sobre os desafios do IFRS; realização de enquetes; a descentralização dos eventos fora de São Paulo; o relacionamento institucional com outras entidades, entre outros”, destacou. Antes de finalizar a apresentação o presidente executivo do IBRI adiantou os desafios do Instituto para o ano de 2009. “Ampliaremos o número de associados, o nosso site será reformulado e contará com informações exclusivas para os associados e também criaremos o selo de qualidade IBRI”, finalizou Geraldo Soares.

O jantar foi um oferecimento da Chorus Call do Brasil, da The MediaGroup e do Jornal Valor Econômico.

Agende-se: Março de 2009

O IBRI e a revista Executivos Financeiros preparam a segunda edição do “**Seminário TI e o Mercado de Capitais**”. O evento acontecerá na primeira quinzena de março de 2009, na FECOMERCIO, Rua Dr. Plínio Barreto, 285, São Paulo (SP) e abordará temas relacionados à implementação de sistemas de TI no mercado de capitais.

Agende-se!

IBRI agradece o apoio de seus patrocinadores anuais

O IBRI finaliza mais um ciclo de atividades e não teria alcançado suas metas se não tivesse a colaboração de empresas que confiaram no trabalho desenvolvido pelo Instituto. Agradecemos a todos os nossos parceiros que contribuíram para o desenvolvimento do Instituto ao longo de 2008, especialmente os seguintes colaboradores:

Banco do Brasil;

Banco Itaú;

Bradesco;

Brasil Telecom;

Braskem;

Cemig;

Comgás;

CPFL Energia;

Deloitte;

Itaúsa;

Nossa Caixa;

Petrobras

Redecard;

Souza Cruz;

Suzano;

TAM;

Unibanco;

Vale.

Agradecemos, também, o apoio de importantes parceiros do IBRI: Revista RI, parceira desde 1998; FIPECAFI (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras); PricewaterhouseCoopers, desde o ano 2000; The MediaGroup, desde 2001, o Jornal Valor Econômico, desde 2003 e Chorus Call, desde 2004 e PR Newswire desde 2007.

Em 2009 teremos novos desafios e esperamos continuar juntos na missão de contribuir para o amadurecimento das Relações com Investidores e o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro.

Silvio Guerra recebe o “Prêmio Minas Gerais de Desenvolvimento Econômico”

Silvio Guerra, diretor-gerente do IBRI Minas Gerais, foi agraciado com o “Prêmio Minas Gerais de Desenvolvimento Econômico”, na categoria Relações com Investidores. O diretor de RI da Localiza recebeu a medalha “Paulo Camilo de Oliveira Penna” como reconhecimento pelo trabalho desenvolvido durante o evento organizado pela revista MercadoComum e pela ASSEMG – Associação dos Economistas de Minas Gerais.

A premiação objetiva contribuir para o desenvolvimento do Estado de Minas Gerais e conseqüentemente do Brasil.

“Vídeo é a tendência do futuro para a divulgação de resultados”, diz Helio Garcia, presidente da PR Newswire no Brasil

A PR Newswire do Brasil (líder mundial na distribuição eletrônica e de notícias corporativas) oferece ferramentas tecnológicas para facilitar o relacionamento das companhias abertas com os investidores e seus públicos. A tecnologia da PR permite às empresas divulgar seus resultados e estratégias, imprimindo transparência às suas operações.

Acompanhe a entrevista com o presidente da PR Newswire no Brasil, Helio Garcia Junior.

IBRI NEWS: Qual é a principal mudança na divulgação de dados financeiros pelas companhias abertas nos últimos anos?

Helio Garcia: A PR Newswire possui ferramentas que ajudam as companhias abertas a fazerem suas divulgações, ou seja, oferecem amplitude. Cada companhia tem se esmerado em melhorar a forma de divulgação, inclusive na preparação dos balanços. Na parte de divulgação o que temos feito “tradicionalmente” é que quem mais utiliza dos nossos serviços são empresas que têm *ADR (recibos de depósitos norte-americanos)* e, principalmente, as que estão no Novo Mercado. A novidade que esse grupo tem é a utilização do vídeo como ferramenta de divulgação de dados financeiros. Essa é uma tendência que acaba economizando tempo e dinheiro. Para as empresas que não fazem nada disso e estão dentro do “velho mercado” a grande mudança seria a utilização do sistema *wire*, colocação das suas informações nos terminais financeiros e utilização de instrumentos de maior divulgação.

