

COLABORADORES DO IBRI

AXIA
ENERGIA

[B]³ BRASIL
BOLSA
BALCÃO

BRB
BANCO DE BRASÍLIA

BANCO DO BRASIL

BANCO MERCANTIL

banrisul



Bradesco

Braskem
Petroquímica Brasileira de Classe Mundial

BRIDGE

CAIXA

CEMIG

**CESCON
BARRIEU**
ADVOGADOS

copasa

cosan

CTG Brasil

Deloitte.

DEMAREST

DEXCO

GERDAU

itaú

ITAÚSA

Klabin

MATTOS FILHO

pwc

BR
PETROBRAS

report :

SANEPAR

SUZANO

TozziniFreire.

USIMINAS U

VALE

VDV
ADVOGADOS

Raio-X do Mercado MZ: Como os Dados Comprovam o Impacto da Metanarrativa no Valor das Ações

“O mercado financeiro vive a ‘era da metanarrativa’. Esta é a conclusão de levantamento que analisou o comportamento de centenas de companhias brasileiras de capital aberto durante a temporada de balanços do quarto trimestre de 2025 e o desempenho das ações no primeiro trimestre de 2026. Extraídos de quatro estudos da MZ, os dados derrubam o mito de que ‘apenas os números importam’ e provam de forma quantitativa que a maneira como a empresa comunica seus resultados afeta diretamente a percepção do mercado”, afirma Cássio Rufino, Diretor de Operações, Marketing e Relações com Investidores da MZ.

O "Prêmio" pela Comunicação Ativa – O estudo demonstra correlação entre o desempenho das ações e a atuação institucional nas redes sociais. A pesquisa monitorou 342 empresas (292 delas com ações negociadas no primeiro trimestre de 2026). O resultado registrou a existência de um "prêmio pela comunicação ativa": 61% das empresas que divulgaram seus resultados no LinkedIn apresentaram

desempenho positivo em suas ações, contra 55,9% daquelas que não realizaram postagens.

“Apesar dessa vantagem, a ferramenta ainda é subutilizada pela maioria do mercado. O estudo aponta que 61,4% das empresas não publicaram seus balanços na rede. Pior ainda é a ausência da alta liderança na construção de autoridade: apenas 11,9% dos presidentes, diretores financeiros e diretores de Relações com Investidores usaram seus perfis pessoais para abordar os resultados, desperdiçando uma oportunidade fundamental de conexão e influência”, enfatiza Cássio Rufino.

“Quando as empresas postam, o levantamento mostra que o ‘texto puro morreu’. Para reter a atenção do investidor, o padrão atual exige dinamismo visual, com a ampla maioria das companhias optando por formatos que unem texto com carrosséis em PDF ou vídeos curtos (de até dois minutos)”, destaca.

A Humanização e Logística dos Calls de Resultados – O Raio-X do quarto trimestre de 2025 também mapeou mudanças profundas no formato e na logística das conferências de resultados, mostrando um esforço da gestão em reduzir a assimetria de informações.

Segundo Cássio Rufino, “hoje, 100% das companhias já utilizam plataformas de videoconferência, consolidando o abandono das tradicionais ligações telefônicas. A principal inovação, porém, está na empatia gerada pelo vídeo: 51% das empresas realizaram suas apresentações com as câmeras abertas, buscando maior engajamento visual com os analistas”.

Em termos de logística corporativa, a pesquisa revelou o padrão de divulgação do Brasil:

- Período: 88% das empresas divulgam seus balanços após o fechamento do mercado.
- O "Horário Nobre": O horário favorito para as conferências é às 11h (31% dos calls), seguido de perto por 10h (26%).
- Tradução: 85% dos calls contaram com tradução simultânea, refletindo a importância do capital estrangeiro.
- Acessibilidade (Ponto de Atenção): Enquanto as traduções estão em alta, a acessibilidade digital é falha. Nas publicações de vídeo no LinkedIn, apenas 36% possuíam legendas e 6% contavam com intérpretes de libras, representando um risco reputacional.

Foram declarados R\$ 248,9 bilhões em proventos nas Demonstrações Financeiras Padronizadas de 2025, com os dividendos representando 54,9% do total e JCP (Juros sobre Capital Próprio), os demais 45,1%. Em volume financeiro, o setor Financeiro liderou isoladamente (31% do total), seguido pelo setor de Petróleo e Gás (19,5%). Já o setor de Energia Elétrica liderou em número absoluto de empresas pagadoras. “O estudo conclui que a distribuição de proventos vai além do retorno financeiro; é um reflexo de maturidade e disciplina que atua diretamente na redução do custo de capital das companhias”, frisa.

O Novo Desafio: SEO, IA e a Jornada Não Linear – A pesquisa aponta para a nova fronteira das

Relações com Investidores: a busca orgânica. O Google processa até 16 bilhões de buscas diárias, e o ChatGPT já ultrapassa a marca de 2 bilhões. Isso significa que a jornada de informação do investidor deixou de ser linear, diz Cássio Rufino.

“O mercado começa a entender que a conversão da comunicação deve ocorrer ‘dentro de casa’. O estudo revela que 62,2% das publicações com links já direcionam o público corretamente para o site de RI, em vez de enviar o tráfego para notícias externas ou links de webcast expirados”, afirma.

“É vital que a arquitetura tecnológica desses sites esteja pronta. Uma vez que o investidor pode iniciar a pesquisa em uma rede social ou diretamente na Inteligência Artificial. O site da companhia precisa possuir técnicas avançadas de SEO (Search Engine Optimization) para que a Inteligência Artificial faça a leitura exata do guidance, dos resultados e da tese da empresa”, enfatiza.

“Os dados evidenciam que o sucesso da área de RI de alta performance não se restringe à compilação de dados trimestrais. Dominar a narrativa exige transparência em vídeo, constância nas redes sociais e precisão tecnológica nos mecanismos de busca”, conclui Cássio Rufino.

Para acompanhar os estudos do Raio-X do Mercado MZ, basta acessar:

<https://hi.switchy.io/tu9X>