

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

“ESTÁ CADA VEZ  
MAIS FÁCIL  
SER RI...”



*Há que se buscar a valorização da profissão de RI para que o Diretor de Relações com Investidores deixe de ser um cargo acumulado por um executivo (geralmente CEO ou CFO) e passe a contar com dedicação exclusiva.* ”

por **DORIS POMPEU** e **PAULO HENRIQUE PRAES**

Proximidade com a alta gestão, boa remuneração, área que só gera despesas, agenda cheia de viagens (principalmente ao exterior), participação em eventos, muitas reuniões, o departamento que apenas cobra as informações e só trabalha mesmo a cada três meses. Esses são alguns dos “clichês” aplicados aos departamentos de relações com investidores por outras áreas, na maioria dos casos, em empresas mais recentemente listadas na Bolsa de Valores. Mas também há relatos similares em empresas tradicionais, com largo histórico no mercado de capitais.

Se fosse em uma conversa informal, o bordão “sabe de nada, inocente” teria um momento perfeito para ser empregado.

Não há dúvidas que, nos últimos dez anos, a atividade e a profissão de relações com investidores registrou avanços significativos, acompanhando a evolução do mercado de capitais brasileiro. Deixou de ser uma atividade “amplamente desconhecida” para se tornar “vagamente conhecida” - ao menos no meio financeiro. Contribuíram para isso, de forma significativa, o *boom* de abertura de capitais em 2006 e 2007, a grande e importante atuação do IBRI - Instituto Brasileiro de Relações com Investidores, e a Revista RI - com mais de 16 anos de edições mensais ininterruptas.

O crescimento da demanda por profissionais no mercado, frente às novas empresas listadas em Bolsa, teve duplo efeito. Por um lado, foram alocados na função em algumas companhias profissionais de outras áreas que não tinham na época qualquer experiência ou mesmo noções das atividades de relações com investidores. Isso levou a algumas falhas no atendimento de obrigações básicas - ou não tão básicas, alguns tropeços na divulgação de informações, e mesmo a contratações de serviços não plenamente adequados.

Por outro lado, especialmente à medida que as falhas ocorriam, percebeu-se que o foco na capacitação, formação e valorização do profissional eram fundamentais no desenvolvimento da atividade. Também contribuíram algumas companhias que foram muito competentes na elaboração de seus programas de relações com investidores, além de contarmos no País com grandes profissionais que hoje se tornaram referência para os iniciantes (*não serão citados nomes para não incorrer em injustiça, eventualmente, esquecendo um ou outro nome*).

Porém, nem tudo são flores, principalmente, se considerarmos os anos de 2013 e 2014 (talvez 2012 já tenham dado sinais disso). Não se pode afirmar, com convicção, mas não seria fantasioso supor que o crescimento da demanda levou

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

ao movimento mais básico da economia: demanda maior que a oferta resulta em aumento dos preços, neste caso, da remuneração. Quem não se lembra da “dança das cadeiras” entre 2006 e 2007? Talvez isso tenha sido o catalisador de um movimento observado no período citado. Procurando ser mais claro: sem exigir muito esforço, para quem está há mais de cinco anos no mercado é fácil se lembrar de, no mínimo, três profissionais com larga experiência que estão fora do mercado no momento. Em sua maioria, profissionais sêniores, com reconhecida competência.

Ou seja, o “movimento” a que se refere o parágrafo anterior é o de companhias abertas, ou prestes a abrirem o capital, recorrerem à profissionais sem experiência, muitas vezes buscando internamente nas áreas de planejamento, *marketing*, tesouraria, finanças e mesmo no jurídico, o profissional para assumir as funções de RI. Mais uma vez, apenas para não ocorrer em mal entendimento, é preciso esclarecer que não se afirma aqui que tais profissionais são inaptos para a função. Muito pelo contrário, como a atividade de RI é multifuncional, já que é preciso possuir (ou acumular) habilidades em *marketing*, finanças, direito, idiomas, redação, além de muito jogo de cintura, permite a atuação de profissionais com as mais variadas formações.