IBRI NEWS: Qual é o maior diferencial hoje dos departamentos de Relações com Investidores com relação à divulgação de resultados? E quais devem ser as premissas básicas?

Helio Garcia: Temos uma gama de serviços enorme. Vou falar dos principais que são o *wire* que é a divulgação de release e o *webcast*. A princípio colocamos nas fontes primárias - agências de notícias, *websites* informativos e os terminais financeiros. Então, quando o release nos é enviado colocamos no mundo todo e isso é realizado instantaneamente em 1,4 milhão de terminais financeiros.

O outro serviço é a divulgação via *webcast* em *real time*, levantamos o que está sendo divulgado em uma *conference call*, reunião APIMEC ou reunião com investidores e transmitimos via internet. Não basta só colocarmos na internet e fazer a transmissão. Avisamos ao mercado que haverá essa transmissão. Esse é o grande diferencial do nosso produto, colocamos nos 1,4 milhão de terminais e por duas vezes.

IBRI NEWS: Em quanto tempo um release que é divulgado está disponível para todas as praças?

Helio Garcia: Existem duas etapas quando divulgamos um release, a primeira é a leitura de todo o material, checamos se não há erros, se será preciso traduzir para outro idioma. Esse tempo de processamento do release varia de acordo com as línguas e tamanho do material. A divulgação no momento que atravessa o *crosswire* (como os americanos costuma dizer) é colocada de imediato, as máquinas distribuem com a maior abrangência possível e com simultaneidade. Esses são dois importantes fatores na divulgação de *wire*. A simultaneidade não dá a chance de uma pessoa ter a notícia antes da outra e talvez se beneficiar com isso.

IBRI NEWS: Como as companhias abertas podem estar certas de que suas informações financeiras geram mais interesse?

Helio Garcia: O que a companhia pode ter certeza é de que ela fez a divulgação correta, ou seja, colocou a informação em todos os locais importantes para que as pessoas consigam absorver a informação e isso abrange desde reguladores até as agências de notícias e os terminais financeiros. Agora se isso vai gerar interesse -ou não- dependerá da notícia e do interesse do momento.

IBRI NEWS: Qual será a tendência para a divulgação de resultados no futuro?

Helio Garcia: A maior tendência é o vídeo. Os jovens utilizam muito a internet e novas ferramentas como o youtube, por exemplo, mas a tendência do jovem operador é ler pouco, uma vez que há muita interatividade. Já existe no Brasil, mas é uma tendência na Europa das pessoas gravarem uma divulgação financeira em formato de vídeo. Essas são indexadas pelos assuntos e a pessoa pode ir diretamente ao tópico que mais lhe interessa. A interatividade com vídeo é cada vez maior, como vídeo e celular, vídeo e *website* e assim por diante. A PR já oferece esse produto e uma vantagem é a unidade nas respostas.

MBA IBRI / FIPECAFI lança a 10ª turma em nova sede

Estão abertas as inscrições para a 10ª turma do MBA Finanças, Comunicação e Relações com Investidores oferecido pelo IBRI e FIPECAFI (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras). As aulas terão início em março de 2009 na nova sede da Fundação, situada na Rua Maestro Cardim, 1.170, Bela Vista, próximo à estação Paraíso do Metrô, em São Paulo (SP). O curso possibilita aos profissionais uma visão global em business, o entendimento conceitual e operacional das diversas atividades relacionadas com o mercado financeiro e de capitais, mais especificamente relacionadas às atividades de RI. O MBA permite, também, a troca de experiências por meio de palestras com profissionais de destaque na comunidade financeira. Para mais informações [clique aqui](#).

IBRI na mídia

Matéria da Agência Estado ressalta a importância da profissão de RI na crise financeira internacional

A Agência Estado publicou, no dia 11 de dezembro de 2008, a matéria: “Crise ressalta importância da atividade de RI nas empresas”. A matéria traz entrevista com João Pinheiro Nogueira Batista, presidente do Conselho de Administração do IBRI.

Leia a matéria na íntegra a seguir.

Quinta-feira, 11 de dezembro de 2008

Crise ressalta importância da atividade de RI nas empresas

O agravamento da crise internacional e a baixa dos negócios jogou os holofotes sobre o profissional de RI

Luana Pavani – AE

Analistas e investidores têm questionado as companhias de capital aberto com maior frequência e grau de exigência sobre mudanças de estratégia e operações financeiras. Isso significa trabalho dobrado para o executivo de Relações com Investidores (RI). O agravamento da crise financeira internacional e a baixa dos negócios em mercado de capitais neste segundo semestre jogou os holofotes sobre o profissional de RI.

