

7

O gerenciamento da produção da pergunta

Neste capítulo, serão identificados os fatores contextuais que orientam as estratégias utilizadas pelos analistas, levando, em consideração, suas necessidades e os objetivos do evento. Analisa-se as perguntas pela perspectiva dos enquadres escolhidos, os recursos e as estratégias de mitigação e maximização utilizadas e se identifica semelhanças e diferenças entre essas realizações, procurando relacioná-las aos fatores contextuais que as orientam.

7.1

Fatores contextuais que orientam a produção da pergunta

Na perspectiva dos participantes do mercado investidor (executivos, analistas e investidores), o objetivo explícito da atividade de fala ECCs é o de esclarecer as dúvidas que ele tem sobre os resultados da companhia.

Foi visto no capítulo 6, que os analistas estão expostos a vários tipos de necessidades para realizarem seus trabalhos. São elas que compõem os fatores contextuais que orientam a produção das perguntas:

- 1) as questões técnicas da companhia e de seu setor e as informações necessárias para a avaliação, etc. orientam os tópicos das perguntas;
- 2) as restrições legais orientam tanto os tópicos tratados como a forma como são tratados;
- 3) a necessidade de manter um bom relacionamento com a companhia para assegurar o acesso à sua administração, contar com a participação dela nas conferências e eventos promovidos por sua corretora, ser atendido prontamente;
- 4) a recomendação que ele fez para as ações da companhia e a visão que tem sobre ela;
- 5) a clientela da corretora e seus interesses, e
- 6) a relação do analista com a sua corretora, banco de investimento e os interesses que este pode ter são fatores que orientarão como o analistas farão sua pergunta.

A visão que os analistas têm da companhia e os relatórios que escrevem sobre ela, recomendando, ou não, a compra de suas ações não são públicos por se tratarem de um serviço especialista que precisa ser remunerado. O serviço é prestado para clientes institucionais e pessoas físicas de alta renda (investidores). Os relatórios são fornecidos à própria companhia por motivo de gentileza de bom relacionamento e, eventualmente, são compartilhados com a imprensa e tornados públicos.

O investidor remunerará a corretora pelo serviço prestado, a qualidade do *insights* e as recomendações de seus analistas. Portanto, se as inferências sobre as perspectivas da companhia e o que elas implicam sobre a valorização, ou não, das suas ações, são o que o têm de valor e, por isso, são “vendidas” aos clientes de preferência, por que um analista revelaria sua linha de raciocínio “grátis” através de uma pergunta feita em um evento público, no qual seus clientes e concorrentes estarão ouvindo? Por que não simplesmente telefonar para a companhia, falar com o RI, o diretor financeiro ou o presidente, e pedir seus esclarecimentos? Isto é, por que os analistas fazem perguntas nas ECCs?

Conforme um dos profissionais do *sell-side* entrevistados, a ECC não é o momento no qual se faz a “pergunta de ouro” a não ser que ela seja a única oportunidade que se terá para fazê-la¹. A razão desta postura é justamente não revelar aos outros a valiosa linha de raciocínio que levará às inferências que fará sobre o investimento. Uma pergunta de valor – aquela que revela uma perspectiva nova com implicações na avaliação do investimento – só será feita, se, antes, o analista tiver tido a oportunidade comentar seus insights com os clientes e quiser que estes ouçam do próprio executivo a resposta que confirmará sua linha de raciocínio. Essa postura se assemelha à do advogado de acusação, mencionado por Levinson (1992), que pede a testemunha para responder aquilo que todos já sabem meramente para que ela, com suas afirmações, dê sustentação à tese da acusação.

Nem todos analistas compartilham da visão de não revelar insights na ECC, e alguns disputam o primeiro lugar da fila, inclusive para fazer perguntas de alto valor². O que pode estar por trás dessas posturas opostas é justamente a diferença

1 Este caso é mais comum em outros tipos de teleconferências como as realizadas para comentar acontecimentos atípicos tais como anúncios de fusões e aquisições, troca de controle e fatos importantes positivos ou negativos.

2 Perguntas que revelem insights ou perspectivas novas ou que dirijam a alguma conclusão não vistas, etc.

de acesso e de status que eles têm perante as companhias e os clientes. Aqueles que estão em fase de construção de seu acesso e reputação se utilizam da ECC como um momento no qual podem mostrar suas ideias e seus *insights* para vários potenciais clientes. Adicionalmente, é importante lembrar que, mesmo fazendo parte de uma única comunidade de prática, teoricamente, compartilhando do mesmo conhecimento técnico, existem diferenças significativas de experiência e de capacitação.