Isso é, possivelmente, uma das maiores características da atividade, essa diversidade e flexibilidade profissional. O que incomoda, no entanto, é ver essas companhias não dedicarem um profissional exclusivamente para a função. Ou seja, o (a) gerente de planejamento, tesouraria, jurídico, finanças, *marketing*, enfim, qual seja, acumulando a função de gerente de relações com investidores. Pior ainda é testemunhar companhias que, intencionalmente ou não, destruam grandes programas de RI. Houve casos, não são poucos, de áreas que contavam com profissionais muito bem qualificados, com equipes e programas de destaque e que foram praticamente desfeitas.

Tem sido comum reduzir o time de RI, eliminando cargos. Substitui-se um gerente por um coordenador, ou mesmo um analista assume as funções de gerente sendo remunerado como analista. Onde havia três ou quatro profissionais, fica um – e não necessariamente o mais sênior – respondendo por tudo sozinho, sem ter sequer quem atenda o telefone quando precisa se ausentar para algum compromisso profissional. A malfadada “EUquipe”. Enfim, há vários exemplos no mercado.

Exagero? Exclua então da análise as estatais, os grandes bancos, elétricas e algumas telecom. Quais as Companhias que têm mais de três profissionais *dedicados exclusivamente* à área

de RI? Dá para contar nos dedos, não? Isso significa redução de custo ou desvalorização da área?

Não é preciso descrever aqui sobre a busca pela eficiência nas Companhias, fazer mais com menos, enfim, nem cabe essa discussão neste fórum. Mas é fato que os orçamentos das áreas de RI estão cada vez mais enxutos. E menos recursos significam necessariamente redução de pessoas, de apoio externo (ou ainda a manutenção de fornecedores médios – na essência da palavra, que entregam serviço de qualidade mediana), menor participação em eventos, resumindo, menor exposição. É muito comum que o orçamento das áreas de RI com investidores sejam extremamente apertados, e ainda sofram novas reduções frequentes. Mas, uma área que é o canal oficial de comunicação com os acionistas, atuais e potenciais, pode reduzir sua exposição sem afetar seu valor de mercado?

Consideremos o aspecto financeiro, o custo x benefício da companhia com o departamento de relações com investidores. A imagem de o departamento de RI ser um centro de custos para a empresa, citada no início do artigo, parece ser ainda tão comum nas companhias abertas quanto errônea ela é. Quando a área de RI é capaz de contribuir, ainda que muito levemente, para que a cotação das ações de sua companhia caia menos face um momento de adversidade do mercado, da economia ou da própria empresa, ou para que suba um pouquinho mais em razão de uma notícia positiva bem divulgada, bem trabalhada, sua atuação se reflete em alguns milhões no valor de mercado da companhia. De fato a área de relações com investidores não gera receita direta, mas esse considerado “centro de custos”, na verdade, tem a possibilidade de gerar grande valor para todos os acionistas. Infelizmente, isso raramente é considerado.

Pode se fazer um paralelo com um procedimento altamente adotado pelas empresas, que é definir o valor de publicidade como um percentual do faturamento. Ou seja, se o faturamento cai, a exposição também diminui. Não seria exatamente este o momento de aumentar a exposição, quando o faturamento caiu? Voltando ao mercado de RI, os críticos podem dizer que o mercado está em mau momento, no Brasil e no mundo. É verdade, não há dúvidas quanto à isso, mas não é nesse momento que os *drivers* de valor da companhia devem ser reafirmados?