"A tarefa do RI está mais estimulante. A crise tem demonstrado ainda mais a importância desse profissional como elo de ligação com o mercado. É fácil falar em transparência, mas nem sempre o discurso se traduz na prática", diz João Pinheiro Nogueira Batista, CEO do Grupo Bertin desde julho e que antes atuou como co-presidente e diretor de Relações com Investidores da Suzano Petroquímica.

Para elevar o nível de transparência, as empresas procuram reforçar seus controles, com melhorias nas áreas de gestão de risco e de relações com investidores. "A crise deixou claro que as informações sobre operações financeiras não eram reportadas de maneira adequada", afirma o professor do MBA Finanças, Comunicação e Relações com Investidores da Fipecafi (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras), Sérgio Augusto Malacrida Júnior.

Nogueira, que também é presidente do conselho do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (Ibri), acredita que a movimentação no mercado de RI segue ritmo normal, "nada extraordinário", por conta da crise ou operações financeiras com derivativos - que fez com que a maioria dos RIs fosse ao mercado explicar se fazia hedge alavancado ou não.

Entretanto, neste segundo semestre o vaivém de profissionais tem sido intenso. Um levantamento feito pela Agência Estado com base nas notícias sobre a movimentação de RIs no canal AE Gestão & Carreiras aponta mais que o dobro de matérias relacionadas a nomeações ou substituições desses profissionais na segunda metade do ano em relação aos primeiros seis meses. O entra e sai no departamento está relacionado não apenas a contratações, fusões de empresas e promoções. Há casos de executivos de relacionamento com o mercado que se tornaram presidentes de empresas. Além de Nogueira, do Bertin, Vitor Mallmann, ex-DRI da Unipar assumiu a presidência da petroquímica Quattor.

Junto ou separado?

Na opinião do diretor de economia da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (Anefac), Andrew Frank Storfer, a crise intensificou a necessidade de reforçar o corpo de RI. Se antes era um único executivo para atender à demanda dos acionistas, hoje há maior formalização da atividade, com equipe, cargo de diretoria e em alguns casos autonomia em relação ao financeiro. "Não dá para uma pessoa só fazer a revisão dos planos de investimento por conta da crise e, ao mesmo tempo, atender aos questionamentos dos acionistas", diz Storfer.

Se o profissional atende melhor ao acionista sendo independente ou acumulando o cargo de RI com o Financeiro, é uma polêmica. Para a sócia da empresa de recolocação executiva Fesa, Patrícia Gibin, o RI é um profissional chave em momentos turbulentos, e deve estar muito bem preparado para saber o que e como será dito para acalmar os investidores. Por isso, conta pontos se o líder da área for o vice-presidente financeiro ou até mesmo o presidente da empresa.

Já o diretor de Relações Institucionais da construtora Brascan Residential Properties, Luiz Rogélio Tolosa, defende a separação das atividades. "A demanda é enorme para o RI. Ter a função separada agrega valor para o acionista, principalmente agora que a tarefa financeira está sobrecarregada", diz ele, que era diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Company, e depois da incorporação pela Brascan, anunciada em setembro, passou a diretor

de Relações Institucionais, função que engloba RI.

Independentemente do organograma, fato é que a importância hierárquica do RI nas empresas cresceu. De acordo com a mais recente pesquisa do Ibri sobre o perfil do profissional de RI, com dados de 2006, 15% desses profissionais se reportam diretamente ao presidente - índice que era de 10% em 2003. Quanto ao quadro de RI, em 2003, não havia registro de equipes de RI com mais de 10 pessoas, tendo no máximo seis, ao passo que na pesquisa de 2006, 5% das empresas já contavam com uma dezena de RIs.

Folha de São trata da transparência nas empresas

No dia 14 de dezembro de 2008, o jornal Folha de S.Paulo publicou matéria sobre a transparência nas companhias abertas. A matéria traz entrevista com Geraldo Soares, presidente executivo do IBRI.

Leia a matéria na íntegra a seguir ou [Clique Aqui](#).

Para analistas, falta transparência às empresas abertas

Maioria dos processos julgados na CVM em 2008 está ligada a falhas na comunicação das companhias com o mercado.

Nem metade das empresas listadas na Bovespa revela alto grau de transparência, dizem especialistas; até as mais líquidas têm falhas.

