

COLABORADORES DO IBRI



Transformação digital e indicadores ESG são destaques da 22ª edição do Encontro Internacional de Relações com Investidores e Mercado de Capitais - II

O primeiro workshop do dia 28 de setembro de 2021 abordou o tema “Materialidade vs ESG Washing” e foi apresentado por Denys Roman, Diretor da blendON; e Regiane Abreu, Especialista em Sustentabilidade da Light. “Este é um evento muito importante para a atividade de Relações com Investidores no Brasil”, destacou Roman no início de sua apresentação.

Ao falar sobre materialidade no âmbito ESG, o diretor da blendON afirmou que “se algo não é material, não é relevante, e não tem que ter foco em ESG”. Quando se trata de materialidade em ESG, ele alertou para a importância de se olhar para a essência, e não para o reflexo. “Não adianta a empresa olhar para o que é material para outra companhia do setor, para outra companhia de setor diferente ou o que é material no exterior. A companhia tem sempre que olhar para a sua essência”, pontuou.

Denys Roman citou estudo da McKinsey & Company, que elencou cinco elos para criação de valor

ESG: crescimento de receita; redução de custos; diminuição das intervenções regulatórias e legais; aumento da produtividade dos funcionários; e otimização de ativos e investimentos. Regiane Abreu acredita ser importante observar o modelo de negócio, destacando que os documentos elaborados pela área de Relações com Investidores devem estar alinhados.

Os palestrantes enfatizaram preocupação com a prática de “greenwashing” (“lavagem verde”), que é uma estratégia utilizada por empresas que alegam ser comprometidas com as melhores práticas Ambientais, Sociais e de Governança, mas não as realizam de verdade. Os palestrantes enfatizaram que as empresas precisam abordar seus temas materiais e “se a companhia não está falando sobre eles é que tem alguma coisa errada”, concluiu Regiane Abreu.

“Serviço de Analytics da B3 para RIs” – B3

Logo depois, ocorreu o workshop “Serviço de Analytics da B3 para RIs” com apresentação de Marcio Stein, Gerente de Produtos Analíticos da B3 (Brasil, Bolsa, Balcão). “Vou mostrar uma solução que a B3 lançou há uns três anos e agora está incorporando uma parte de conteúdo voltado para os profissionais de Relações com Investidores”, informou.

No final do ano de 2018, a B3 lançou o Datawise que consiste em um serviço de entrega de *analytics* para o mercado, ou seja, consolida dados dos mercados atendidos pela B3 e os organiza em forma de *dashboards* (ferramentas de gestão da informação). “Percebemos que podíamos tratar os dados que já possuíamos e disponibilizar a informação que esse dado gera para o mercado, possibilitando assim que participantes, clientes ou qualquer pessoa que deseje ter acesso a um conteúdo diferenciado conseguisse encontrar valor nessas informações”, esclareceu.

Para o público de RI, foi criado um conteúdo específico, como Marcio Stein apresentou, em que o profissional de Relações com Investidores tem acesso ao quadro acionário da sua companhia. No painel, o RI poderá encontrar informações em âmbito macro e micro, ou seja, “há desde o painel geral com o quadro acionário total da sua empresa até onde esses investidores se distribuem no Brasil e, por último, a cereja do bolo com o quadro acionário que tem documento a documento, possibilitando assim que se enxergue dentro dessa solução diariamente todos os acionistas da instituição”, especificou.

A atividade do RI e o uso de mídias sociais – Stocche Forbes

O último workshop do dia 28 de setembro de 2021 teve como tema “A atividade do RI e o uso de mídias sociais”, que contou com apresentações de Alessandra Zequi, Sócia do escritório Stocche Forbes; Pedro Miranda, Sócio do Stocche Forbes; e Henrique Filizzola, Sócio do Stocche Forbes Advogados.

Os palestrantes compartilharam durante o workshop a experiência do escritório nas ofertas públicas e o uso das mídias sociais. “Não tem quem não use as mídias sociais hoje na vida pessoal e no campo

profissional. A mídia social é uma ferramenta que se bem utilizada traz vantagem competitiva, o *marketing* da rede social é muito forte”, comentou Alessandra Zequi. Segundo ela, no mundo de RI, esse é um meio que está sendo cada vez mais utilizado pelas companhias e com diversas finalidades.

