

## Os novos desafios de comunicação para o RI

Responsabilidade ambiental, social e governança nas relações com investidores



# Índice

	Comunicação consistente, interativa e transparente	3
	Sumário executivo	4
	Desafios de comunicação	5
	Relevância crescente de indicadores não financeiros e de ESG	9
	O que os investidores querem?	16
	Um novo profissional para novos desafios	21
	O que vem agora?	23
	Perfil da amostra	24



# Comunicação consistente, interativa e transparente

É com grande satisfação que a Deloitte e o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI) apresentam, pelo 14º ano consecutivo, mais uma edição do levantamento sobre a evolução da função de RI entre as empresas que atuam no Brasil.

Neste ano, nos debruçamos sobre os novos desafios de comunicação colocados pela ascensão dos canais digitais e da entrada de investidores pessoa física na Bolsa de Valores.

Também exploramos no levantamento a relevância crescente que os indicadores não financeiros, incluindo os de governança ambiental, social e corporativa, têm ganhado para a percepção de valor das empresas, e de que forma as organizações estão se preparando para mapear e divulgar essas informações.

A pesquisa reforça a percepção de que as empresas estão cada vez mais preocupadas em oferecer a seus investidores uma comunicação mais consistente, interativa e transparente, alinhada às expectativas de um mercado que visa a sustentabilidade e a geração de valor ao negócio.

Mais uma vez, a Deloitte e o IBRI colocam-se na vanguarda do debate sobre os temas que mais impactam a atividade do profissional de Relações com Investidores no País.

Tenham uma ótima leitura,

## **Reinaldo Oliari**

Sócio de Audit & Assurance da Deloitte

## **Rodrigo Luz**

Membro do Conselho de Administração do IBRI



# Sumário executivo

**1** As empresas estão cada vez mais preocupadas em oferecer a seus investidores uma comunicação mais consistente, interativa e que traga também indicadores não financeiros.

**2** Os indicadores não financeiros, tais como emissão de gases de efeito estufa e representatividade de minorias, têm ganhado relevância e tendem a se tornar tão importantes quanto os indicadores financeiros.

**3** A migração da comunicação com os investidores para o ambiente virtual reforça a importância dos indicadores de comunicação digital, como participantes em webconferências, acessos ao site e atendimentos por e-mail.

**4** A área de RI deve fortalecer o seu caráter multidisciplinar e contar com o apoio da tecnologia para integrar informações e lidar com a complexidade dos temas que envolvem a governança ambiental, social e corporativa.

**5** Os investidores pessoa física trazem a demanda de uma comunicação mais ágil com as empresas, principalmente por meio de mídias sociais. Como resposta, as empresas têm explorado novos formatos, linguagens e canais para o reporte aos seus públicos.

## Metodologia e amostra

Os dados foram coletados por meio de questionário eletrônico, entre julho e agosto de 2021. Participaram do estudo 65 empresas, entre as quais 68% estão listadas em bolsa, no Brasil ou no exterior. Entre os respondentes, 77% ocupam cargos executivos em suas respectivas empresas.



# Desafios de comunicação

Com a crescente oferta de conteúdos e informações sobre investimentos facilitada pela internet, as empresas estão cada vez mais preocupadas em oferecer a seus investidores uma comunicação mais consistente, interativa e que traga também indicadores não financeiros.

A consistência nas mensagens-chave é ação prioritária das empresas pesquisadas para responder ao crescente volume de conteúdos e opiniões que podem impactar o valor da empresa.

## Ações de resposta a conteúdos e opiniões de impacto sobre o valor da empresa (respostas múltiplas)



## Os novos desafios de comunicação para o RI

A quase totalidade dos entrevistados indicou ser importante a consistência das mensagens-chave nos múltiplos canais e para os diferentes perfis de investidores com os quais a empresa se comunica. Entre as empresas pesquisadas, 78% disseram manter essa consistência.

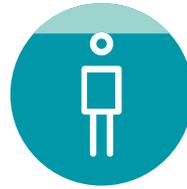
Um indicador do esforço das empresas em realizar um relacionamento direto e coeso com seus públicos de interesse é a participação do CEO na comunicação com os investidores. Em 84% das empresas listadas, essa comunicação conta com a participação do líder executivo – seja parcial ou totalmente.



