

# Relações com Investidores

## Além do futebol e do samba

Márcio Veríssimo\*




Pergunte-se o quanto você sabe sobre a África, não sobre as companhias abertas ou sobre o mercado de capitais local, mas sobre questões mais simples ainda como o número de habitantes de cada país, o PIB per capita, as formas de governo, instituições chave, entre outras coisas. Muito provavelmente você não conhece muito sobre a África.

O que os europeus e, principalmente, os americanos sabem sobre o Brasil não é muito diferente e eles são os principais investidores globais.

A maioria das companhias abertas não se preocupa muito com isso, adotando uma postura passiva e acreditando que os investidores dispostos a investir no Brasil estudam o país, de forma que é responsabilidade deles “fazer o dever de casa” antes de fazer investimentos.

Mesmo que pensemos apenas nos investidores voltados para mercados emergentes – o que para determinadas companhias brasileiras já é uma limitação importante, visto que são suficientemente grandes para atrair alguns investidores globais – o Brasil não se destaca entre esses países.

Basta analisar as principais revistas de negócios do mundo para notar que a seção da América Latina é a menor, se é que existe, e as matérias geralmente são de um nível inferior ao restante da revista, uma vez que América Latina é a típica seção onde jornalistas jovens começam suas carreiras para ganhar experiência.

Agenda do Investidor			
			
ALL	16/05	18/05	20/05
Amazônia Cel.	10/05	11/05	-
Ambev	04/05	05/05	-
Bco Brasil	16/05	17/05	-
Bradesco	09/05	10/05	-
Braskem	04/05	06/05	11/05
Copel	16/05	17/05	-
CBD	05/05	06/05	-
CPFL	03/05	04/05	17/05
CSN	-	04/05	-
CST	03/05	04/05	-
CVRD	11/05	13/05	-
DASA	11/05	-	-
Eletróbrás	13/05	-	-
Eletropaulo	12/05	12/05	-
Embraer	16/05	-	-
Eternit	13/05	-	18/05
Fras-Le	-	-	05/07
Gerdau	03/05	03/05	-
GOL	10/05	10/05	-
Grendene	05/05	09/05	-
IdeiasNet	14/05	-	-
Itaú	03/05	04/05	-
Marcopolo	-	05/05	-
Net	02/05	-	-
Petrobras	13/05	17/05	17/05
Porto Seguro	13/05	16/05	18/05
Sabesp	16/05	-	-
Sadia	03/05	04/05	-
Suzano Petr.	11/05	12/05	-
Telemar	02/05	03/05	-
Telemig Cel.	10/05	11/05	-
Ultrapar	04/05	-	-
WEG	-	-	05/05

Fonte: [www.divulgacaoexemplar.com.br](http://www.divulgacaoexemplar.com.br)

Claramente, as estrelas entre os mercados emergentes são os países asiáticos e, como esperado, a China sendo o principal deles. E essa não é toda a história, mesmo entre os países latino-americanos, o Brasil perde para o México em destaque, visto que a localização geográfica desse faz com que o principal mercado do mundo tenha certa familiaridade com a cultura e práticas desse país, bem como permite reuniões bem mais frequentes entre a diretoria dessas companhias e os portfolio managers americanos.

Finalmente, mesmo entre os investidores que efetivamente investem no Brasil e gastaram tempo tentando entender o país, é absolutamente errado assumir que eles compreendem efetivamente todos os tópicos importantes.

Basta pensar no número de companhias brasileiras que são estatais, concessões públicas ou que atuam em setores cujo impacto da ação governamental pode ser significativo. Estamos falando, por exemplo, de todas as empresas de telefonia – celular ou fixa, empresas de energia, de saneamento e de certa forma até mesmo bancos, uma vez que esses são extremamente sensíveis a regulamentações do Banco Central.

Apesar da relativa estabilidade política nos últimos 10 anos, vejamos como alguns setores foram radicalmente transformados, muitas vezes com ações do governo: o mercado de telecomunicações foi privatizado e regulamentado, um novo modelo para o setor elétrico foi implementado, o próprio setor petroquímico sofreu profundas modificações com o apoio do governo e muitas outras mudanças estão em curso ou previstas para o futuro.

Assumir que um investidor estrangeiro, que potencialmente investe em diversos setores em mais de uma dezena de países entende todos esses fatores é esperar demais.

Essa explicação foi apenas para demonstrar o quão importante é para as companhias brasileiras explicarem como o fator “Brasil” impacta seus negócios, para bem ou para mal.

Curiosamente, algumas companhias abertas até se esforçam para apresentar um pouco do cenário brasileiro para investidores estrangeiros, mas, mesmo entre essas, a maioria comete o erro de focar apenas em contas macroeconômicas, justamente aquilo que os acionistas tendem a conhecer melhor sobre os países em que investem.

O que realmente pode e deve ser feito é fornecer números e tendências locais que tenham um impacto direto no negócio.

Para ilustrar, vamos supor que estamos trabalhando com uma companhia aberta hipotética que produz vinhos no Brasil.

Em primeiro lugar, a companhia pode querer passar uma idéia do tamanho do mercado brasileiro. Poucas pessoas sabem que somos um dos 5 maiores mercados de celulares do mundo ou que a 3ª marca de cerveja mais consumida é

brasileira. Isso dá uma idéia para um estrangeiro do tamanho do mercado brasileiro.

Em segundo lugar, poderíamos comentar o volume de vinhos consumido per capita no Brasil, bem como o preço médio da garrafa. Claro que esses dados isoladamente não contribuem muito, então seria interessante compará-los com esses dados para outros países ricos e similares, buscando estimar o tamanho potencial do mercado, bem como dados que mostrem a evolução recente desse mercado em termos de volumes absolutos ou de participação no mercado de bebidas como um todo.

A maioria das companhias possui estudos sobre seus mercados feitos pela área de planejamento estratégico, às vezes com auxílio de consultorias especializadas, que possuem esses e muitos outros dados. Por que não compartilhar alguns desses dados com seus investidores, os quais provavelmente não têm esses mesmos recursos?

Finalmente, existe algum outro fator regional influenciando o mercado? Como são as condições climáticas ou de infraestrutura locais? Qual impacto disso na produtividade? O governo pretende incentivar/desincentivar o mercado, seja com créditos especiais para a agricultura ou aumentando impostos sobre bebidas alcoólicas?

A maioria das companhias está tão envolvida no seu dia a dia, que considera como seus concorrentes apenas seus pares locais, esquecendo-se de que para investidores internacionais talvez não haja muita diferença entre investir em uma companhia brasileira ou tailandesa.

Desse modo, parte importante de seu negócio é o fato de estar no Brasil. As companhias devem aceitar isso e explicar em detalhes as vantagens e desvantagens que isso acarreta, sob pena de ser preterida não pelo vizinho ao lado, mas pelo par do outro lado do mundo.

\* Consultor, especial para *Gazeta Mercantil*  
E-mail: [mverissimo@gazetamercantil.com.br](mailto:mverissimo@gazetamercantil.com.br)