Dessa forma, para algumas companhias, a ECC pode ser uma prática de governança corporativa adotada para mostrar transparência, e não-seletividade, mas, a não ser por uma excepcionalidade, nada de absolutamente crítico irá acontecer, porque o que é para valer não será discutido em público³. Isso não significa que, para outras companhias, a ECC não seja uma grande fonte de informação. Companhias nas quais a administração é pouco acessível, ou porque é principiante no mercado de capitais, ou porque houve uma troca de controle recente e ainda não foi possível estabelecer relacionamentos com a comunidade investidora, as ECCs são um excelente mecanismo para obter informações.

As perguntas feitas nas ECCs podem estar sendo realizadas por motivos que vão além da necessidade de obter esclarecimentos para as suas dúvidas. A ECC é também uma plataforma de exibição para os analistas se mostrarem como profissionais pela qualidade das perguntas que fazem e para reforçarem suas recomendações mediante perguntas que provoquem respostas que corroborem com suas perspectivas. É também um momento no qual realizam perguntas encomendadas por seus clientes para que estes possam ouvir as respostas sem se revelarem; fazerem perguntas para constatar perante os clientes de que a companhia não divulga certas informações e para obterem confirmações públicas de questões discutidas em reuniões ou telefonemas individuais. Estas diversas posturas, evidentemente, derivam e são possíveis dada à natureza pública do evento.

É possível, portanto, que, ao enquadre básico de “esclarecer dúvidas e obter informações para melhor avaliar o investimento”, outros podem sobrepor-se, fazendo com que a ECC vire uma plataforma para a exposição de críticas,

³ Não se pretende dizer aqui que as companhias revelam, em âmbito privado, informações privilegiadas, mas sim, que determinados raciocínios e inferências podem ser melhor explorados em ambientes privados. Veja a discussão em 6.6.

opiniões favoráveis ou não; tentativas de direcionar a “opinião pública” em determinada linha; aquisição de visibilidade, ou se tornar mera ação burocrática por parte do mercado na qual os participantes aparecem para constar e para não permitir que haja a desvalorização do evento, porque, apesar de saberem que, nem sempre, as ECCs trazem esclarecimentos adicionais, ruim com elas, pior sem elas, e o mercado, dificilmente, abriria mão deste mecanismo de divulgação ampla conquistado.

7.2

A análise das perguntas pela perspectiva dos enquadres formulados e por estratégias e recursos de mitigação e maximização utilizados

7.2.1

Natura, 3º trimestre de 2007 (Natura-3T07)

Em P1-Natura-3T07, Juliana Rosenbaum, analista *sell-side* da corretora do Unibanco pede que o executivo comente a atuação da concorrência. Sua pergunta questiona a qualidade de gestão da companhia porque coloca, em dúvida, a importância relativa do motivo pelo qual a companhia vem explicando a queda da margem EBITDA. Isto é, chama a atenção para o fato de que a companhia pode não estar dando, pelo menos, em seu discurso externo, a devida importância ao dano que concorrência está fazendo ao seu negócio. A relevância da atuação da concorrência fica implícita e é dependente do conhecimento do contexto, pois, na época em que ocorreu esta interação, a Natura vinha perdendo participação de mercado, fato que era verificável por estar apresentado um aumento de vendas inferior ao crescimento do mercado como um todo, isto é, os concorrentes estavam crescendo mais do que ela.

P1- Natura-3T07

Sra. Francine Martins:		
2		Olá, >bom dia a todos<, >é Juliana Rosembaum<, ah:
3		eu queria fazer duas perguntas:
4	→	primeiro, ah, sendo um pouco crítica (.) em relação ao posicionamento >bastante crítico de vocês=,
5	→	nos últimos quatro trimestres, em relação aos <u>erros</u> da Natura, muito <u>mais</u> do que <u>acertos</u> da competição<,
6		eu queria que vocês <u>revisitassem</u> um pouco esse argumento, quer dizer, vocês: parece, pra vocês agora que continua valendo esse argumento=
7		ou que se têm alguns <u>acertos</u> na competição =
8	→	nos competidores que têm sido ah mais relevantes nesse trimestre, ou continua valendo o argumento anterior?

