



ARTIGOS

Redesign do Website: Hora de Mudar?

Seu site de RI está vendendo confiança ou afastando investidores sem você perceber?

MZ

Fazer ou não um redesign? Site de Relações com Investidores é peça-chave na comunicação com o mercado

O website de Relações com Investidores (o famoso RI) é a vitrine digital de uma companhia para seus investidores, atuais e potenciais. Em um ambiente de comunicação cada vez mais digitalizado, dinâmico e competitivo, esse canal deixou de ser apenas um repositório de documentos obrigatórios para se tornar uma peça estratégica de comunicação financeira, reputação institucional e engajamento com stakeholders.

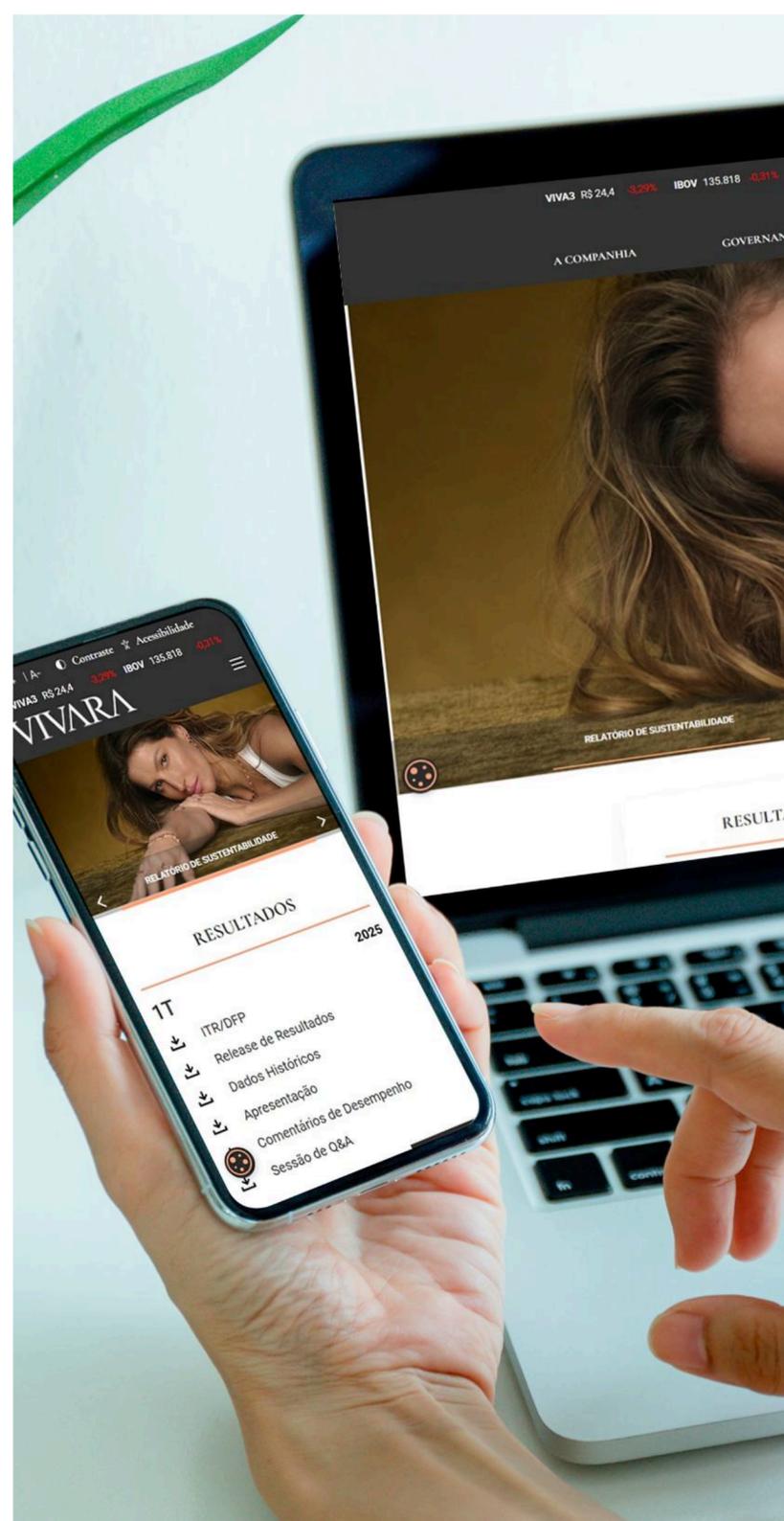
Mais do que uma obrigação regulatória, o site de RI é um ativo estratégico. Mas como saber se está na hora de um redesign, se é preciso mudar algo nele? Pensando nisso, a **MZ**, que tem como foco empoderar o profissional de RI, seja com tecnologia de ponta e atendimento excepcional, ou por meio da disseminação de conteúdos relevantes, busca responder a essa pergunta com base nas melhores práticas de mercado, dados de benchmarking, tendências de tecnologia e experiência do usuário (o famoso UX).

