

Relações com Investidores

O Momento da Verdade

*Mariela Castro**

A abertura de capital é sempre um “momento da verdade” para empresas de qualquer porte. É nessa hora que ela vai se expor ao mercado, anunciar a que veio e se comprometer não só a buscar os melhores resultados para seus acionistas, mas também cumprir as regras de transparência, equidade de informações e respeito aos minoritários que o mercado tem exigido com cada vez mais rigor.

O processo para o Dia D pode ser mais ou menos longo, dependendo do que pretende a companhia e do grau de maturidade em que ela se encontra. Passos cuidadosos em terreno bem preparado é o que vem fazendo, por exemplo, o Grupo Netuno, de Pernambuco.

Nascido de uma pequena peixaria na cidade do Recife, em 1989, o Grupo Netuno é hoje o maior exportador brasileiro de pescados e outros frutos do mar, frescos e congelados, com faturamento anual na casa dos R\$ 200 milhões. Na última sexta-feira, a Netuno fechou uma operação de capitalização com a BNDES Participações, que injetou R\$ 60 milhões na companhia em troca de ações que representam 33% de seu capital. A operação, inédita nesse segmento no Brasil, vai impulsionar a linha de frente da empresa, que é a criação de uma cadeia produtiva de tilápia – peixe muito bem aceito no mercado internacional. Com isso, o grupo pretende triplicar seu faturamento nos próximos cinco anos, chegando a R\$ 600 milhões.

Mas não é só isso. A companhia está de olho na abertura de capital e vem, pouco a pouco, melhorando seus indicadores de governança corporativa. A médio prazo, mas ainda em 2006, quer participar do Bovespa Mais, segmento que se destina a abrigar empresas médias que desejam acessar o mercado gradualmente, começando a interagir com

investidores e se tornando conhecidas no setor, e realizando ofertas públicas em volume menor ao de grandes empresas.

Outras empresas adotam táticas diferentes. Partem em roadshows informais, antes de anunciar oficialmente que vão abrir capital, para começar a travar contato com potenciais investidores no Brasil e no exterior. Mostram números, falam do panorama do setor e das condições macroeconômicas, apresentam planos de crescimento. Plantam sementes, enfim.

Naturalmente, depois vem a colheita. Quando lançou suas ações na Bolsa, a Cosan – um dos maiores produtores de açúcar e álcool do mundo – viu-as se valorizarem mais de 40% no primeiro mês. Há poucos dias, o anúncio de que Bill Gates, dono da Microsoft, estaria interessado em investir em fontes de energia renovável no Brasil, usando como ponte a Pacific Ethanol, baseada em Fresno, Califórnia, da qual é o maior acionista individual, com 27% do capital, agitou o mercado.

Essas agitações é que fazem do negócio de ações um mundo tão dinâmico. E é por isso que as empresas, antes de decidirem partir para sua Oferta Pública Inicial de ações, devem se cercar de cuidados, planos de contingência, subsídios e alertas sobre os riscos e benefícios.

Claro que, para as empresas conhecidas, abrir capital parece uma tarefa mais “fácil”, já que o mercado – consumidor e financeiro – já conhece a marca e até, talvez, um pouco do histórico. Engana-se, porém, quem acredita que a fama é garantia de valorização das ações. É preciso separar o joio do trigo. Investidores não ligam para propaganda na TV, modelos famosas estampando outdoors, promessas meramente estéticas. Querem ver resultados, projeções consistentes, números

transparentes, empenho em usar corretamente o dinheiro investido. Essa é a contramão da fama: o fato de uma empresa não ser assim tão conhecida não significa que ela não possa trazer resultados.

Hoje temos duas estréias na Bovespa, as primeiras do ano de 2006: Vivax, que opera na área de telefonia celular e internet banda larga, e Copasa – Companhia de Saneamento de Minas Gerais, que provê abastecimento de água e esgotamento sanitário. Ambas não são top of mind do grande público dos principais centros financeiros do país. Mas ambas, apesar de atuarem em áreas completamente distintas, já entram no mundo financeiro com elevado comprometimento com governança corporativa: a Vivax no Nível 2 da Bovespa, a Copasa no Novo Mercado.

Depois desse primeiro passo no admirável mundo novo da Bolsa de Valores, as empresas se ajustam, se planejam melhor, implantam sites de relações com investidores, aprendem a falar com analistas e jornalistas financeiros. O aprendizado é às vezes demorado, mas sempre enriquecedor. Porque, ao final das contas, quem ganha com a transparência é a sociedade como um todo, que tem mais poder para julgar uma empresa de acordo com sua forma de conduzir os negócios.

* Consultor, especial para *Gazeta Mercantil*
E-mail: ri@gazetamercantil.com.br