DA REDAÇÃO

A falta de transparência nas relações com o mercado é a causa número um de processos julgados na CVM (Comissão de Valores Mobiliários) contra empresas, investidores e fundos neste ano, revela levantamento realizado pela Folha sobre dados da entidade.

De janeiro até o fim de novembro, foram julgados 32 processos sancionadores no órgão, dos quais 20 versam sobre erros e atrasos na elaboração de demonstrações financeiras, não-convocação de assembleias, sonegação de informações solicitadas por investidores ou não-notificação de negociações relativas a grandes lotes de ações (acima de 5% dos papéis em circulação).

A questão da transparência com o mercado ganhou peso recentemente na decisão de analistas de investimento depois das perdas bilionárias de empresas como a Aracruz em operações desconhecidas com derivativos cambiais -que renderam prejuízo de US\$ 2,1 bilhões a uma companhia tida por referência em governança.

E os esqueletos nos armários podem ser maiores nas empresas cujas práticas estão longe de serem exemplares. Para analistas, nem metade das empresas listadas na Bovespa se comunica bem com o mercado.

"Das 440 empresas [listadas] em Bolsa no Brasil, só cerca de 200 podem ser chamadas de companhias abertas de verdade e têm boas políticas de transparência", avalia a recém-eleita presidente da Apimec Nacional (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais), Lucy Sousa.

"Eu diria que cem companhias estão no nível mundial, com excelente qualidade e transparência nas informações", completa o presidente do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), Geraldo Soares, no que concorda Marina Mitiyo Yamamoto, coordenadora do MBA em RI (Relações com Investidores) da FIPECAFI (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras).

"As empresas cumprem os requisitos mínimos exigidos pela CVM, mas não detalham suas operações ou a remuneração de seus executivos. A linguagem usada na comunicação com investidores também costuma ser muito hermética", critica Sousa.

Na prática, isso significa a criação de barreiras adicionais para o pequeno investidor, já normalmente confuso a respeito da entrada na Bolsa.

"O investidor precisa entender que a transparência minimiza riscos", afirma Soares, que também é superintendente de RI do Itaú. "Antes de comprar, o investidor deve falar com o analista de investimento e tentar contato com o departamento de RI da empresa, por e-mail ou telefone."

Teste

Se for seguir a recomendação do presidente do IBRI, o pequeno investidor deverá optar pelo canal mais tradicional de contato: o telefone.

Teste realizado pela Folha com as cinco companhias mais líquidas do pregão da Bovespa no dia 19 de novembro revelou problemas no atendimento eletrônico. Foram enviados e-mails ao departamento de RI (conforme indicação do próprio site das companhias) de Petrobras, Vale, Itaú, Bradesco e BM&FBovespa.

As perguntas misturavam dúvidas típicas de pequenos investidores -como se a empresa oferecia ações ON e PN e qual era a diferença entre elas- e questões mais avançadas, sobre balanços trimestrais e efeitos da crise global. Também foram feitas questões que a rigor não poderiam ser respondidas, como qual seria o preço justo e os múltiplos preço/lucro dos papéis -informações prestadas por analistas de corretoras, mas vedadas às próprias empresas, que não podem induzir compras.

Das cinco contatadas, apenas a Petrobras ofereceu resposta personalizada por e-mail -no mesmo dia do envio das dúvidas. Vale e Itaú enviaram respostas parciais, indicando seus sites para obter mais informações e o contato com corretoras para dúvidas a respeito de negociação de papéis.

Os departamentos de RI de Bradesco e BM&FBovespa não responderam ao e-mail.

Procurada, a BM&FBovespa afirmou que não registrou o recebimento da mensagem eletrônica no dia 19 de novembro, às 15h20, por razão desconhecida. Disse que recebe em torno de 450 mensagens eletrônicas por mês, que são respondidas em até dois dias úteis.

O Bradesco também afirmou não acusar "durante o período de 18/11 a 22/11 o recebimento da mensagem [enviada pela Folha]" e disse possuir "uma equipe capacitada e orientada a atender prontamente a demanda dos investidores".

No contato telefônico, contudo, o resultado foi muito diferente. Funcionários de Bradesco e BM&FBovespa atenderam prontamente à chamada nos números indicados nos sites.

Responderam a todas as questões formuladas sem, contudo, tentar induzir compras. Vale, Itaú e Petrobras também forneceram atendimentos eficientes por telefone.

Mão-de-obra

Se a relação das empresas "já começa mal", nas palavras de Lucy Sousa, por causa da complexidade dos prospectos de abertura de capital, "elaborados em juridiquês", a carência de mão-de-obra qualificada agrava o cenário.