Por que o site de RI é estratégico?

Para a MZ, que monitora a comunicação de mais de 350 companhias listadas no Brasil e no exterior, o site de RI é essencial não apenas para o cumprimento regulatório, mas para estabelecer uma comunicação clara e confiável com investidores e analistas. Além de divulgar resultados, fatos relevantes e dados da governança, o site deve oferecer informações acessíveis, atualizadas e que transmitam confiança. Em um mercado onde a narrativa importa tanto quanto os números, o website é um dos principais veículos da narrativa institucional.

De acordo com o Estudo "**Compliance e Boas Práticas em Websites de RI**", praticamente a totalidade das empresas analisadas publicam suas demonstrações financeiras no site, mas apenas 42% disponibilizam dados sobre a estratégia de longo prazo. Isso mostra que ainda há espaço para evoluir do cumprimento mínimo para uma comunicação realmente estratégica.

Além disso, o site é muitas vezes o primeiro ponto de contato de investidores internacionais e locais com a companhia. Isso significa que ele também funciona como um cartão de visitas institucional, influenciando diretamente na percepção de transparência, governança e profissionalismo da empresa. Um site de RI moderno, atualizado e bem estruturado pode ser decisivo para atrair investidores que buscam clareza, previsibilidade e compromisso com a boa comunicação.



Compliance e acessibilidade: obrigatório é o mínimo

Conforme o Estudo, é imprescindível que o site cumpra as exigências da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e ofereça acessibilidade mínima (como contraste, opção de fonte maior e acessibilidade em Libras). Um site que não considera esses aspectos coloca a companhia em risco de sanções e reduz sua atratividade para investidores institucionais, que valorizam boas práticas de governança.

Apenas 44,6% das empresas analisadas possuem mecanismos que atendem critérios mínimos de

acessibilidade digital, e menos de 20% disponibilizam a opção de navegação em Libras. Este dado revela que ainda há um déficit importante a ser superado no setor.

Além do cumprimento regulatório, a acessibilidade é também um valor estratégico, principalmente para empresas que querem reforçar seu pilar social (S) dentro da agenda ESG. Ferramentas como leitura de tela, contraste ajustável e navegação por voz são diferenciais cada vez mais valorizados.

