

O profissional de Relações com Investidores

Artigo publicado no lançamento da [Revista Tríade do Mercado](#) em 28 de outubro de 2003 (maiores detalhes ao final do artigo)

Geraldo Soares e Lúcio Marques(*)

Os governos precisam de recursos do público para poder investir. Para isso cobram impostos (velhos conhecidos dos brasileiros, em particular) ou “vendem” suas dívidas por meio da emissão de títulos públicos que as representem. As empresas necessitam analogamente de seus acionistas para poderem se capitalizar, investir em novas plantas e aumentar a linha de produção. Ambos buscam um sócio. Esse sócio é você, o Investidor.

Todo investidor, seja de qual “tamanho” ele for, tem hoje um vasto leque de opções e vários caminhos para tomar sua decisão de investimento, que dependem de seu perfil, ora arrojado, ora conservador, e das condições gerais que o mercado lhe oferece. O pequeno investidor acessando um *home broker* (corretora via Internet) a partir de Salesópolis, bucólica cidade do interior de São Paulo às margens da nascente do rio Tietê, não difere muito, em seu ponto de partida, do gestor de investimentos de um grande fundo de pensão multipatrocinado baseado em Londres. Ambos necessitam de uma ferramenta básica: informação. Ambos buscam fundamentos para escolher e decidir qual o canal adequado para alocar seus recursos, visando, sempre, obter o melhor retorno, porém ciente dos riscos inerentes a qualquer investimento.

Se você se identificou com nosso investidor de Salesópolis, a primeira medida a tomar é procurar uma instituição (ex. corretora, banco de investimentos,...) que tenha uma equipe de analistas de investimentos. Esses profissionais poderão orientá-lo para opções compatíveis com o seu perfil, indicando quais são os melhores setores, as melhores empresas e as oportunidades de investimentos, pois analisam profundamente as perspectivas e estratégias de cada empresa e também os fundamentos macroeconômicos gerais.

Identificado o perfil, o investidor, com base nos fundamentos apresentados pelo analista de investimento, poderá decidir com mais segurança em qual(is) empresa(s) irá investir seu capital.

O segundo momento antes e durante a realização do investimento é manter contato com um profissional da organização escolhida para discutir, analisar e elucidar questões inerentes ao negócio do qual você passará a ser parte interessada. Esse profissional, que será o elo entre você e a empresa, é justamente aquele que intitula este artigo, é o chamado “Relações com Investidores”, ou simplesmente o RI da empresa. Assim, cabe ao RI esclarecer todas as suas dúvidas sobre a empresa e o mercado de capitais, tanto as questões mais “simples”, como a política corporativa de remuneração ao acionista, como aquelas mais técnicas – dúvidas contábeis como a forma de contabilização do ágio de aquisições ou a responsabilidade social da corporação, por exemplo.

Bom, está claro que ser RI não é tarefa fácil. Saber esclarecer sobre assuntos tão díspares como os citados acima requer conhecimento, versatilidade e dedicação. E isso se torna ainda mais desafiador quando lembramos que, além do nosso pequeno investidor individual em Salesópolis ou do grande investidor institucional em Londres, cabe ao RI atender um público muito maior, composto principalmente por:

- Acionistas
- Analistas de Investimentos
- Analistas de Crédito
- Investidores

- Jornalistas da área econômica
- Público Acadêmico em geral

Para todos estes públicos, o RI deve esclarecer demandas específicas e diversificadas. Evidentemente, não podemos falar com nosso amigo em Salesópolis da mesma forma que atendemos o gestor do fundo de pensão londrino. Nenhum dos dois ficaria contente se obtivessem o mesmo tratamento, seja para um lado ou para o outro, e com razão. Ambos procuram informações em níveis de complexidade diferentes, pois ambos têm necessidades diferentes.