97% acreditam ser importante a **consistência das mensagens-chave** nos múltiplos canais e para os diferentes perfis de investidores



78% das empresas mantêm essa consistência



84% das empresas listadas **têm participação do CEO** na comunicação com investidores



## Os novos desafios de comunicação para o RI

Naturalmente, a apresentação de resultados operacionais e financeiros está no topo dos temas mais comunicados pelo CEO a acionistas. Contudo, temas emergentes como inovação, ESG (governança ambiental, social e corporativa, na sigla em inglês) e estratégia também figuram no ranking, revelando a importância da alta administração em se apresentar como comprometida com essas iniciativas.

### Temas mais comunicados pelo CEO aos investidores (entre as empresas listadas)

- 1 Resultados operacionais e financeiros
- 2 Inovação
- 3 ESG  
Fusões e aquisições
- 4 Gestão de crises
- 5 Estratégia

O papel da liderança na comunicação com investidores é fundamental para a credibilidade da empresa e das informações divulgadas ao mercado.



## Os novos desafios de comunicação para o RI

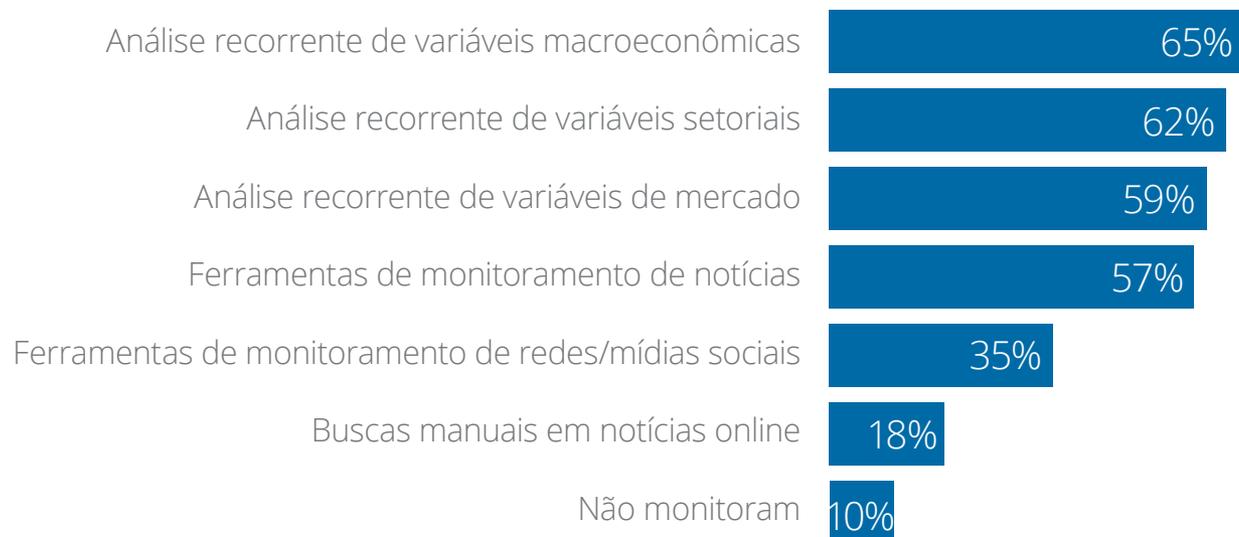
Os fatores externos de influência sobre o valor mais monitorados pelas empresas pesquisadas são as variáveis macroeconômicas, setoriais e de mercado. Esse resultado indica uma tendência das empresas a privilegiar uma análise mais generalista desses indicadores frente ao crescente impacto dos veículos de mídia e redes sociais sobre os negócios.

A migração da comunicação com os investidores para o ambiente virtual reforçou a importância dos indicadores de comunicação digital, como participantes em lives e teleconferências, acessos ao site da empresa e interações em redes sociais.

## Indicadores mais adotados para avaliar a exposição da empresa

- 1 Participantes em lives e teleconferências
- 2 Acessos ao Website de RI
- 3 Atendimentos por e-mail
- 4 Participantes em conferências presenciais
- 5 Interações em redes sociais

## Formas de monitoramento de fatores de influência sobre o valor da empresa (respostas múltiplas)



# Relevância crescente de indicadores não financeiros e de ESG

Há números sobre uma empresa que parecem falar por si só quando apresentados ao mercado. Receita, margem e lucro são indicadores fundamentais para a saúde de um negócio. No entanto, com a crescente demanda por mais transparência na divulgação de dados não financeiros, essa equação torna-se mais complexa. Os resultados financeiros são e continuarão a ser imperativos, mas serão analisados à luz de outras métricas que demonstrem o compromisso da empresa com um ambiente de negócios mais ético, transparente e sustentável.