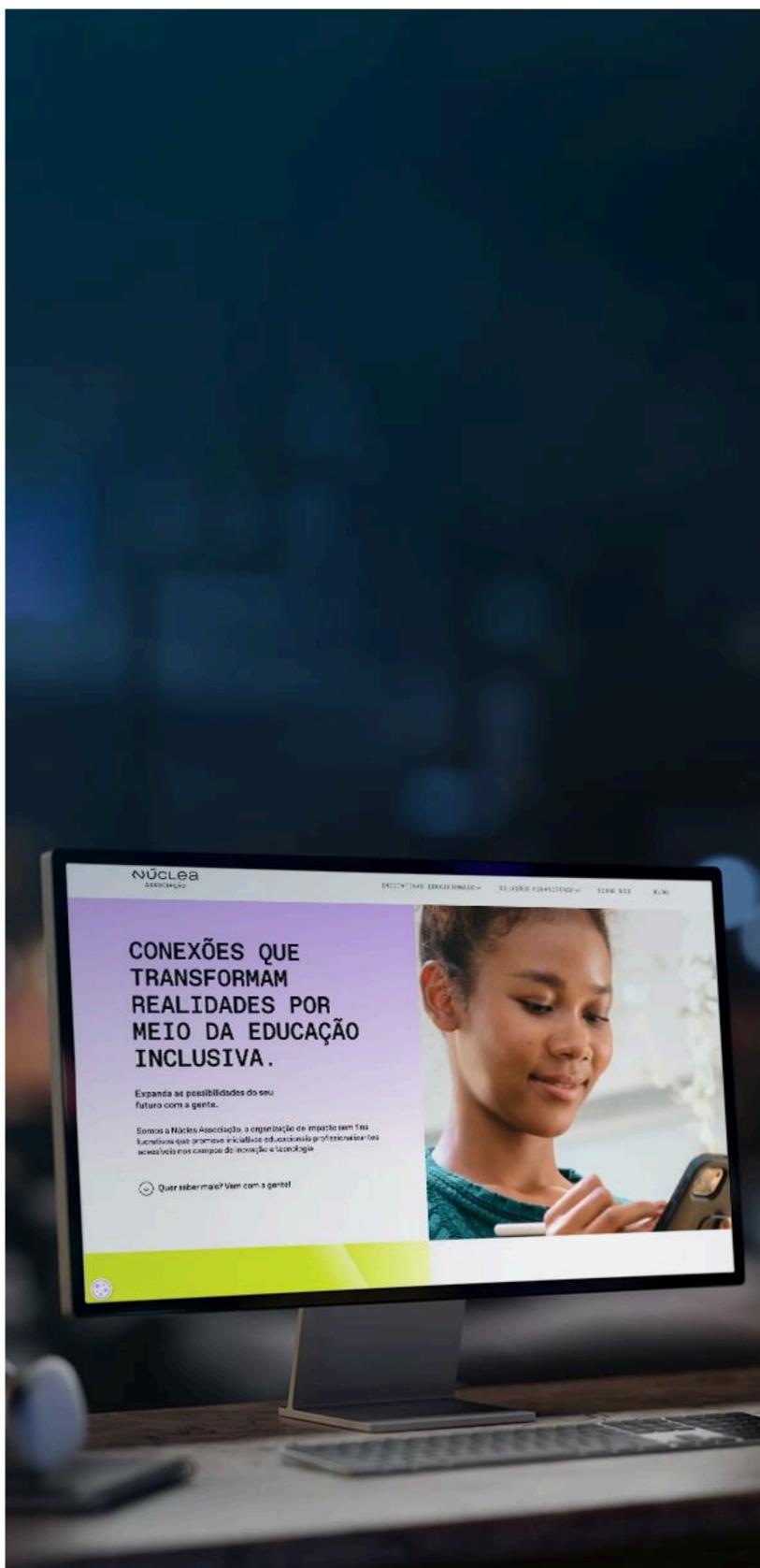
Sinais de que você precisa de um redesign

Eis alguns sinais que indicam que seu site de RI precisa de uma atualização:

- Design desatualizado e não responsivo;
- Lentidão no carregamento das páginas;
- Dificuldade de localizar informações críticas;
- Falta de integração com ferramentas de mailing ou CRM;
- Incompatibilidade com acessibilidade e dispositivos móveis;
- Ausência de dados em tempo real ou ferramentas interativas;
- Problemas com SEO e baixa visibilidade nos buscadores.

Além desses pontos, o estudo da MZ aponta que apenas 53,1% dos sites analisados têm versão em inglês completa, e menos de 30% incluem um FAQ estruturado. A ausência desses elementos pode prejudicar o relacionamento com investidores estrangeiros e com pessoas físicas.