Enquadre

No preâmbulo de sua pergunta, Juliana a enquadra como uma crítica – “sendo um pouco crítica em relação ao posicionamento bastante crítico de vocês” (linha 4). A analista aproveita uma referência já utilizada pela companhia os “erros” (linha 5) que a Natura cometeu. Ao mesmo tempo, ela cria a oposição com os “acertos da competição” (linha 5). Em seguida, ao formular a pergunta específica, enquadra-a como uma solicitação de “revisitar” e “validar” (linha 6) a explicação de que o desempenho recente da companhia era causado por erros que ela própria cometeu ao invés de por acertos da concorrência. Este enquadre suaviza a questão que é sensível para a companhia – a atuação da concorrência – por indagar sobre ela de forma indireta.

Mitigação e Maximização

Em P1-Natura-3T07, Juliana Rosenbaum marca sua fala, primeiro, prevenindo que será crítica (linha 4) em relação a uma posição adotada por eles, e, segundo, fazendo referência a uma avaliação usada pela companhia anteriormente (linha 5). Ela reduz a intensidade da crítica com atenuante “pouco” e com a afirmação de que eles próprios já adotam um posicionamento “bastante crítico” sobre eles mesmos (linha 4). No entanto, ao especificar o posicionamento ao qual está se referindo, enfatiza a oposição entre os “erros da Natura, muito mais do que

os acertos da concorrência”, pronunciando “erros”, “mais” e “acertos” com mais força.

Embora peça que eles revisitem um “pouco” o assunto, após um reparo, reformula e é específica na sua indagação, pedindo que eles escolham entre duas opções: 1) se prevalecem os “erros da Natura”, ou 2) há maior relevância dos “acertos da concorrência” (linha 8). Pode-se observar a estratégia para proteger sua face, utilizando expressões já usadas pela companhia, mas, quando, finalmente, formula a pergunta ela é absolutamente específica no que ela quer ouvir, fechando as opções de resposta do executivo para sim/não, embora o uso da conjunção alternativa “ou” deixe o sentido indeterminado.

7.2.2

Light - 4º trimestre de 2006 (Light – 4T06)

A P2-Light-4T06 foi selecionada da sessão de perguntas e respostas da ECC em português da Light referente ao terceiro trimestre de 2007. A pergunta é feita por Cristina Garcia da Lopes Filho Associados, e o assunto são as “perdas” da Light. Cristina questiona a qualidade da gestão porque relaciona o indicador “perdas” ao uso de mão-de-obra terceirizada e se a administração não está atenta para o fato de que o indicador alto é, em parte, causado pela decisão da própria gestão.

P2–Light-4T06

		Cristina
34		[Outra coisa que eu] Oi: outra coisa que eu venho reparando(),
35		que eu reparo há algum tempo, é o seguinte:
36		Light e... Ampla, né, por estarem no Rio ::
37		e a economia do Rio :: desandou, né↑,
38		foi terrível nos últimos 8 anos:, tá↑,
39		tem o mesmo problema, perdas altas,
40	→	e também, eu percebo, que as duas foram as primeiras a serem privatizadas e tem <u>m</u> uito número de terceiros, ta,↑
41	→	e eu acho, na minha visão, que é um problema comum (.) entre ambas,
42	→	que o que me parece é o seguinte, terceiros, funcionário que é terceirizado não está muito interessado em combater PERDAS,
43		ele está mais interessado, em colocar um dinheirinho no bolso e deixar passar.
44		Vocês PENSAM: nisso?

Enquadre

Em P2-Light-4T06, Cristina Garcia enquadra a questão do indicador “perdas” como sendo um problema geral, após um reparo na linha 34, ela reenquadra a questão de perdas como um problema das duas operadoras do Estado do Rio de Janeiro, mostrando seu conhecimento técnico sobre o impacto da economia na empresa, mas, novamente, reconhecendo que não é um problema exclusivo da Light, e o atribui a uma força maior que é o mau desempenho da economia do Estado. Ao fazer isso, ela alivia a administração Light.

Ao perguntar se a companhia “pensa” (linha 44) sobre a possibilidade de existir uma relação positiva entre o indicador perdas e o uso de mão-de-obra terceirizada, opta por uma forma indireta de colocar sua indagação, enquadrando a questão como um item sobre o qual a administração poderia já ter pensado a respeito. Ter métodos e processos para averiguar se as ações tomadas pela gestão estão sendo eficazes é um elemento da qualidade da gestão, portanto, pensar, questionar e verificar se o uso de mão-de-obra terceirizada está sendo eficaz não é uma opção, é uma obrigação da gestão, por isso, ao perguntar se pensam sobre o assunto, a analista está sendo gentil.

