

ESPAÇO IBRI

E o mundo dos RI também ficou plano

(*) BRUNO FUSARO

Em 2005 Thomas Friedman, ganhador de três Prêmios Pulitzer, lançou o *best-seller* "O Mundo é Plano". Nesse livro, ele conceitua e demonstra aos leitores a verdadeira revolução que o mundo hoje atravessa. Mostra de forma transparente que eventos de caráter político, de inovação e empresarial levaram a uma convergência de forças que achataram o mundo. Trata-se do fenômeno da globalização empresarial e também do movimento de capitais sem fronteiras.

Como profissionais de Relações com Investidores (RI), não podemos deixar de traçar um paralelo entre esse movimento transformador do mundo e a evolução/revolução da profissão de RI.

Vamos a uma análise mais detalhada dos movimentos descritos por Friedman. Segundo ele, dez foram as forças representativas que revolucionaram o mundo atual: queda do muro de Berlim, significando a abertura da economia; listagem da Netscape na bolsa norte-americana, despertando o mundo para o que representava o advento da *internet*; integração dos *softwares* de trabalho, em que os diversos aplicativos se interagem; os chamados "códigos abertos", pelos quais as comunidades na *internet* colaboram entre si; a terceirização dos serviços; o *offshoring*, empresas transferindo suas produções para lugares que lhes permitirão maior competitividade; a globalização da cadeia de fornecimento; a internalização e a informação, tratando-se da reestruturação das organizações e conectividade de conhecimentos; e, por último, porém não menos importante, aquilo que chamou de "esteróides", que são todos os *gadgets* digitais, móveis, virtuais, sem fio e pessoais – como *palms*, *blackberries* etc.

E o profissional de Relações com Investidores, como se enquadra nesse mundo plano? Em uma análise simples e direta, ele já se adaptou a esse novo cenário há algum tempo. A abertura econômica mundial atingiu rapidamente o mercado de capitais, as empresas e seus profissionais. Quando o capital procurou novos portos (mercados com maior potencial de valorização), as empresas mais ativas participantes desse jogo vieram a perceber que já não competiam só localmente, mas mundialmente. Assim, os RIs descobriram que seus esforços de comunicação e *marketing* corporativo seriam então contrastados a de outros localizados em qualquer parte do planeta. As ações das empresas passavam a ser oferecidas nas prateleiras de um grande supermercado global. A *internet* propiciou aos investidores a oportunidade de conhecer detalhadamente qualquer empresa aberta no mundo, seus balanços, seus *releases*, apresentações etc., tudo de forma quase instantânea. Os diversos *softwares* existentes passaram a possibilitar análises rápidas das empresas além de trocas generalizadas de informações, seja pelo lado do investidor ou do RI. Afinal, o RI passou a melhor conhecer seus investidores, potenciais investidores e acionistas. Conseguiu mais, foi capaz de em poucos *clicks* nos sites de busca da *internet* e, em tempo real, conhecer o histórico da pessoa que está do outro lado da linha no telefone, porém do outro lado do mundo e em um fuso horário completamente diferente. E quanto aos chamados esteróides, os *gadgets* disponíveis? Hoje, um RI, um analista, ou um investidor, de posse de um *notebook* e um *blackberry*, está conectado ao mundo 24 horas. Com esses equipamentos ele é capaz de desenvolver seu trabalho, tomar decisões, além de esclarecer e anunciar ao mundo qualquer episódio.

Cada uma das mais de 400 páginas do livro sempre apresenta ao leitor diversos exemplos desse movimento de achatamento econômico e cultural que vivemos. Os paralelos aqui apresentados com a atividade de RI são só alguns de muitos no dia-a-dia. Fica a cargo de cada executivo da área refletir sobre a maior ou menor intensidade dos efeitos dessa mudança em sua própria atividade profissional.

De qualquer forma, para o Relações com Investidores, o "achatamento" do mundo ampliou em muito o seu nível de conhecimento, mas também trouxe mais carga de trabalho e maiores desafios. Mas por que não mais prazer?

Nesse verdadeiro supermercado mundial sabemos que há uma grande oferta de ações, cada grupo delas em sua específica prateleira. Algumas estão ofertadas (ou organizadas) por região, outras por setor, outras por rentabilidade, outras por múltiplos. Não podemos nos esquecer também da prateleira da moda, a do chamado BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China). Mas, independente da prateleira em que seu produto estiver localizado, cabe ao profissional de RI mostrar ao mundo as vantagens competitivas daquilo que oferece, usando para tal, todas as ferramentas que o mundo plano o presenteou.

(*) BRUNO FUSARO é vice-presidente do IBRI – MG (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