Outro indicativo importante é a ausência de atualização de informações. Sites que mantêm eventos, comunicados e dados financeiros desatualizados transmitem uma imagem de desorganização e descaso. A falta de responsividade em celulares e tablets também compromete a experiência dos usuários, que cada vez mais acessam conteúdos financeiros por dispositivos móveis.



Experiência do usuário: mais do que estética

A MZ destaca que 71,3% das empresas com websites mais bem avaliados oferecem cotação em tempo real, 88,9% possuem formulário de contato estruturado e 67,1% contam com acesso em um clique ao e-mail alerta. Esses elementos tornam a navegação mais fluida e elevam o engajamento do usuário. Um site de RI deve ser desenhado com foco em quem o acessa: analistas, investidores institucionais, pessoas físicas e jornalistas. Quanto mais intuitiva for a experiência, mais confiança o site transmite.

Segundo o Estudo "**UX e Tecnologia Aplicada em Websites de RI**", os sites mais bem avaliados oferecem jornada de navegação simplificada, menus contextuais, uso inteligente de cores e tipografias legíveis, além de arquitetura da informação bem planejada. A experiência do usuário influencia diretamente na percepção de profissionalismo e transparência da companhia.

Sites com boa UX costumam contar com funcionalidades adicionais, como busca avançada, filtros em seções de documentos, timelines interativas de eventos e compatibilidade com acessibilidade por teclado. Essas características ampliam a inclusão e tornam o site mais democrático e eficiente.

Além disso, a integração com plataformas como IRM potencializa esse uso, permitindo automação de alertas, envio segmentado de informações e monitoramento do comportamento do visitante, identificando seções mais acessadas e mensurando quais conteúdos geram mais downloads, interações ou tempo de permanência. Esses dados ajudam a direcionar a produção de conteúdo e a fortalecer campanhas de relacionamento.

Ou seja, o site se torna também uma ponte com potenciais investidores e analistas, inclusive internacionais, desde que esteja disponível em múltiplos idiomas e com navegação intuitiva.

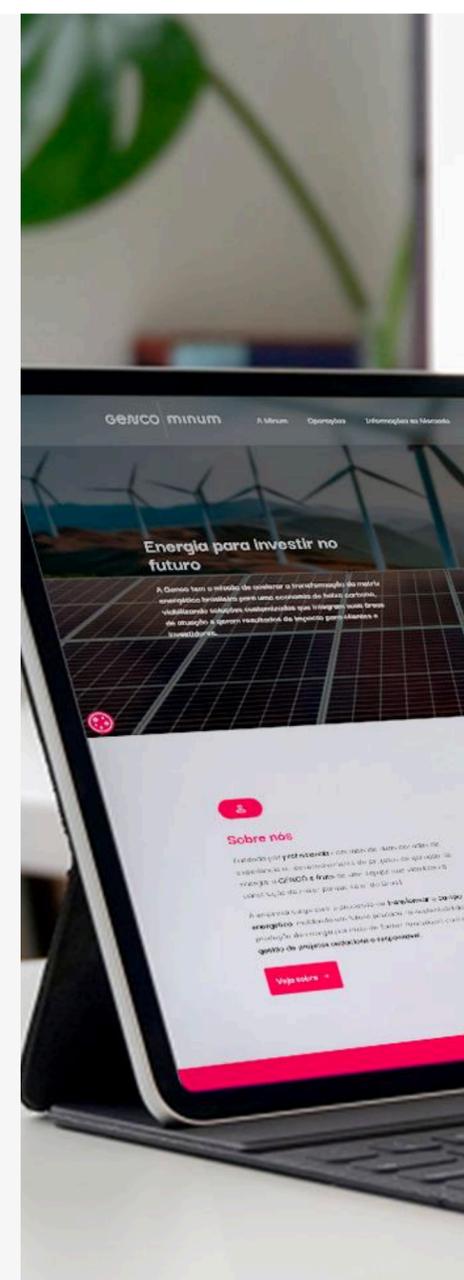
Conteúdo como diferencial estratégico

O Estudo "**Boas Práticas de Conteúdo em Sites de RI**" mostra que 93,1% das empresas analisadas disponibilizam informações sobre diretoria, conselhos e comitês; 69,9% apresentam biografia do management; e 64,7% trazem informações sobre dividendos e JCP. Além disso, a presença de seções como glossário, histórico de cotações, ESG, perguntas frequentes e central de downloads é um indicativo de maturidade comunicacional.

