

COLABORADORES DO IBRI



**“Profissional de RI ganhou um viés mais estratégico durante a pandemia”, ressalta
Natasha Utescher, vencedora do Prêmio APIMEC IBRI**

Natasha Utescher, diretora vice-presidente do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), enfrentou o maior desafio da sua carreira durante a pandemia da Covid-19: tornou-se gerente de RI da Dexco em um momento de incertezas.

Com mais de sete anos de experiência na área de Relações com Investidores, Natasha Utescher venceu o Prêmio APIMEC IBRI 2021 na categoria Melhor Profissional de RI – Small/Middle Cap. Ela acredita que hoje há uma versatilidade muito maior em relação aos meios de comunicação com investidores, visto que houve um grande avanço na tecnologia.

“Permita-se não saber; o RI não é um ‘sabe tudo’, ele está aprendendo, a confiança se gera com transparência”, declara.

A seguir acompanhe a entrevista com Natasha Utescher, a primeira mulher a vencer o Prêmio

Como você vê a evolução da profissão de Relações com Investidores nos últimos dois anos?

Natasha Utescher: Nos últimos dois anos, a demanda foi por profissionais de Relações com Investidores mais estratégicos e buscando se posicionar de forma transparente.

Eu nunca concordei, mas o profissional de RI tinha anteriormente um viés um pouco comercial. A área de RI ganhou o posicionamento de profissional de contingência, de risco e de alinhamento. Passou a ser exigido um viés mais estratégico e menos operacional.

Querendo ou não, a comunicação em geral, na pandemia, acabou ganhando mais relevância dentro das empresas. E para o mercado, o canal com os profissionais de Relações com Investidores em cenários de incerteza também ampliou a importância, dada a necessidade de alinhamento de expectativas.

“A comunicação transparente e de confiança acaba sendo fundamental para o relacionamento de longo prazo com o mercado”, afirma. Obviamente, essa já era uma função do RI, mas em cenário de crise isso se torna mais evidente.

Vejo que a área ganhou muita relevância dentro e fora das empresas. Os investidores estão requerendo um nível de senioridade maior do profissional. A abrangência dos temas tem sido mais necessária e até a própria comunicação em site, comunicados e apresentações. Observamos o *boom* de *podcasts* e o alinhamento das informações com redes sociais, como Twitter e LinkedIn.

Que características interpessoais e técnicas você acredita que não podem faltar aos profissionais de RI atualmente?

Natasha Utescher: Minha visão é que o RI não pode ser uma pessoa tímida. Tem que ter “jogo de cintura” e ser uma pessoa comunicativa. Relações com Investidores é uma área que o nome começa com a palavra relações. Você precisa saber se relacionar, se comunicar e se posicionar. É preciso ter domínio da linguagem.

Hoje não vejo o RI como uma área que dispensa saber de finanças corporativas. Nosso principal público é o acionista de mercado, o que engloba investidores, analistas e casas de análise. E todas as informações que transmitimos serão convertidas em números no processo de avaliação da empresa. Da mesma forma que os profissionais de RI têm que ser comunicativos, precisam apresentar uma tecnicidade robusta para conseguir se comunicar com o público de investidores de forma assertiva.

Vejo hoje duas características muito fortes: a base regulatória da CVM (Comissão de Valores

Mobiliários) e a comunicação.

O que alterou na atuação do RI nos últimos dois anos?

Natasha Utescher: Acho que os canais de comunicação. Tivemos um *boom* das redes sociais e novos canais de comunicação. Por exemplo, não estávamos habituados a fazer *podcast*. A apresentação de resultados era feita em geral via telefone e hoje a presença dos vídeos é notável. Há a interface de comunicação via rede social e em veículos mais versáteis que o próprio site.

Na parte de comunicação, surgiram novos meios para se comunicar. Já no dia a dia, eu diria que o profissional de RI reduziu a participação presencial. Atualmente, utilizamos ferramentas como o Zoom e o Teams. O ideal é ser presencial? Sim. Mas há agora uma versatilidade muito maior em relação aos meios de comunicação com investidores.

Então, hoje temos uma velocidade maior na comunicação e isso engloba todos os pontos. Isso também envolve as novas casas de *research* e o crescimento no número de investidores pessoas físicas. Isso requer mais dinamismo na área de Relações com Investidores.

Você acha que a pandemia acelerou a questão de digitalização das áreas de RI?