Mitigação e Maximização

Em P2-Light-4T06, Cristina Garcia diz que as duas empresas (Light e Ampla) compartilham o fato de terem sido privatizadas há vários anos e de terem muitos terceirizados. Embora a própria analista coloque a “privatização” e “terceirizados” em paralelo, a relação causal entre privatização e mão-de-obra terceirizada é inferida por força do contexto. Esta relação é implícita a partir do conhecimento de que muitas companhias privatizadas realizaram trocas de mão-de-obra primária por terceirizada em implementações que, nem sempre, tiveram sucesso. Cabe aqui ressaltar que esta é uma realização verbal para a qual o conhecimento de contexto, conforme apontado por Arminem (2000), tem importância para possibilitar essa inferência e para interpretar que o paralelismo escolhido pela analista é uma ação mitigadora utilizada para evitar a realização de um ato de fala que explicita a relação causal privatização-terceirização.

Portanto, implicitamente, a analista relaciona a “entidade” abstrata – a privatização – pela contratação de mão-de-obra terceirizada, outra entidade abstrata. E, utilizando-se de diversos auto-protetores de face, “eu percebo”, “eu acho”, “na minha visão”, “que me parece”, associa o terceirizado ao nível de perdas. É interessante observar que a responsabilidade de não combater as perdas é jogada novamente em um terceiro abstrato – o terceirizado que prefere “colocar um dinheirinho no bolso” ao invés de “combater perdas”, ao contrário do que seria lógico, isto é, responsabilizar os executivos da companhia que tomam as decisões pela má gestão do indicador “perdas”.

A analista mitiga o ato de ameaça à face, provocado pela pergunta sobre o indicador “perdas”, feito à administração através do uso de auto-protetores, nominalizações e de relações causais não-implícitas. A pergunta de Cristina fecha o tema com muita cautela e proteção. Entre as perguntas analisadas neste trabalho, é a mais caucionada. Este comportamento pode estar relacionado ao fato de que Cristina está no nível mais baixo da hierarquia de analistas, pois trabalha para uma companhia de pesquisa independente. Esta hierarquia, segundo um dos analistas *sell-side* entrevistados, teria a seguinte escala: 1) as grandes casas de investimento americanas como o Morgan Stanley, o Credit Suisse First Boston e o JP Morgan; 2) os grandes bancos brasileiros ou não americanos, como Itaú, Unibanco e

Santander; 3) corretoras independentes, como Ativa e Ágora, e por último, empresas de pesquisa independentes, como a Lopes Filho.

7.2.3

JBS-Friboi - 2º trimestre de 2008 (JBS - 2T08)

As perguntas P1-JBS-Friboi 2T08 e P2-JBS-Friboi 2T08 foram obtidas na ECC do segundo semestre de 2008 da JBS-Friboi da qual participaram cinco analistas que fizeram seis perguntas. A JBS adota uma prática diferente do mercado: ela solicita que o analista faça só uma pergunta por vez, introduzindo, na sua ECC, uma restrição de fala adicional.

Há como se observar que cinco das seis perguntas feitas na ECC da JBS no segundo trimestre de 2008 estavam relacionadas à redução da margem EBITDA, principalmente, nas operações brasileiras que caíram de 12,2% no primeiro trimestre de 2008 para 4,9% no segundo trimestre de 2008.

Em matéria de temática, só existe um ponto em questão: a queda de 58% da margem EBITDA na operação brasileira de 12,2% para 4,9% entre o primeiro e segundo trimestres de 2008. Mas as perguntas de Lucas Estela (P1) e Jander (P2), claramente, questionam a qualidade da gestão ao indagar por que as margens da JBS-Friboi são menores do que a dos concorrentes.

P1-JBS-2T08 - Lucas Estela do banco Itaú (analista *sell-side*)

Lucas Estela, Banco Itaú		
1		Eh, Olá, bom dia a todos.
2		Minha pergunta também eh sobre a margem EBITDA no Brasil.
3	→	eh, gostaria de entender, hum hum, por que a a Friboi eh opera com uma margem EBITDA eh um pouco menor que seus principais concorrentes, os grandes frigoríficos, né.
4		Até que ponto isso há uma diferença de estratégia, eh posicionamento de mercado, enfim se você pudesse esclarecer um pouco.

