

O canto da sereia

Conceitos sofisticados, linguagem em braile, obras de arte; os melhores relatórios financeiros das empresas

O relatório anual com o balanço financeiro de uma empresa já foi visto como uma peça exclusiva para contadores, auditores ou analistas do mercado de capitais. Agora, com o crescimento dos pequenos investidores no Brasil, bem como pela crescente exigência por parte da sociedade civil pela transparência das organizações, as publicações com os resultados contábeis ganharam um status antes inimaginável. Afinal, constituem a ferramenta de comunicação para dois tipos de públicos altamente estratégicos no mundo corporativo: os formadores de opinião e os detentores de ações.

Basta um olhar para perceber essa nova tendência. O da empresa de cosméticos Natura, por exemplo, parece querer dizer a um espelho imaginário: “relatório, relatório meu, existe alguém mais belo do que eu?”. Todo produzido com papel reciclado, o balanço anual da empresa – vencedor em São Paulo – traz uma versão em braile e com tipografia para visão subnormal. Ao completar 35 anos, a Natura deu destaque

especial em seu relatório ao fato da abertura de capital na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). O resultado não poderia ter sido mais animador: a adesão de mais de 4,5 mil investidores.

Estética e responsabilidade social podem também ser alinhadas ao conceito de gestão. Com a criação de um conceito, que se baseia na fórmula “Visão Estratégica + Diversificação + Crescimento = Ciclo de Valor”, a Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) inovou na forma de se fazer um relatório anual, vencedor da categoria no Rio de Janeiro. Destacam-se o projeto gráfico colorido, alegre e ricamente ilustrado com fotos, mapas e infográficos detalhando com clareza cada importante passo dado pela empresa no ano. “Com a idéia de Ciclo de Valor, buscamos traduzir o perfil da atual administração de forma clara e concisa, para facilitar a compreensão de todas as informações fornecidas”, explica Mônica Fonseca Pinho, coordenadora de gestão de marca e publicidade da Vale.

Simplicidade – Outra alternativa é ser simples sem ser simplório, como fez a Unimed Natal com sua revista do cooperado e seu relatório de gestão, vencedor da categoria no Nordeste. “O cooperando é a menina dos olhos do médico cooperado. A revista é



Medalha de OURO

➔ A Cedro celebrou um ano com ótimos números com uma afiada comunicação corporativa, como mostra o seu relatório anual, elaborado pela Lélío Fabiano e Associados.



Destaques



➔ O desenvolvimento do conceito “Ciclo de Valor” foi a grande cartada da Companhia Vale do Rio Doce na produção de seu relatório para investidores elaborado por Ana Couto Branding e Design.

➔ A combinação de bons números e um bom trabalho gráfico recheado de obras de arte foi a opção da Companhia Siderúrgica de Tubarão na realização de seu relatório anual elaborado pela Designa BDA e GSA Editora.



A Natura levou ao pé da letra a definição de que um relatório anual precisar ser o espelho da empresa. O trabalho foi feito com papel reciclado, possui versão em braile e de tipologia ampliada, além de celebrar a abertura de capital da empresa. Elaborado por Lumina, Infoserver, Bluemedia, Buzz e Modernsign.



➔ A Unimed Natal preferiu informar com simplicidade e eficiência e é o que mostra tanto sua revista para cooperados como seu relatório de gestão desenvolvidos pela Oficina da Notícia.

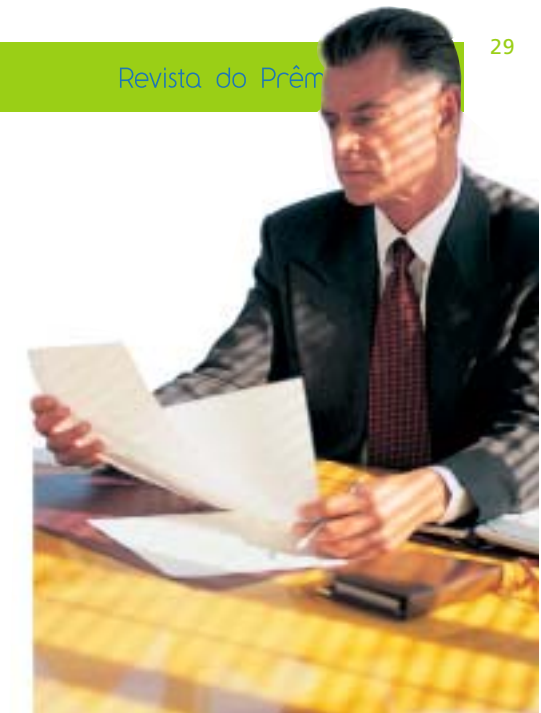
o canal certo para que eles tenham conhecimento de todos os nossos projetos e ações”, explica Gley Nogueira, presidente da Unimed Natal. Palavra de quem tem 1.600 médicos cooperados, 110 mil usuários e share de 40% do mercado local.

Animação também vem por parte da Companhia Siderúrgica de Tubarão (CST), braço da CST - Arcelor, líder mundial no segmento de placas de aço. O informativo distribuído aos investidores, o “CST em Ação”, trouxe uma manchete que soou como poesia nos ouvidos dos acionistas: “Resultado recorde de R\$ 1,16 bilhão reflete sustentabilidade da CST”. De fato, a empresa não está para brincadeira. O relatório anual vencedor no Centro-Oeste/Leste apresenta rico projeto gráfico, ilustrado com obras de arte que fazem parte do acervo da CST e que são assinadas por artistas como Amílcar de Castro.

Epílogo - Aqui a prova de que o que vem por último nem sempre é o pior. Muito pelo contrário. A Companhia de Fiação Cedro e Cachoeira, empresa têxtil de 133 anos e uma das primeiras empresas brasileiras a abrir capital, vem apresentando um roseiral de bons resultados. Em 2004, a empresa obteve R\$ 20,8 milhões de lucro líquido, um aumento de 76% sobre o ano anterior. Obteve também 42% de crescimento da

receita, contratou 345 novos empregados e conseguiu uma valorização de 52,3% das ações na Bovespa.

Boa parte desse salto espetacular a Cedro credita a uma afiada comunicação corporativa, que aproximou a empresa tanto dos investidores, como da mídia, onde ganhou uma visibilidade maior. Tudo isso está refletido no bem elaborado relatório anual da empresa elaborado pela agência Lélío Fabiano e Associados. Além do projeto gráfico de excelência, a publicação veio recheada de brindes, inovação que garantiu a vitória nacional do Prêmio Aberje na categoria Relacionamento com o Investidor. É, realmente os últimos serão os primeiros. ■



As lições dos vencedores



Virou ponto capital um relatório anual apresentável, rico em números e em informações, sem que se perca a identidade da empresa. Foi o que mostraram os finalistas do Prêmio Aberje na categoria Relacionamento com o Investidor, trazendo propostas arrojadas e eficientes de relatórios de gestão. Veja algumas lições que se pode aprender com eles.

- 1 Os relatórios financeiros devem inovar em suas apresentações, com a oferta de brindes, por exemplo, aos investidores.
- 2 Responsabilidade social rima com publicação de resultados, com relatórios elaborados em papel reciclado e em braile para cegos.
- 3 Os relatórios financeiros rimam também com obras de arte, como fez a CST e seu acervo de pinturas, como de Amílcar Castro.