

# Guia rápido

## Metas e Avaliação de Desempenho do Programa de RI

Quando se discutem metas e avaliação de um Programa de RI de uma empresa, o processo sempre é parametrizado pelas características de sua cultura, mercado, planejamento estratégico, entre outros. As formas de avaliação são inúmeras e variam na percepção de cada gestor, de cada empresa e do objetivo da área de RI naquele momento.

O Programa de RI se mostra mais eficaz quando há estreitamento entre o valor percebido da empresa, por investidores e analistas, e seu valor intrínseco, considerado pelos administradores como sendo o preço “justo”. Um Programa de RI objetiva reduzir os descontos aplicados pelo mercado por conta da redução de incertezas, resultando na diminuição do *gap* entre valor “justo” da empresa e seu valor percebido pelo mercado.

A função da área de RI envolve basicamente capital humano - sua inteligência, habilidade e dedicação. O julgamento sobre o sucesso de uma área de RI consiste na avaliação desses elementos e seu desenvolvimento.

As metas do Programa de RI devem variar periodicamente, dependendo da estratégia da Companhia e do momento. Em uma primeira etapa, empresas iniciantes no mercado têm como objetivos primários assuntos de âmbito interno, como aculturação da organização para a nova realidade de empresa listada, a adequação do sistema de informações e gestão de conhecimento, treinamento dos profissionais envolvidos e o planejamento do sistema de informações públicas da companhia. Nesse estágio inicial, a companhia deve se focar no incremento da cobertura por parte de analistas, que ajudarão a capilarizar sua base de acionistas, e no desenvolvimento da mensagem corporativa, linha mestre de todas as atividades de comunicação. Com o amadurecimento da relação entre companhia e mercado, o foco desloca-se para atividades externas como o *targeting*, o aumento da previsibilidade, resultando em menor volatilidade, a adequação, ajuste e refino da mensagem.

Como forma de mensurar efetivamente um Programa de RI, pode-se dividir sua avaliação em quantitativa, qualitativa e mercado:

Metas Qualitativas: Compreensão sobre a companhia, percepção sobre a estratégia, efetividade das práticas de governança corporativa, qualidade de atendimento e transparência da equipe de RI, *post conference analysis*, avaliação em reuniões Apimec, entre outros.

Metas Quantitativas: Número de analistas cobrindo a Companhia ou número de coberturas em relação aos pares; aumento da base acionária; aumento do volume médio negociado ou número de ações negociadas; aumento da liquidez dos papéis; melhor distribuição do mix de investidores; audiência da teleconferência; audiência da reunião pública com analistas; número de visitas e atendimentos a investidores (*buy side e sell side*); diversidade de investidores atendidos (*pessoas físicas, hedge funds, long term investors*); cumprimento dos

prazos (relatório anual, CRM, divulgações de resultados, ITRs, formulários de referência, site de RI), número de participações em conferências, entre outros.

Mercado: Volatilidade e previsibilidade do preço das ações, múltiplos de mercado, comparação com o desempenho de *peers*, maior facilidade em obter crédito ou redução do custo de captação, entre outros.

Importante ressaltar a existência de fatores subjetivos na avaliação de um Programa de RI. Pode-se, por exemplo, considerar que um Programa de RI tenha atingido seu objetivo quando consegue obter êxito na comunicação da história de sua companhia de uma maneira clara e transparente, ampliando sua cobertura por investidores e analistas. Isto pode ser medido por meio de pesquisas e análises de percepção, aferindo-se a opinião e entendimento dos pesquisados sobre a companhia por parte de todos os segmentos da comunidade investidora. Pode, também, ser verificada a maior ou menor facilidade com que a companhia se relaciona com os mercados de capitais, desde bancos comerciais até o mercado acionário, o que pode ser mensurado pelo volume de linhas de crédito ou percepção das análises de *rating*.

O principal papel de um Programa de RI é fazer com que o risco percebido do mercado seja o menor possível; ter uma comunicação assertiva - o que implica em fazer com que a mensagem de investimento da Companhia seja percebida por todos de forma igual; e administrar a base acionária de acordo com critérios estabelecidos de geração de valor e/ou liquidez.

**Alerta**: As informações contidas neste Guia Rápido consistem em orientações de cunho geral sobre as práticas que o IBRI entende, no momento em que inicialmente elaboradas, tendentes ao cumprimento das obrigações legais e regulatórias aplicáveis. Este documento não pretende esgotar e não substitui a necessidade dos profissionais e sociedades obterem aconselhamento especializado diante das situações concretas em que se encontrarem incursas.