Enquadre

Lucas Estela, em P1-JBS-Friboi 2T08, enquadra a pergunta como uma necessidade de entender e manifesta, para o executivo, este desejo ao invés de

pedir para lhe explique a razão pela qual a margem EBITDA da Friboi é menor do que a dos concorrentes. Ao fechar a pergunta, faz outra alteração de enquadre (linha 4) para questionar “até que ponto” a diferença de margem ocorre por uma decisão estratégica dos gestores (a de cobrar preços mais baixos e trabalhar com margens menores para ganhar mercado), ou a alternativa, não explicitada pelo analista provavelmente por ser desfavorável à companhia, seria atribuir a menor margem a uma má gestão de custos e despesas.

Mitigação e Maximização

Apesar de realizar uma pergunta direta, pois compara a margem da companhia com a dos concorrentes, afirmando que ela é menor, a fala de Lucas é caucionada pelo enquadre inicial da pergunta e pelo uso do atenuante “pouco” para caracterizar a diferença entre as margens EBITDA da companhia em relação à dos concorrentes. Cabe notar que a introdução do elemento informativo crítico da pergunta – as margens inferiores a de seus concorrentes é realizada através de uma manifestação paralinguística “hum hum” (linha 3), possivelmente uma pista de contextualização, revelando desconforto por parte do analista em fazê-la, e a noção de que o ponto seria forte.

P2-JBS-2T08 - Jander do banco Pactual (analista sell-side)

Marcos Getúlio, Pactual		
40		Na verdade, é o Jander, na verdade, é o Jander que tá falando. Eu tenho uma pergunta.
41		A minha pergunta é sobre o Brasil ainda, Joesley, como você comentou aí, o que que você espera pela frente,
42		eu queria saber se, de alguma maneira, você acha que
43	→	você vai operar de uma forma diferente da maioria da indústria, ou seja, você vai ... você vai querer operar como capacidade maior,
44		dado que você disse que o retorno não é tão ruim, e que, na verdade, a gente tem que olhar margem por cabeça em dinheiro nominal, não necessariamente, percentual,
45	→	ou seja, a pergunta é a seguinte: você acha que, nos próximos trimestres, a gente vai ver volume pra JBS, mais crescimento de volume ao invés de <i>market share</i> , mesmo que, com margem um pouco pior, essa comparação vai valer quando a gente for olhar os outros <i>players</i> ? Essa é a pergunta?

O Jander intensifica sua pergunta, repetindo que tem uma pergunta (linha 40) (Labov, 1972), que a pergunta é sobre Brasil (linha 41), e que a pergunta dele é (linha 30), e essa é a pergunta (linha 45), como um recurso interativo para manter o turno (Tannen, 1989), já que ele não era quem estava na fila e teve que corrigir se anunciando “na verdade, é o Jander, na verdade, é o Jander que está falando” (linha 40).

Enquadre

Jander enquadra a pergunta como pedindo opinião “você acha” (linha 43), que é reforçado quando ele fecha a pergunta na linha 43 com “você acha que nos próximos trimestres...”. No caso em questão, o que se quer saber não é a opinião, mas sim, a estratégia da companhia, pois, se não se tratar de uma estratégia consciente, a má gestão está implicada.

Mitigação e Maximização

A proteção que Jander faz no preâmbulo de sua pergunta é iniciada através de uma afirmação de direção indefinida: é uma decisão do executivo “operar diferente da indústria” (linha 43). “Diferente” é ambíguo. O sentido dessa direção – de que a companhia operará com margens menores do que a indústria - fica implícito pela afirmação que segue “que vai querer operar com capacidade maior” (linha 43). Porém esta interpretação requer conhecimento técnico específico para ser feita e exemplifica as condições especiais de inferência a qual se refere Drew & Heritage (1974), presente nas interações institucionais. Em análise financeira, considera-se a possibilidade das companhias optarem por dois cursos de ação: 1) operar volumes menores com margens maiores ou 2) operar volumes maiores com margens menores. Ao mencionar a opção de operar com capacidade maior, o analista está implicando a decisão de operar com margens menores.

