

# RI

EM TEMPOS DE CRISE  
RESULTADOS RUINS, **RI** RUIM?

# Resultados ruins, baixa liquidez, pouca cobertura e retração do setor. Você que é RI já passou por isso? Ninguém está imune.

por **MARA DIAS**

Nenhum setor da economia está imune a crises e pressões em seu resultado. É muito raro um profissional de Relações com Investidores reportar invariavelmente resultados bons com crescimento de margens e aumento de rentabilidade, satisfazendo sempre analistas e principalmente seus acionistas.

Frequentemente administradores e controladores de empresas de capital aberto, devido a resultados ruins, resolvem ter uma postura reativa e fechada em relação ao mercado, evitando se expor para não ter que dar explicações ou serem transparentes sobre estratégias, metas e perspectivas futuras. De certa forma, é cômoda essa postura, é a zona de conforto. Essa situação normalmente ocorre quando a empresa possui um grupo na gestão com controle acionário e não depende dos votos de seus acionistas para aprovar matérias nas Assembleias Gerais. A história nos ensina que se esconder pode tornar o monstro mais feio do que ele realmente é.

Em situações extremas muitas empresas com ações negociadas na bolsa resolveram não ter um gestor de relações com investidores, exclusivamente dedicado a esta área, transferindo as atividades de RI para gestores de contabilidade ou planejamento, que passam a fazer apenas o exigido por lei de uma empresa com ações listadas na Bolsa. Acabam deixando o atendimento dedicado ao mercado financeiro de lado, ou o próprio CEO ou CFO, quando lhes convém, atendem acionistas mais importantes. As exigências do Novo Mercado (mais alto nível de governança da BM&FBovespa) ainda não são muitas para se justificar a existência de um profissional de relações com investidores dedicado. Isto é factível porque não é obrigatório, por exemplo, a realização de teleconferências de resultado e nem mesmo o próprio release de resultados. Além disso, outros documentos recebem atenção “legal” do órgão regulador, ou seja, a preocupação é com o cumprimento da exigência e não se o conteúdo está agregando valor para o acionista.

Os períodos de pressão e crise são os momentos onde o desempenho do profissional de RI é realmente colocado em cheque. Paradoxalmente, são períodos de redução (ou corte) de pessoal e orçamento. Ou seja, além da tendência da empresa se fechar, o profissional de RI conta com menos recursos para tentar manter um canal de comunicação transparente com o mercado.

Atrair investidores não é uma tarefa tão difícil no Brasil se você for analisar que o número das empresas listadas na Bolsa é muito pequeno. Assim, as alternativas de investimento dos fundos não são tão amplas, como acontece em outros países com dinâmicas macroeconômicas similares. Uma reportagem publicada pelo site especializado em finanças Infomoney, intitulada “Bovespa tem a mesma quantidade de empresas que bolsa da Mongólia e Vietnã”, evidencia que a Bolsa de Valores do Brasil (23º posição) está longe de ser equiparada à de países emergentes na quantidade de empresas listadas, mesmo os famosamente conhecidos como BRICS, Índia (1ª posição) e China (6ª posição), por exemplo, ou países com economias subdesenvolvidas e mais frágeis que a brasileira, como Sérvia (6ª posição) e Malásia (12ª posição).

Se levarmos em conta então que um grande número das empresas listadas não tem liquidez (volume financeiro negociado) suficiente e transparência mínima para atrair investidores, o universo das empresas atrativas de investimentos diminui consideravelmente. Assim, atrair a atenção de investidores não é tarefa tão árdua. Adicionalmente, o número de empresas abrindo seu capital (IPO ou OPA em português) é cada vez menor, e o de fechamento de capital só aumenta.

## **SE APROXIMAR DOS INVESTIDORES É ESSENCIAL**

Mas, e você que é um RI, ou seja, o porta voz da empresa perante o mercado, não vai atender seu telefone? Vai negar pedidos de reunião? Esperar que a liquidez diminua cada vez mais e os potenciais investidores voltem suas atenções para novas empresas?



**Não crie histórias e não divulgue informações relevantes apenas para um investidor ou grupo de investidores, isto é, atenção na equidade das informações.**



Como então persuadir a Administração de sua empresa a ter uma postura mais transparente e próxima com o mercado?

O profissional de RI precisa despertar a atenção e a curiosidade do analista ou investidor para, pelo menos, conhecer a história da Companhia. A partir desse interesse, explicar o *business case*, as vantagens competitivas e os potenciais ganhos de valor. Nas épocas em que os resultados estão pressionados, as ações já serão naturalmente negociadas com desconto do real valor da empresa. Mas, com uma postura da empresa de se manter distante do mercado, esse desconto tende a aumentar exponencialmente.

Como fazer isso na prática, quando se está reportando resultados ruins e as perspectivas macroeconômicas do setor não são promissoras? Ou quando a própria Administração não esteja favorável ou suscetível ao contato com o mercado?

### **É NESTE MOMENTO QUE O RI DEMONSTRA SEU REAL VALOR E POTENCIAL**

Se a Administração for remunerada com ações/opções da empresa a tarefa de convencimento se torna mais simples, pois os impactos de uma má performance das ações são sentidas diretamente no bolso deles. Além disso, é importante saber quais são as metas da alta Administração. Aliás, muitos investidores questionam isso em momentos de resultados ruins, eles querem saber e ter certeza que o management está comprometido. Conhecer as metas dos Administradores possibilita melhor percepção do empenho com crescimento da empresa e esforço na geração de melhores resultados.

