

COLABORADORES DO IBRI



Vencedor do Prêmio APIMEC IBRI, Banco do Brasil foca em comunicação fluida, correta, tempestiva e inovadora

“Buscamos sempre superar as expectativas do mercado com uma comunicação fluida, correta, tempestiva e inovadora”, afirma Janaína Storti Prandina, Gerente-Geral de Relações com Investidores do Banco do Brasil. Em 2022, o Banco do Brasil foi o vencedor do Prêmio APIMEC IBRI na categoria melhor prática e iniciativa de RI – Large Cap e, segundo a executiva, reflete o compromisso do banco com transparência, a equidade e o diálogo aberto e construtivo com seus acionistas e também com os analistas de mercado.

O Prêmio APIMEC IBRI foi idealizado há três anos pelo IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) e pela APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais) com o objetivo de agradecer as melhores práticas do mercado bem como os melhores profissionais de Relações com Investidores e analistas.

A seguir acompanhe a entrevista com Janaína Storti para a Revista RI sobre práticas de RI, comunicação com o investidor, interação com *stakeholders*, agenda ASG (Ambiental, Social e Governança), dentre outros temas relacionados ao dia a dia do profissional de Relações com Investidores.

Revista RI: Como vocês receberam o prêmio melhor prática e iniciativa de RI Large Cap pelo Prêmio Apimec IBRI?

Janaína Storti: Ter a prática de Relações com Investidores do Banco do Brasil reconhecida por entidades de mercado tão relevantes quanto a APIMEC e o IBRI é motivo de muito orgulho. Essa premiação reflete o compromisso do BB com a transparência, a equidade e o diálogo aberto e construtivo com os seus quase 1 milhão de acionistas e com os analistas de mercado.

Revista RI: Na sua opinião, qual é o diferencial da empresa para ter sido reconhecida pelo mercado e ganhado o Prêmio APIMEC IBRI?

Janaína Storti: Buscamos sempre superar as expectativas do mercado com uma comunicação fluida, correta, tempestiva e inovadora. E nesse sentido, apresentamos uma sequência de aprimoramentos que têm sido avaliados positivamente pelos diversos *stakeholders*. Essas melhorias vão desde a reformulação do site de RI e do relatório de análise do desempenho até a criação de novos materiais e adequação das mídias de interação com o mercado.

Entre os exemplos estão a realização de lives trimestrais de resultados, com tradução simultânea e intérprete de Libras, além de material de resultado com abordagens especiais para os investidores pessoa física, em linguagem mais dinâmica e acessível, a exemplo dos *pocket* vídeos dos administradores sobre os números do BB, que são publicados em nas redes sociais do BB ou o boletim InformAções BB.

Entre janeiro de 2019 e dezembro de 2022, nossa base de acionistas pessoa física mais do que dobrou e a comunicação com esse público tem sido aprofundada. Além disso, no ano passado realizamos o BB Day com o apoio da APIMEC em um formato híbrido. Esse foi o primeiro evento de Relações com Investidores do Brasil realizado com experiência no Metaverso, quando os participantes puderam conhecer mais sobre a atuação do Banco no segmento agro, nossa premiada Universidade Corporativa, o atendimento especializado a nossos clientes e as iniciativas ambientais e sociais, dentre outras.

Revista RI: O que não pode faltar na comunicação com o investidor?

Janaína Storti: Os principais ativos da comunicação com o investidor são a disponibilidade e o interesse em ajudá-los a entender melhor o resultado e a abrangência dos negócios do BB.

Entendemos a importância de estar próximo do mercado trazendo esclarecimentos sobre os potenciais impactos nos nossos resultados e atualizações sobre as ações tomadas para a gestão do negócio. Para isso, um aspecto essencial é a transparência, com o acesso aos acionistas a toda informação relevante sobre a situação financeira, os projetos, os riscos e as oportunidades da empresa.

Outro aspecto é que essa comunicação deve ser padronizada, com os acionistas recebendo as informações de forma clara, objetiva, comparável e consistente, seguindo um fluxo definido e ferramenta adequada.

Revista RI: Como a empresa gerencia a interação com seus *stakeholders*? No dia a dia, como é feito esse contato?

Janaína Storti: Temos uma equipe voltada ao atendimento que presta auxílio direto pelos diversos canais (telefone, e-mail, Fale com RI, no nosso portal na internet, reuniões virtuais e presenciais, além do atendimento a conferências e *non-deal roadshows* no Brasil e no exterior). Além do time de RI, o Banco do Brasil faz questão de ter seus administradores presentes nas agendas com o mercado.

