

**São Paulo, 25 de agosto de 2008** - A MZ University, unidade de capacitação da MZ, companhia líder em Relações com Investidores, Comunicação Corporativa Integrada e Serviços Financeiros Estratégicos na América Latina, anuncia o lançamento de seu Seminário “Processo de Divulgação sem Stress”.

Destinado aos profissionais que - em equipe - atuam direta, ou indiretamente, no processo de divulgação de informações ao mercado (jurídico, marketing, contabilidade, controladoria, recursos humanos, operações, imprensa, comunicação corporativa, tesouraria, planejamento estratégico e relações com investidores), a MZ University elaborou um treinamento dividido em quatro módulos específicos englobando os principais aspectos que todos os envolvidos no processo divulgação de informações devem compreender para que o trabalho em equipe funcione de forma exemplar e que o stress do processo de divulgação seja minimizado.

O seminário será realizado no dia 22 de setembro de 2008, das 8:30 às 18:00 horas, no Hotel Blue Tree Towers Faria Lima, à av. Brigadeiro Faria Lima, 3989 – São Paulo, com a seguinte programação de palestras:

- O Mercado de Capitais e a Empresa de Capital Aberto
- Preparando o Solo Fértil da Comunicação Corporativa
- Desenvolvendo uma Estratégia de Comunicação Vencedora
- Preparação do Processo de Divulgação Exemplar em Equipe

Para Roberto Tracanella, Reitor da MZ University e palestrante, “trabalho em equipe é o nome do jogo. Para isso, é necessário que toda a equipe envolvida no processo de divulgação tenha conhecimento do que está ocorrendo, compreendendo como funciona a mecânica da divulgação de informações, seu cronograma, prazos e responsáveis.”

Rodrigo Alves, também palestrante, com experiência de mais de 200 divulgações de resultados de companhias abertas, acrescenta que “a temporada de divulgações de resultados do trimestre acabou e é justamente nessa época que os profissionais envolvidos no processo de divulgação de informações ao mercado – relações com investidores (“RI”), controladoria, operações, comunicação, planejamento, etc. – estão se prometendo nunca mais repetir os erros cometidos e o stress dessa última divulgação. Ocorre que o intervalo entre divulgações é suficientemente longo para se esquecer do stress e curto demais para se implementar modificações necessárias que visem melhorar o processo.”