Natasha Utescher: Com certeza. Era um processo que já vinha acontecendo e na nossa vida evoluiu também. Primeiro, falávamos apenas por telefone e só com esta opção ou então promovendo reuniões presenciais. As pessoas trabalhavam nos escritórios corporativos, ou seja, ainda não havia a opção de trabalhar em *home office*. A pandemia proporcionou essa versatilidade. A pandemia fez com que as pessoas tivessem que se adaptar.

Em termos de atendimento ao investidor pessoa física, o que não pode faltar na comunicação com este público?

Natasha Utescher: Historicamente, a área de RI é muito técnica e fala com uma linguagem pouco acessível. Então, por exemplo, é comum se falar EBITDA ajustado. A primeira dúvida do investidor é: o que é EBITDA? E aí você tem outra linha que é a variação do ativo biológico e as dúvidas são: o que é isso? Como ele é calculado?

Acredito que quando o RI vai se comunicar com o público pessoa física o primeiro ponto é ter simplicidade na forma como vai comunicar as informações, isso envolve ter um vocabulário mais simples e universal, ter um glossário para explicar os termos utilizados, e ter uma sessão de perguntas e respostas no site.

Eu vou ter muita dificuldade para levar 20 mil investidores ao mesmo tempo para visitar a fábrica, mas posso ter um vídeo mostrando a unidade fabril. É preciso simplificar e utilizar a tecnologia para facilitar a comunicação.

Obviamente, a imprensa acaba tendo um papel relevante, uma vez que se comunica bastante com o público investidor. É preciso então ampliar a interação com jornalistas e casas de análise para garantir ampla divulgação do que está acontecendo na companhia.

Qual foi o maior desafio da sua carreira e como você o enfrentou?

Natasha Utescher: Foi na pandemia. Eu me tornei gerente de RI no meio da pandemia e estava tudo muito incerto e precisei alinhar a comunicação com os investidores. Foi preciso criar um canal de comunicação on-line.

Se você pudesse dar um conselho para os profissionais de RI que estão ingressando na carreira agora, qual seria?

Natasha Utescher: Seja honesto. Quando você não sabe, é melhor dizer que não sabe. Assim, é possível buscar a informação e evitar responder uma coisa que não tem certeza. Não é vergonha nenhuma não saber. É preciso ter a humildade de dizer que não sabe e ir procurar a resposta. Isso é muito importante. A confiança se gera com transparência.

Como é ser a primeira mulher a vencer o Prêmio APIMEC IBRI?

Natasha Utescher: Foi muito legal. Eu não estava esperando que fosse acontecer e foi uma surpresa. Fiquei bastante emocionada, principalmente pelos grandes nomes com quem estava competindo.

Fiquei muito feliz e honrada. Com mais de sete anos atuando como profissional de Relações com Investidores, passei por várias etapas da entrada de mulheres na área. Lembro que, no começo, fazia reunião com quinze, vinte homens e não tinha mulher nem na própria empresa em que eu trabalhava. Hoje, você vê as mulheres ganhando espaço nesse mercado, sendo reconhecidas no mesmo patamar que homens. E poder representar esse grupo já tendo visto este movimento acontecer, foi uma grande honra.

Sobre o Prêmio APIMEC IBRI

Os vencedores de cada uma das sete categorias foram: (a) Melhor Analista de Valores Mobiliários - Domingos Toledo Piza Falavina; (b) Melhor Casa de Análise de Valores Mobiliários - Banco BTG Pactual; (c) Melhor Casa de Análise Independente de Valores Mobiliários – Eleven; (d) Melhor

Profissional de RI – Small/Middle Cap - Natasha Utescher; (e) Melhor Profissional de RI - Large Cap - Geraldo Soares; (f) Melhor Prática e Iniciativa de RI - Small/ Middle Cap – Movida; e (g) Melhor Prática e Iniciativa de RI – Large Cap - Banco Itaú Unibanco.

O 2º Prêmio APIMEC IBRI teve abrangência nacional em sete categorias e contou com o patrocínio das empresas: B3 (Brasil, Bolsa, Balcão); BNY Mellon; Innova - All Around The Brand; Madrona Advogados; MZ; e Luz Capital Markets - Printer.

A solenidade do 2º Prêmio APIMEC IBRI foi transmitida por canal do YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=X_a9P1mD5YM