"A onda de IPOs em 2006 e 2007 fez com que muitas empresas abrissem capital antes de terem áreas de comunicação com o mercado bem estruturadas. Isso contribuiu para a falta de transparência", diz a nova presidente da Apimec.

De modo geral, prevalece nas empresas a filosofia de aproveitamento do pessoal da área financeira ou jurídica para formar os departamentos de RI, nem sempre com o devido preparo para comunicar de forma acessível os resultados das empresas, avalia Yamamoto, coordenadora do MBA da FIPECAFI. (Renato Essenfelder)

Congratulação da 5ª e 6ª Turma do MBA Finanças, Comunicação e Relações com Investidores

No dia 2 de dezembro de 2008, os alunos da 5ª e 6ª turma do MBA Finanças, Comunicação e Relações com Investidores – parceria do IBRI e FIPECAFI – reuniram-se no salão do FEA 3 (USP – São Paulo) para a congratulação de suas turmas. O professor Iran Siqueira Lima, presidente da FIPECAFI (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras); Marina Yamamoto, coordenadora do curso; e os professores do curso Simão Davi Silber e César Augusto Malacrida Junior participaram da cerimônia ao lado de Regina Longo Sanchez, diretora de Desenvolvimento Profissional do IBRI.

Em seu discurso, Iran Siqueira Lima, presidente da FIPECAFI, agradeceu a presença de Salim Ali, Superintendente do Instituto e Natasha Nakagawa, Vice-Presidente da comissão de Desenvolvimento Profissional do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores). “É uma satisfação estar nessa formatura de um curso planejado com o IBRI, uma parceria que é conveniente para as duas entidades e que objetiva sempre atualizar seu conteúdo programático”, ressaltou Iran Siqueira Lima.

“Espero que todos vocês carreguem essa paixão pelas Relações com Investidores que eu tenho”, desejou Regina Sanchez. A executiva lembrou que o nome da instituição e a qualidade do curso são fatores decisivos na hora da escolha por um MBA. “É uma formação muito sólida, o programa do curso é um sonho para todos os profissionais que desejam atuar na área”, finalizou Regina Sanchez.

Os alunos Geraldo Magella e Meire Fidelis foram os oradores da 5ª e 6ª turma, respectivamente. Simão Davi Silber e César Augusto Malacrida Junior foram os professores

homenageados e Eduardo Costa da Silva e Paulo Roberto Scheid receberam mérito excepcional por seus trabalhos. “A importância do profissional de Relações com Investidores é fundamental para que ele possa representar a empresa no mercado, por isso o treinamento adequado é cada vez mais necessário. Os investidores querem uma resposta rápida, correta e clara. E é isso que o IBRI e a FIPECAFI quiseram transmitir a vocês”, enfatizou Iran Siqueira Lima antes de encerrar a cerimônia.

APIMEC Nacional e São Paulo elegem seus presidentes

A APIMEC Nacional (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais) tem a primeira mulher exercendo o cargo de presidente. Lucy Sousa, eleita no dia 28 de novembro de 2008, liderou a chapa "Governança", ao lado de Adonis Assumpção Pereira Junior, como vice-presidente. "Queremos que as Regionais participem ativamente de nosso planejamento de decisões e **ações**", declarou Lucy Sousa.

Entre as propostas feitas pela chapa está a modernização do IBCPI (Instituto Brasileiro de Certificação dos Profissionais de Investimento), a atração de mais associados para a APIMEC e uma maior presença nos meios de comunicação com posicionamentos que interessam diretamente aos seus integrantes.

A chapa “Valorização Profissional” foi a vencedora na eleição da APIMEC SP para o biênio de 2009/2010. Formada por Reginaldo Ferreira Alexandre e Ricardo Tadeu Martins, vice-presidente. A chapa vencedora tem como propostas fortalecer ainda mais a APIMEC São Paulo, para estar em linha com as constantes evoluções do mercado e ser referência de consulta e opinião. “Entendemos a APIMEC São Paulo como veículo legítimo de representação e como entidade capaz de proporcionar meios adequados para a valorização e desenvolvimento profissional do analista”, afirma Reginaldo Alexandre, novo presidente da APIMEC SP.

Mensagem de Natal

O IBRI deseja a todos seus associados e parceiros Boas Festas! Que o Natal e o Ano Novo sejam momentos de preparação para vivermos, juntos, as realizações no próximo ano.