Outro ponto da obsessão pela redução dos custos é a concentração dos profissionais de RI em atividades operacionais e burocráticas, além da ausência de investimento em inovação e inteligência de mercado. Com isso, com a equipe reduzida e a impossibilidade de contratação de apoio exter-

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

no, ao invés de se dedicarem a questões estratégicas, os RIs precisam se dedicar ao cumprimento das obrigações legais e burocracias internas. Como convencer a alta administração a direcionar recursos para a realização/participação em eventos, reforço da equipe, renovação do website, ou contratação de um *perception study*, análise pós-conferência ou *targeting*? Ou ainda a migração para um banco escriturador que ofereça um melhor serviço, a contratação de um formador de mercado que contribua para a melhora da liquidez, a substituição daquele seu fornecedor de relações com investidores que está na Companhia desde o IPO (que muitas vezes você nem contratou, foi “herdado”)? Como convencê-los de que economiza-se direcionando para uma consultoria de RI algumas demandas que estão sendo repassadas para escritórios de advocacia à peso de ouro? Falta debate nas companhias ou há exagerada passividade?

Vejam um grande exemplo em linha com a substituição de profissionais de RI por profissionais de outras áreas, sem experiência, e o foco na redução de custos: já notaram a quantidade de assessorias de imprensa que passaram a atuar em RI? Como se jornalistas e analistas fossem o mesmo público, com a mesma abordagem, linguagem, estratégia. Sem falar nos aspectos relacionados às normas, prazos, obrigações, questões contábeis, estruturação financeira e práticas específicas de relações com investidores. Ainda mais surpreendente é saber que tais assessorias têm encontrado algum espaço. Falha das assessorias com reconhecida *expertise* na área ou dos contratantes? Não é fácil responder nenhuma destas questões.

Apontar para a desvalorização da atividade seria errôneo após todo o trabalho feito pelo IBRI ao longo de sua existência. Mas é bem provável que se faça necessário uma nova abordagem, e o IBRI é o instrumento perfeito para isso. Não se trata de crítica, ou ainda da tentativa de pautar o Instituto, nem está se afirmando que ele não faça isso. Mas é necessário um esforço adicional de todo o mercado para conscientização da alta administração, de acionistas e de controladores do que, de fato, representa a área de RI, do quanto vale uma área que pode contribuir, por exemplo, para evitar o declínio de 0,5% na cotação das ações. Até mesmo os analistas e acionistas, “clientes” da área de RI, devem exercer tal pressão. É pura geração de valor. O custo da área é irrelevante comparado com tal geração. E neste sentido, de se levar tal mensagem principalmente aos acionistas, chega-se a mais um ponto crítico da profissão: a limitação da carreira.

Há que se buscar a valorização da profissão para que o Diretor de Relações com Investidores deixe de ser um cargo acumulado por um executivo (geralmente CEO ou CFO) e

“

Apontar para a desvalorização da atividade seria errôneo após todo o trabalho feito pelo IBRI ao longo de sua existência. Mas é bem provável que se faça necessário uma nova abordagem, e o IBRI é o instrumento perfeito para isso.

”

passa a contar com dedicação exclusiva. Não precisa grande conhecimento para saber a quantidade de afazeres e responsabilidades que tais executivos já possuem. Ao acumular a função de DRI como atividade acessória não é humanamente possível dispender a mesma qualidade e dedicação se comparada com a função original. Ao aumentar a participação de DRI que não acumulam outros cargos (hoje essa parcela é muito pequena), além dos benefícios óbvios cria-se um horizonte maior para o profissional de RI.

Contudo, ainda se busca que os gerentes sejam exclusivamente dedicados, o que se dirá dos diretores de RI?

O momento atual pode até não ser de desespero, mas a luz amarela está acesa. Em 2014, pela primeira vez em dez anos, não tivemos uma companhia estreada na Bolsa durante o primeiro semestre. Em compensação, a Revista RI trouxe na edição anterior a informação de que até abril, pelo menos 15 empresas estrangeiras solicitaram oferta pública inicial no mercado norte-americano. Soma-se a isso a quantidade de programas de recompras em vigor e as companhias que já manifestaram a possibilidade de fechamento de capital no Brasil.

Está cada vez mais fácil ser RI... **RI**

---

**DORIS POMPEU E PAULO HENRIQUE PRAES**

são diretores da GlobalRI.  
[www.globalri.com.br](http://www.globalri.com.br)