

“Dicas” para o investidor minoritário

(*) Natasha Namie Nakagawa

Com o recente “boom” de novas companhias preparando-se para entrar no mercado de capitais, além da crescente sofisticação das que já estão listadas, o investidor é o verdadeiro ganhador deste processo. As empresas têm que competir por sua atenção e fidelidade.

A área de Relações com Investidores é a responsável por canalizar demandas, dúvidas e necessidades específicas de acionistas, analistas e investidores.

Atualmente, a maioria das empresas que possui capital aberto exhibe em sua página da internet um *link* onde o acionista pode esclarecer dúvidas e também acionar a equipe de RI (Relações com Investidores).

O contato com a equipe de RI pode servir para aumentar o conhecimento do investidor sobre a indústria, a empresa, tendências do setor, e também, aferir o grau de compromisso desta companhia com seu público investidor.

O investidor deve participar das Assembléias Gerais Ordinárias, onde são aprovadas as demonstrações financeiras da companhia e discutidos assuntos de relevância para o acionista. O investidor brasileiro ainda não tem o costume de participar deste tipo de reunião, que é bastante freqüentado por minoritários nos EUA. É importante acompanhar o calendário de eventos da companhia, freqüentando as reuniões públicas, ou, se não for possível, acompanhando pela internet. É uso cada vez mais freqüente pelas empresas o emprego de reuniões virtuais e conferências telefônicas, o que facilita bastante o acesso do pequeno investidor às informações da empresa.

Existem muitas ferramentas ao alcance do investidor minoritário. E-mail e telefone são os mais acessíveis. O RI também pode encaminhar o acionista para pessoas de outras áreas da empresa, que podem dar uma visão mais específica sobre determinado assunto. Visitas à fábrica, conhecimento dos produtos, leitura da revista institucional, participação em reuniões abertas aos analistas, navegação pelo site, acompanhamento dos *conference calls*. A área de RI oferece muita informação e deve ser utilizada para entender melhor a empresa, o negócio e sua filosofia.

O RI deve ser o “ombudsman” do investidor dentro da companhia. Portanto, reclamações, insatisfações e dúvidas devem ser encaminhadas a esta área. Dessa forma, a comunicação e o entendimento tendem a ser mais abertos, transparentes e fluidos.

(*Natasha Namie Nakagawa é Diretora de Desenvolvimento Profissional do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e RI da VCP - Votorantim Celulose e Papel