

# BOA IDÉIA!

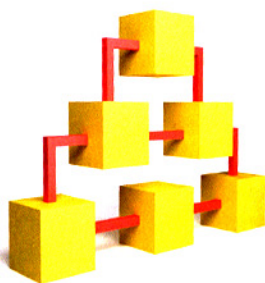
por Silvio Muto

## Consultoria propõe novo comitê para conselhos

Uma das missões do conselho de administração é maximizar o retorno do investimento, buscando sempre gerar valor para a companhia. Ciente da relevância dessa atribuição, a MZ Consult, empresa de consultoria em Relações com Investidores (RI), criou, em junho, um modelo de comitê de geração de valor, que passará a ser sugerido a seus clientes.

“Tem muita empresa que não tem essa cultura. Muitas abriram o capital recentemente e ainda não conseguem entender como o mercado pensa e reage às estratégias de longo prazo que ela define”, explica Bruno Rampazzo, chief executive da MZ Consult.

O comitê é subordinado ao conselho de administração e tem como uma de suas princi-



pais funções ajudar os administradores a entender o impacto de suas decisões no preço das ações. O executivo deu o exemplo do Grupo Gerdau Empreendimentos — holding da família controladora — que, em 2006, causou polêmica ao cobrar royalties pela marca de 0,6% sobre a receita líquida do grupo.

“Se a empresa tivesse um comitê de geração de valor, haveria

imediatamente o alerta de que a perda no valor de mercado seria muito maior que os ganhos em fluxo de caixa”, explica Rampazzo. Em três dias, os papéis preferenciais da Gerdau despenca-ram 8,2% e obrigaram a família a voltar atrás na decisão.

Diminuir o “gap” de valor das ações — diferença entre quanto os executivos acham que a companhia vale e quanto o mercado se dispõe a pagar — será outra atribuição importante do comitê. Ele deverá identificar o tamanho dessa diferença, detectar em que a empresa está errando e melhorar as práticas, até reduzi-la substancialmente. A MZ ainda não instalou nenhum comitê desse tipo, mas, segundo o executivo, existem vários interessados em investir na idéia.

## SulAmérica reformula comunicação após o IPO

Desde que abriu seu capital, em outubro do ano passado, a SulAmérica percebeu a necessidade de mudar o relacionamento com o público interno e o externo. “Quisemos alinhar nossas práticas de comunicação com o conjunto de deveres e obrigações adicionais a que está sujeita uma empresa de capital aberto”, explica Arthur Farne D’Amoed Neto, vice-presidente e diretor de Relações com Investidores.

Um dos principais cuidados

nesse processo foi com a questão do insider trading. “Não estava claro aos nossos portavozes como o vazamento de informação privilegiada pode ser danoso a uma companhia aberta”, conta. Em fevereiro, foi organizado um workshop, com palestras explicando a importância de alinhar as rotinas de divulgação de cada executivo às novas políticas de comunicação da companhia. “Tivemos no evento estudos de casos que nos ajudaram a compreender

quando a empresa pode falar e sobre o que se pronunciar”, diz D’Amoed Neto.

Depois do evento, os executivos receberam uma versão preliminar do manual de comunicação corporativa, que ficará disponível a todos os funcionários na intranet a partir de julho. Intitulado Política de Uma só Voz, o manual terá orientações sobre o relacionamento com a imprensa, colaboradores, corretores, investidores e clientes.