Para não bater de frente com os diretores da empresa há diversas alternativas que o RI pode usar de modo a estreitar o relacionamento com o mercado. Vale lembrar que orçamento baixo não é desculpa para se manter uma postura reativa:

- Estudar a base acionaria da empresa e de seus concorrentes, tanto local como de outros países. Analisar quem está desde o IPO, separar por pessoa física e investidor institucional, separar por nacionalidade. Todo tipo de análise é importante para conhecer seus investidores e, principalmente, os potenciais (targets). Entrar em contato com quem comprou ou vendeu a ação para entender os motivos e esclarecer eventuais dúvidas é essencial para o fortalecimento da imagem do RI com os acionistas, além de ser uma atividade relativamente fácil, que não exige gasto financeiro. Contudo, com ferramentas ou apoio especializado, tal tarefa é mais cirúrgica e efetiva. A economia de dinheiro, por um lado, pode resultar em dispêndio desnecessário de tempo, por outro. Na balança, o barato pode sair mais caro. Adicionalmente, se um investidor inicia uma venda é preciso descobrir seu real motivo, de modo a evitar qualquer tipo de percepção errônea, provocada constantemente por boatos no mercado.

- Não tem orçamento para assinatura de terminal de informações e dados financeiros? Você poderá contar com o apoio de uma consultoria de RI que contribuirá com pesquisas, desenvolvendo relatórios periódicos customizados.

- Após a divulgação de resultados ruins ou bons, entre em contato com os 20 (no mínimo) maiores acionistas para sanar eventuais dúvidas em relação a alguma linha do balanço ou da demonstração de resultado, por exemplo. Seja proativo. Pergunte se ele ficou com alguma dúvida após a teleconferência, se deseja marcar reunião.

- Tente ressaltar as vantagens do setor em que a empresa atua, principalmente as perspectivas e possíveis impactos positivos que possam ocorrer em relação a mudanças macroeconômicas.

- Não crie histórias e não divulgue informações relevantes apenas para um investidor ou grupo de investidores, isto é, atenção na equidade das informações.

- Aproveite a época após as divulgações, normalmente mais tranquilas, para melhorar os seus materiais de comunicação, entre eles, o website de relações com investidores. Peça ao seu fornecedor de soluções em RI benchmark com outras empresas no Brasil e no exterior.

## GESTÃO DE CRISE

- Se a área de RI sofrer redução no time é possível contar com um auxílio extra a um custo inferior ao de uma contratação CLT: a contratação de uma consultoria de RI. As tarefas mais operacionais podem ser transferidas canalizando a dedicação da área de RI para sua atividade fim. Além disso, contará com um grupo de especialistas para subsidiá-lo em decisões mais complexas e desenvolver e pesquisar relatórios e informações estratégicas. Para épocas de volume de trabalho maior, como na divulgação de resultados, abertura de capital ou follow-on, é possível ainda contar fisicamente com um temporário da consultoria para auxiliar nas atividades. Com isso sua empresa conseguirá manter o nível de qualidade do trabalho de divulgação, mesmo com o time menor, sem aumentar o custo (geralmente o motivo da redução da equipe).

- Relacionamento entre as áreas dentro da empresa é essencial. Converse com os gestores de áreas de negócios, entenda as metas de cada área e quais projetos estão desenvolvendo. Você poderá descobrir informações úteis e valiosas para divulgar aos investidores.

- Tente participar de todas as reuniões internas que conseguir, mesmo que não estiver diretamente relacionado com a diretoria financeira. Pergunte se você pode participar como ouvinte para entender melhor o negócio. Sempre é possível aprender coisas novas em reuniões das diversas áreas da empresa.

- Conheça todas as unidades de negócio. Se sua empresa for do setor industrial, é imprescindível conhecer todas as unidades operacionais, e com detalhes. Se possível, organize reuniões de analistas nas unidades industriais ou nas regionais de sua empresa.

- Converse mais com analistas, não espere que eles te procurem. Parece óbvio e fácil, mas requer sangue frio e paciência para tentar conversar com analistas sobre mercado. Tente marcar um almoço ou café, para tentar saber mais como pensam os analistas e como o mercado reage e se comporta em momentos de resultados pressionados.

- Não deixe de lado o investidor pessoa física, ele está sempre mais disposto a escutar sobre as empresas e seus cases, além de muitos terem mais disposição de correr riscos como, por exemplo, um administrador de carteira de um grande banco. O investidor pessoa física não tem regras nem compliance para seguir, como liquidez mínima para aplicar seus recursos. Além disso, o cenário atu-



**O profissional de RI não consegue sozinho melhorar os resultados da empresa ou o desempenho de suas ações, mas é o agente fundamental para manter a transparência da empresa com o mercado.**



al de juros baixos leva os investidores a buscarem mais alternativas, e isso pode ser uma oportunidade. Esse tipo de investidor também não vai te exigir reuniões com CEO, CFO ou até mesmo presidente do Conselho, como muitos investidores institucionais, principalmente os estrangeiros, que só marcam reuniões com o RI se a “alta administração” comparecer.

Lembrando que toda empresa está suscetível a passar por momentos de resultados pressionados ou crises econômicas que abalam diretamente seu setor de atuação, ou até mesmo sofrer forte influência de agências reguladoras. Mas a imagem e a credibilidade da Companhia precisam ser preservadas e valorizadas. O profissional de RI não consegue sozinho melhorar os resultados da empresa ou o desempenho de suas ações, mas é o agente fundamental para manter a transparência da empresa com o mercado e estreitar o relacionamento com investidores potenciais, de modo que, quando resultados melhores forem divulgados, esse profissional seja reconhecido e demandado pelo mercado. **RI**



**MARA DIAS**

é consultora sênior de RI na GlobalRI  
[mara.dias@globalri.com.br](mailto:mara.dias@globalri.com.br)