Tudo isso nos leva à segunda grande questão deste artigo (a primeira, a definição do profissional do título, esperamos ter respondido): **como o profissional de RI deve agir para atender estes públicos tão diferentes, que têm dúvidas diferentes, com graus de complexidade diferentes, com idiomas diferentes, enfim, muitas vezes, não guardando (aparentemente) nenhum traço de similaridade entre si?**

Conhecimento e Habilidades Específicas

Não, o profissional de RI não precisa ser um super-herói capaz de discorrer sem pestanejar sobre arte bizantina, literatura russa e física quântica. Porém, para dar transparência e qualidade às informações, o RI tem a obrigação de ser um profundo conhecedor da sua empresa, do segmento de atuação (em nível internacional!), dominando técnicas de contabilidade, marketing, finanças e comunicação.

Atualmente, nas grandes companhias abertas brasileiras verifica-se que os gerentes de RI são, em geral, profissionais com 10 anos de casa em média, oriundos de áreas técnicas mais abrangentes, como Controladoria, por exemplo. Em outras palavras, áreas que forneçam a esse profissional uma visão abrangente da empresa, proporcionando-lhe o arcabouço necessário para que possa cumprir sua função.

Essa necessidade de preparação de um profissional multifuncional levou o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI) a firmar parceria com a Fipecafi, fundação vinculada à Universidade de São Paulo, com mais de 30 anos de atuação em pesquisas e ensino avançado, para a realização do único curso MBA da América Latina especializado na formação de profissionais de Relações com Investidores. Este curso já conta com cerca de 70 profissionais, entre graduandos e já formados.

Transparência

Este conceito é uma resposta direta à pergunta colocada acima. Da mesma maneira que o investidor de Salesópolis e o “*asset manager*” de Londres têm um traço comum – a busca pela informação -, o RI tem um fundamento bastante sólido para prestar essa informação aos dois, que é a transparência.

Ser transparente significa ser acessível, democrático e tempestivo com todos os interessados em uma determinada organização. Ou seja, não basta o RI ter os requisitos necessários, ele tem que incutir na empresa uma cultura de ir ao mercado, de buscar inovações, de “sentir” as demandas desse mercado e fornecer, de maneira ágil, equânime e abrangente, as informações solicitadas.

Para isso, o profissional de RI conta com diversos meios de comunicação. Um dos principais, pela sua natureza democrática e acessível, é o *site* de relações com investidores. As companhias abertas brasileiras investiram muito nos últimos anos em seus sites de RI. Já existem algumas premiações específicas no Brasil e no exterior para essa categoria relativamente nova, e as empresas se esforçam ao máximo para oferecerem a vanguarda na prestação de informações ao mercado. O Brasil possui hoje um nível de *disclosure* em *sites* de RI comparável ao das grandes corporações do mercado de capitais norte-americano, o mais desenvolvido do mundo.

Ética

Este é outro ponto comum na prestação de informações pelo RI aos seus diversos (e distintos) públicos-alvo. Não pode haver favorecimento de um grupo em detrimento de outro. Todo investidor, seja ele de qual tamanho for, esteja ele onde estiver (Salesópolis ou Londres), tem direito à mesma informação, da forma que ele quiser.

Ou seja, a natureza da informação com a qual trabalha o RI é de ordem pública. Mesmo que o investidor em Salesópolis não queira saber a quantas anda a depreciação acumulada do ativo fixo de nossa empresa, ele tem que poder acessar essa informação, da mesma forma que nosso *asset manager* britânico pode.

Das respostas acima depreende-se o motivo fundamental do trabalho desenvolvido pelo RI, qual seja, a geração contínua e consistente de valor para os acionistas, bem como a redução do custo de capital para a empresa. Quanto mais transparente e ética é uma organização, maior é a possibilidade de quantificar o seu risco e, portanto, maior a possibilidade de a precificação de suas ações estar refletindo corretamente seu valor intrínseco. Esta nova função, conhecida apenas nos últimos 10 anos no Brasil, tem crescido de importância.

Com a profissionalização do mercado e a internacionalização de nossas companhias, a tendência é o crescimento e expansão da atividade de RI, pois esta é hoje não só estratégica como absolutamente indispensável. Basta lembrar que até cinco ou seis anos atrás pouco se falava sobre relações com investidores. À exceção das reuniões nas Apimec's, nas quais a presença do profissional de RI era obrigatória, muito pouco se comentava. Nos últimos anos, entretanto, a atividade tornou-se imperativa às empresas de capital aberto que querem se manter competitivas no cenário nacional e internacional.