Revista RI: Qual é a principal preocupação da empresa com a questão ambiental, social e de governança? Desses três, qual é o mais crítico?

Janaína Storti: A agenda ASG (Ambiental, Social e Governança) está em constante evolução e tem cada vez mais ganhado relevância no mercado investidor em diversas frentes.

No Banco do Brasil, a sustentabilidade empresarial, mais do que uma prática, é um aspecto transversal na estratégia, na gestão dos negócios e dos processos, sempre pautada na premissa de integrar a geração de valor econômico à transparência, à governança corporativa e à responsabilidade socioambiental.

Entendemos que exercemos papel transformador na sociedade na oferta de produtos e serviços, na promoção da transição para uma economia mais inclusiva e de baixo carbono e na ampliação da atuação com criação de valor, sem descuidar dos riscos e oportunidades presentes no atual cenário global, dentro da lógica ASG.

O BB reconhece os desafios para o futuro e assumiu 10 compromissos para um mundo mais sustentável. Alguns deles são: a redução das emissões de gases de efeito estufa, incentivo à agricultura sustentável, promover a diversidade e a inclusão, apoiar o desenvolvimento local e regional, entre outros.

Revista RI: Como ocorre o gerenciamento dos riscos da empresa em termos de sustentabilidade?

Janaína Storti: O Banco do Brasil tem a transparência, a ética, a responsabilidade socioambiental e o compromisso com o desenvolvimento sustentável como orientadores das práticas administrativas e negociais e dos relacionamentos com os públicos de interesse. O Banco do Brasil revisou recentemente sua Política Específica de Responsabilidade Socioambiental (PRSA) que orienta o comportamento do BB em relação à responsabilidade socioambiental.

O gerenciamento dos riscos socioambientais está inserido na gestão integrada dos riscos corporativos do BB por uma área segregada e especializada no tema. Temos ainda diretrizes específicas para os financiamentos e investimentos considerando os aspectos socioambientais.

Revista RI: Quais são os diferenciais da área de RI?

Janaína Storti: A Unidade Relações com Investidores é a área estratégica responsável não apenas por reunir e divulgar as informações do conglomerado e atender às demandas do mercado, mas também por promover a constante troca de experiências entre a instituição e analistas, investidores e demais *stakeholders*.

Essa troca envolve interagir e se engajar com vários agentes do mercado financeiro, trazendo informações variadas e valiosas sobre as tendências e novidades do setor. Também envolve administrar as expectativas dos investidores e analistas, oferecendo um desempenho previsível e transparente. E disponibilizando informações estratégicas que projetam o futuro e o valor da empresa.

Revista RI: Se pudesse dar um conselho para as empresas que estão pensando em abrir capital, qual seria?

Janaína Storti: É um passo extremamente importante na vida de qualquer companhia. Com a abertura de capital, abre-se também um novo capítulo que exige transformação cultural. Para isso, as empresas precisam se preparar para a transparência e comunicação com o mercado. Abrir o capital implica maior exposição da empresa ao mercado e aos órgãos reguladores. Isso significa que a empresa terá que divulgar informações periódicas e precisas sobre seus resultados, suas operações, seus projetos e seus planos futuros. Em conjunto, a empresa terá que seguir normas rigorosas de governança corporativa, ética e *compliance* que garantam a confiança dos investidores.

Além disso, abrir capital exige boa comunicação com o mercado e com os potenciais investidores. É preciso divulgar os diferenciais da empresa, as perspectivas de rentabilidade e crescimento e os riscos associados ao negócio. Entendemos que isso é um processo constante e que deve passar por constantes aperfeiçoamentos, a fim de manter um bom relacionamento com os acionistas já existentes e com os novos acionistas conquistados pela empresa.

Sobre o Prêmio APIMEC IBRI

Os vencedores da 3ª edição do Prêmio APIMEC IBRI nas sete categorias foram: (a) Melhor Analista de Valores Mobiliários – Leonardo Andrade Correa; (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 – Adalberto Pereira dos Santos; (e) Melhor Profissional de RI - Large Cap – Alfredo Egydio Setubal; (f) Melhor Prática e Iniciativa de RI - Small/ Middle Cap – 3R Petroleum; e (g) Melhor Prática e Iniciativa de RI – Large Cap - Banco do Brasil.

A premiação contou com o patrocínio das empresas: B3 (Brasil, Bolsa, Balcão); BNY Mellon; Innova - All Around The Brand; Madrona Advogados; MZ Group; e Luz Capital Markets - Printer.

Para acompanhar a premiação na íntegra, acesse: https://www.youtube.com/watch?v=z_EAQMxP-fE