

ESPAÇO IBRI

Guidance e Criação de Valor

(*) Luiz Henrique Valverde

O estabelecimento de uma comunicação eficiente com o mercado de capitais em relação ao desempenho futuro das companhias abertas é um dos temas vitais para os profissionais de Relações com Investidores (RI).

As áreas de RI, freqüentemente pressionadas por solicitações de analistas e investidores, e tendo como pano de fundo a própria competição entre as empresas, têm sido desafiadas a encontrar a melhor forma de orientar o mercado em suas projeções de lucros e resultados. É o chamado *guidance*.

Cabe entender melhor o que é o *guidance*. Para tanto, vamos utilizar como referência o mercado de capitais dos Estados Unidos. Naquele país, esse termo nos remete à prática de fornecer projeções de lucro por ação (LPA) em bases predominantemente trimestrais. Essa prática iniciou-se na segunda metade da década de 90, quando o congresso norte-americano permitiu que as empresas fornecessem projeções de resultados isentando-as de responsabilidade, caso as projeções não se materializassem (*Safe Harbor for Forward Looking Statements*, conforme legislação da *Securities Exchange Commission* – SEC, introduzida em 1995). Desde então, houve crescimento no número de empresas fornecedoras de projeções de LPA, que, no entanto, atingiu estabilidade desde o ano 2001. Mais recentemente, observa-se que as empresas que disponibilizam *guidance* em bases anuais têm aumentado enquanto que a prática do *guidance* trimestral tem sido reduzida.

É importante observar que a motivação das empresas para a prática do *guidance* é a expectativa de que, por meio da sua aplicação, serão obtidas uma redução da volatilidade no preço das ações e uma melhor valorização da companhia. Na prática, esses efeitos não se confirmam como resultado do esforço de *guidance* e parecem estar muito mais relacionados com o desempenho das companhias e do setor em que elas atuam.

Não obstante esse fato, acreditamos que é fundamental fornecermos algum tipo de *guidance* para o mercado, não necessariamente o lucro por ação. Entendemos que o que realmente faz a diferença é a discussão sobre os fundamentos dos negócios das empresas e a identificação dos reais vetores de criação de valor das companhias. Além disso, é importante conhecer as estratégias de cada companhia e entender quais são os seus objetivos de longo prazo. Atuando dessa forma, o profissional de RI estará conduzindo a discussão para o que realmente tem potencial para criação de valor no longo prazo, além de qualificar a comunicação com os analistas e investidores que, por sua vez, estarão mais bem preparados para projetar o desempenho econômico-financeiro e concluir sobre o valor das companhias.

Atento à relevância desse tema, o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores – IBRI, por meio da sua diretoria São Paulo, realizou recentemente uma pesquisa no mercado brasileiro com o objetivo de acessar os procedimentos empresariais. As análises preliminares nos levam a uma visão muito positiva em relação a essas práticas, as quais se mostraram alinhadas com o conceito de orientar o mercado de capitais para o entendimento dos reais direcionadores de criação de valor das empresas. Estaremos divulgando o resultado dessa pesquisa por meio de um seminário específico sobre o tema no próximo dia 4 de abril a partir das 14 horas no auditório da Bovespa. Em breve serão divulgadas mais informações pelo *site* do IBRI – www.ibri.com.br.

(*) Luiz Henrique Valverde é vice-presidente do IBRI – SP (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores).

Sede do IBRI
Rua Boa Vista, 254 – 3º andar – São Paulo/SP – Cep: 01014-000
Sala 311 – Fone (11) 3106-1836
E-mail: ibri@ibri.com.br
www.ibri.com.br