O RI como agente disseminador da cultura de Mercado no Brasil

No contexto brasileiro no qual verificamos a necessidade premente de desenvolvimento do mercado de capitais como fonte de investimentos produtivos na economia, e sob um ambiente sócio-político favorável a esta ótica, existe a convicção de que o profissional de RI será cada vez mais instado a exercer seu papel fomentador e disseminador da cultura do mercado de capitais.

Afinal, como vimos, o RI é o elo entre o Mercado e a Empresa, entre a fonte de recursos e seu captador. Assim, sua atuação é fortemente impactada pela situação sócio-econômica do país em geral e, especificamente, pelo grau do desenvolvimento do mercado de capitais na qual ela se insere. Uma das condições de trabalho necessárias ao RI é que esse mercado de capitais seja o mais eficiente possível, proporcionando segurança e transparência a todos os seus participantes.

O RI tem, a nosso ver, a obrigação de contribuir para a disseminação da cultura de mercado de capitais no Brasil. Em primeiro lugar pela própria essência de sua atividade. Mas ele também deve utilizar-se dos canais da sociedade civil, desde os já citados IBRI e APIMEC, passando pelo exemplo de ampliação da BOVESPA e pela criação do Instituto Nacional de Investidores – INI, até novas parcerias, como esta nossa nascente Revista Tríade.

Esperamos com este trabalho ter contribuído para esclarecer quem é o RI, suas funções e escopo básico, bem como sua importância no cenário atual brasileiro. Aplaudimos a APIMEC-MG, o IBMEC-MG e a PUC-MG. Iniciativas como esta agregam valor não só à nossa atividade, mas contribuem para o desenvolvimento de um mercado de capitais forte que pode (e deve) alavancar o desenvolvimento de nosso país. Mais do que isso, agrega valor à participação nesse mercado de vocês, Investidores. Estejam

vocês olhando agora para os pescadores na nascente do Tietê ou para os barcos de passeio às margens do Tamisa.

(*) Geraldo Soares é Coordenador do Núcleo de Desenvolvimento do Setor Bancário do Projeto Tríade do Mercado e Superintendente de Relações com Investidores do Banco Itaú Holding Financeira S.A. Geraldo é também Vice Presidente do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores, Membro do Conselho de Administração do Instituto Nacional de Investidores e foi eleito o melhor Profissional de Relações com Investidores pela Apimec Nacional em 2001.

Lucio Marques é Colaborador do Núcleo de Desenvolvimento do Setor Bancário do Tríade e é MBA em Finanças, Comunicação e Relações com Investidores pela Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI), da Faculdade de Economia e Administração (FEA) da USP. Lúcio é Analista de Relações com Investidores do Banco Itaú Holding Financeira S.A.

Todos os direitos são reservados aos autores, responsáveis pelo presente texto

**PALESTRA
MERCADO
DE CAPITAIS**
28 DE OUTUBRO - 19H - SALA MULTIMEIOS - PRÉDIO 14 - ICEG

PROGRAMAÇÃO

19H
:: ABERTURA E LANÇAMENTO OFICIAL DA REVISTA VIRTUAL,
APRESENTADA PELA DIRETORIA DA APIMEC-MG

19H15
:: PALESTRA - DR. JOÃO CARLOS DE MAGALHÃES LANZA
TEMA: "O MERCADO DE CAPITAIS"

20H15
:: PALESTRA - DR. GERALDO SOARES
TEMA: "PROFISSIONAIS DO MERCADO DE CAPITAIS"

21H15
:: DEBATE

22H00
:: ENCERRAMENTO

LANÇAMENTO

:: LANÇAMENTO OFICIAL DA REVISTA VIRTUAL DA APIMEC
PARTE INTEGRANTE DO SITE TRÍADE DE MERCADO (PUC MINAS/IBMEC/APIMEC)

 