Empresas que tratam o site como uma extensão da sua comunicação institucional têm mais sucesso na formação de sua narrativa. É nesse ambiente que se constrói a confiança — com clareza, constância e profundidade.

O conteúdo, quando produzido com linguagem acessível e formato responsivo, pode ainda ajudar a educar o investidor pessoa física, tornando-o mais engajado. Isso inclui vídeos explicativos, trilhas de aprendizado sobre o setor da empresa, podcasts com executivos e guias rápidos sobre os indicadores financeiros.

A integração de inteligência artificial para recomendações personalizadas de conteúdo também é uma tendência em crescimento. Por exemplo, mostrar automaticamente relatórios ou comunicados mais relevantes para o tipo de investidor que visita o site — institucional, PF ou analista — pode aumentar o engajamento e a percepção de valor.



Um site que contribui com o ESG

Segundo o artigo "[Como um site bem desenvolvido colabora para o ESG](#)", a digitalização da comunicação com o mercado reduz impactos ambientais (substitui o impresso), melhora o acesso à informação (governança) e pode incluir recursos de acessibilidade (social). Um site com foco em sustentabilidade precisa disponibilizar relatórios ESG, políticas da companhia, metas ambientais e boas práticas sociais.

Além disso, o site pode servir como canal de prestação de contas e educação, com conteúdos sobre práticas sustentáveis, vídeos institucionais e dashboards ESG interativos. Isso reforça o compromisso da companhia com a agenda de sustentabilidade.

Companhias que estruturam uma seção ESG robusta em seu site – com relatórios, KPIs, planos de ação e histórico de evolução – tendem a ser melhor avaliadas por ratings e selos de sustentabilidade, como o ISE B3.

Concluindo em um parágrafo ou mais

Fazer um redesign do site de Relações com Investidores não é apenas uma ação estética: é uma decisão estratégica. É sobre garantir que a empresa esteja bem posicionada, transparente, acessível e alinhada com as expectativas de seus stakeholders. Em tempos de transformação digital, regulação crescente e demanda por ESG, o site de RI deve ser visto como uma ferramenta viva, integrada à narrativa corporativa e orientada por dados e experiência do usuário.

Portanto, se seu site de RI não está atualizado, responsivo, intuitivo ou não oferece o básico em termos de acessibilidade e compliance, é hora de considerar seriamente um redesign. Afinal, um bom site de RI não é apenas uma vitrine de dados, mas um elo estratégico entre a empresa e o mercado. A MZ conta com especialistas à disposição para auxiliar as equipes de relações com investidores nesse trabalho.

Esperamos ter ajudado com informações sobre a importância e se é necessário fazer um redesign em seu site de RI. Qualquer dúvida, já sabem, estamos por aqui, sempre à disposição! 😊

Equipe Comunicação Externa & Pesquisa MZ

Cássio Rufino
CFO & COO

Assessoria de Imprensa
imprensa@mzgroup.com
(11) 94242-5988

Sobre a MZ

A **MZ** é o maior player global independente e o líder em soluções de relações com investidores (RI).

A Companhia, fundada em 1999, ultrapassou a marca de 2.000 websites publicados, servindo atualmente mais de 800 empresas e gestoras de investimento em 12 bolsas de valores.

Com o propósito de empoderar estratégias de RI, a MZ entrega tecnologias inovadoras e atendimento excepcional aos clientes, assegurando parcerias de longo prazo.

ARTIGOS

Redesign do Website: Hora de Mudar?