Jander cauciona sua fala repetindo afirmações que o executivo fez em resposta a uma pergunta anterior na ECC e diz “dado que você disse que o retorno não é tão ruim” e “a gente tem que olhar margem por cabeça em dinheiro nominal” (linha 44). Ao repetir o executivo, o analista se distância da afirmação, não é ele que está dizendo aquilo, é o próprio executivo.

O que ficou implícito no preâmbulo da pergunta é explicitado na formulação da indagação em si: “você acha que, nos próximos trimestres, a gente vai ver volume pra JBS, mais crescimento de volume ao invés de *market share* mesmo que com margem um pouco pior, essa comparação vai valer quando a gente for olhar os outros players?” E, mesmo sem o conhecimento de análise financeira, fica clara a relação feita entre volume e margens menores.

Um aspecto a ressaltar é que a pergunta de Jander refere-se à mesma questão colocada por Lucas Estela, isto é, ao fato da companhia apresentar margens EBITDA menores do que as dos concorrentes, então surge a indagação de por que Jander repete uma pergunta já feita. Será que não ouviu ou prestou atenção na resposta da primeira, ou será que não considerou a resposta dada pelo executivo satisfatória? Jander faz referência a afirmações feitas pelo executivo da companhia em perguntas anteriores, e isto sugere que ele estava prestando atenção às respostas da ECC e que pode ser uma indicação de que não tenha ficado satisfeito com a resposta dada a primeira pergunta.

7.3

Semelhanças e diferenças e relação com os fatores contextuais que orientam a produção das perguntas

Nas quatro perguntas analisadas observa-se algumas semelhanças e diferenças:

1) os tópicos abordados estavam estritamente relacionados ao contexto econômico da companhia na ocasião da divulgação, e foram manifestadas preocupações com a concorrência (P1-Natura-3T07) e gestão de custos e despesas (P2-Light-4T06 e P1 e P2-JBS-2T08);

2) do ponto de vista da estrutura das perguntas, elas contêm um preâmbulo aberto no qual se propõe o enquadramento que se deseja dar à questão e uma segunda parte na qual é feita a pergunta propriamente dita;

3) os enquadres escolhidos são diferentes: realização de crítica (P1-Natura-3T07), problema genérico do setor e indagação se a companhia pensa sobre o assunto (P2-Light-4T06), necessidade de entender (P1-JBS-2T08) e pedido de opinião (P2-JBS-2T08). Apesar de diferentes, os enquadres escolhidos em podem avisar o que está por vir (P1-Natura-3T07), mas têm, em comum, o efeito de suavizar a questão principal da pergunta, são estratégias mitigadoras;

4) além dos enquadres, esses analistas fizeram uso profuso de recursos mitigadores, e os principais encontrados na proteção de suas faces foram: 1) uso de atenuantes e protetores de face do falante (todas as perguntas); 2) responsabilização de terceiros abstratos (P2–Light-4T06), e 3) referências e utilização de termos e raciocínios já expostos pela própria companhia (P1–Natura-3T07 e P2–JBS-2T08). Eles também utilizaram recursos para proteger a face dos executivos, minimizando a responsabilidade da companhia e sugerindo caminhos explicativos (P1 e P2–JBS-2T08).

5) apesar das estratégias de mitigação, todos foram específicos ao solicitar esclarecimentos sobre as questões de interesse, demonstrando, que nessas perguntas, prevaleceu a função especialista e a necessidade de obter a informação ou a opinião do executivo.

As estratégias utilizadas por estes analistas na produção de suas perguntas são caracterizadas por um intenso trabalho de face que tem por finalidade conciliar objetivos conflitantes: 1) a necessidade de obter informações para avaliar, corretamente, o investimento nas ações da companhia – que consiste em um ato de ameaça à face do executivo e sua gestão por, frequentemente tocar em aspectos e indicadores da qualidade da gestão; 2) a necessidade de manter um bom relacionamento com os executivos da companhia de forma a não melindrar a oportunidade de acesso que tem à própria ECC; ao atendimento pronto da companhia a seus telefonemas, suas visitas e a de seus clientes; ao acesso aos executivos do alto escalão, e a participação da companhia em conferências ou eventos promovidos por sua corretora entre outros.

As ações mitigadoras também estão relacionadas à necessidade de demonstrar deferência aos executivos em questão, seja porque eles estão em posições de maior poder de fato, seja porque é uma tática preventiva importante fazer parecer que esta deferência existe.