“Quando se fala em nome de uma companhia com valores mobiliários listados e negociados, o uso da mídia social pode ser muito útil, mas também muito arriscado”, ponderou Alessandra Zequi. Ela afirmou que a regulação das informações que as companhias devem prestar ao mercado é vasta, no entanto, não há uma regulamentação tão forte na divulgação por meio das mídias sociais.

Alessandra Zequi mencionou que orienta as companhias a divulgarem as informações primeiro via fato relevante e comunicado ao mercado nos documentos e formas oficiais, que são exigidos pelo órgão regulador, e, somente depois, de forma muito cuidadosa, usar as redes sociais para disseminar aquela informação que já foi divulgada nos meios oficiais.

Henrique Filizolla e Pedro Miranda afirmaram que é importante sempre discutir internamente aquilo que será divulgado, inclusive com a área jurídica. “É preciso observar também a maneira como a mensagem será divulgada”, alertou Filizolla.

Painel 5 - Investidores PF na B3: como tornar o relacionamento das empresas com esse público mais efetivo

O último painel do dia 28 de setembro de 2021 abordou o tema “Investidores PF na B3: como tornar o relacionamento das empresas com esse público mais efetivo” e foi moderado por Rogerio Santana, Diretor de Relacionamento com Empresas e Assets da B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), e contou com a participação de Luiza Chaves, Coordenadora de Relações com Investidores da Klabin; Bruno Madruga, Head de Renda Variável da Monte Bravo Investimentos; e Rafael Bevilacqua, CEO & Founder da Levante Investimentos.

Rogerio Santana mostrou a crescente evolução do número de investidores pessoa física no mercado de capitais brasileiro. Em junho de 2021, 42% dos entrantes investiram até R\$ 200,00, e “podemos ver cada vez mais iniciantes na Bolsa”, observou. Esse investidor está, entretanto, cada vez mais preocupado com a gestão do seu dinheiro e mostra-se mais ativo, acrescentou.

A base acionária da Klabin enfrentou modificações, como revelou Luiza Chaves, passando de 20 mil CPFs, no início de 2019, para 150 mil em 2020, tendo atualmente quase 200 mil investidores pessoa física. “Ao falar sobre a melhor forma de se comunicar com esse público, Luiza Chaves fez menção ao Klabin Invest, plataforma de conteúdo que aborda informações sobre a empresa, o mercado financeiro, sustentabilidade e inovação, entre outros temas, com linguagem didática e acessível. A plataforma tem conteúdo exclusivo, que contém *podcasts*, vídeos e entrevistas, tendo como objetivo levar educação financeira e apresentar a Klabin para aqueles que desejam investir na companhia.

“Comparado com outros mercados emergentes, o percentual de investidores pessoa física no Brasil ainda é baixo e existe uma grande jornada pela frente”, comentou Rafael Bevilacqua. Em sua visão, o

brasileiro não possui educação financeira e para trazer as pessoas para esse mundo novo, a Levante Investimentos produz conteúdo para que o público entenda facilmente o funcionamento do mercado.

“Acredito que uma das funções do assessor financeiro é promover a educação financeira, mas acho que vale a pena pontuar quais são as funções dele, uma vez que o investidor pode acreditar que ele tem que fazer a análise de algum ativo. Esta não é a função do assessor financeiro, e sim dos analistas”, observou Bruno Madruga.

O 22º Encontro de RI e Mercado de Capitais foi patrocinado pelas empresas: B3 (Brasil, Bolsa, Balcão); blendON; BNY Mellon; Bradesco; Cescon Barrieu; Datev; Deloitte; Gerdau; Itaú Unibanco; Lobo de Rizzo Advogados; MZ Group; Oliveira Trust; Petrobras; Stocche Forbes; TheMediaGroup; e Valor Econômico.

Para mais informações, basta acessar: <https://encontroderi.com.br/>