

Proposta estimula a transparência nas SAs

Aluisio Alves/InvestNews
de São Paulo

Reivindicação dos investidores — a busca de maior transparência, ponto-chave da governança corporativa — desperta interesse crescente entre as companhias abertas. Elas terão em breve um sistema para aprimorar sua comunicação, desenvolvido pela consultoria **MZ Consult**, em parceria com a **KPMG Auditores** e o escritório de advocacia **Linklaters**.

“O objetivo é estabelecer um padrão para as práticas de divulgação e reconhecer o esforço das empresas”, diz o presidente da **MZ Consult**, Rodolfo Zabisky. ■

Página B-2

Página B-2

FINANÇAS

CAPITAL ABERTO

Em busca de maior transparência

Projeto da MZ Consult cria novos padrões para a divulgação de informações ao mercado

Aluisio Alves/InvestNews
de São Paulo

O aumento do interesse dos investidores pelo mercado de ações está provocando uma mudança de patamar na política de divulgação das informações prestadas ao mercado pelas empresas listadas em Bolsa. E, nos próximos meses, as companhias vão ter uma nova ferramenta para saber se sua comunicação está agradando a investidores e analistas.

A consultoria **MZ Consult**, em parceria com a **KPMG Auditores** e o escritório de advocacia **Linklaters**, está preparando um sistema que visa a criar um padrão mínimo para a política de divulgação de informações das companhias.

O esboço do projeto está sendo enviado às entidades reguladoras e entidades representantes do mercado de capitais. São eles, Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Bolsa de Valores de São Paulo (Bo-

vespa), Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec), Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca) e Associação Nacional de Investidores do Mercado de Capitais (Animec).

O processo ainda será discutido com as empresas, antes de ser criado uma norma de certificação. “O objetivo é estabelecer um padrão para as melhores práticas de divulgação e reconhecer o esforço das empresas que se adaptam a isso”, explica o presidente da **MZ Consult**, Rodolfo Zabisky, criador do projeto que, segundo ele, deve entrar em vigor até o início de 2005. O projeto foi apresentado ontem no seminário “Melhores Práticas na Divulga-



Rodolfo Zabisky

ção de Informações”.

Pela história do mercado brasileiro de capitais, uma palestra sobre boas práticas de divulgação de informações não deveria chamar a atenção de muita gente. Mas a platéia de cerca de 150 executivos, de 85 empresas e entidades do mercado, que esteve no seminário,

mostra que algo está mudando. “O nível de cobrança dos investidores está aumentando e nós temos que responder a isso”, disse o gerente de relações com investidores da **Usiminas**, Bruno Seno Fusaro.

Segundo o vice-presidente da **Apimec** de São Paulo, Haroldo Levy, os empresários brasileiros vêm percebendo lentamente a necessidade de melhor se comunicar com o público investidor. Mas nem sem-

pre a implementação de programas mais eficazes nesse sentido é espontânea. “Muitos são obrigados por instituições de fomento a padronizar sua política de divulgação, quando pedem empréstimos”, diz.

Lei Sarbanes-Oxley

Segundo Levy, ainda predomina na maioria das empresas abertas a visão de que uma boa política de comunicação com o mercado é um instrumento acessório e é sempre deixado para a última hora. Um exemplo disso, comenta, é a exigência imposta pela lei norte-americana Sarbanes-Oxley, segundo a qual todas as empresas com papéis listados na Securities and Exchange Commission (SEC) adotem um comitê de auditoria.

A CVM obteve junto à SEC uma isenção para as companhias brasileiras que têm American Depositary Receipts (ADRs) negociados em Nova York, desde que ampliem os poderes do Conselho Fiscal. “O prazo para optar por uma das alternativas termina no ano que vem e a maior parte das empresas ainda não se manifestou”, reclama Levy.

Este ano, relata, houve apenas 46 reuniões de empresas abertas com analistas na **Apimec** em São Paulo, apesar de existirem 358 companhias listadas na Bovespa.