A pesquisa revela que os indicadores não financeiros vêm em uma crescente de relevância nos últimos cinco anos, e é esperado que sigam nessa evolução ao longo do próximo ciclo.

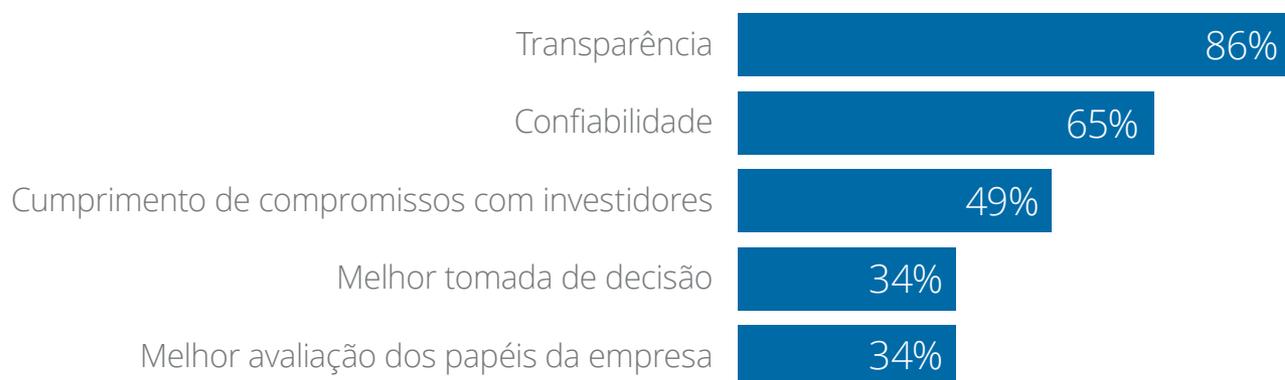
**Em uma escala de 1 a 5, qual a importância dos indicadores não financeiros para o valor da empresa?**



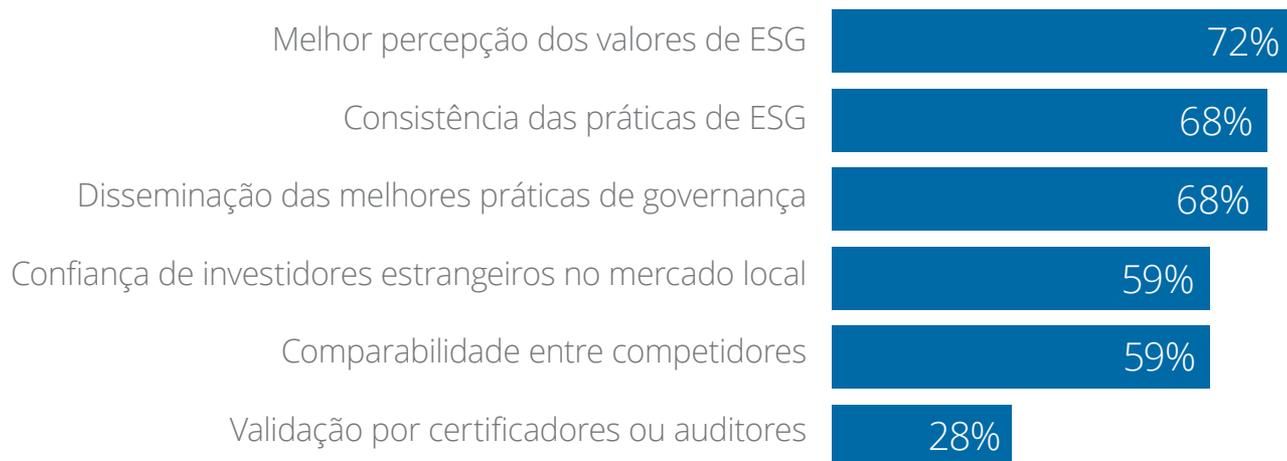
## Os novos desafios de comunicação para o RI

É preciso garantir processos consistentes para a apuração e confiabilidade dos indicadores não financeiros, para que a evolução das informações mensuradas se reflita em benefícios para a empresa e para o mercado como um todo.

### O que a empresa ganha com a divulgação de indicadores não financeiros (respostas múltiplas)



### O que o mercado ganha com a divulgação de indicadores não financeiros (respostas múltiplas)



## Os novos desafios de comunicação para o RI

### A agenda ESG se impõe

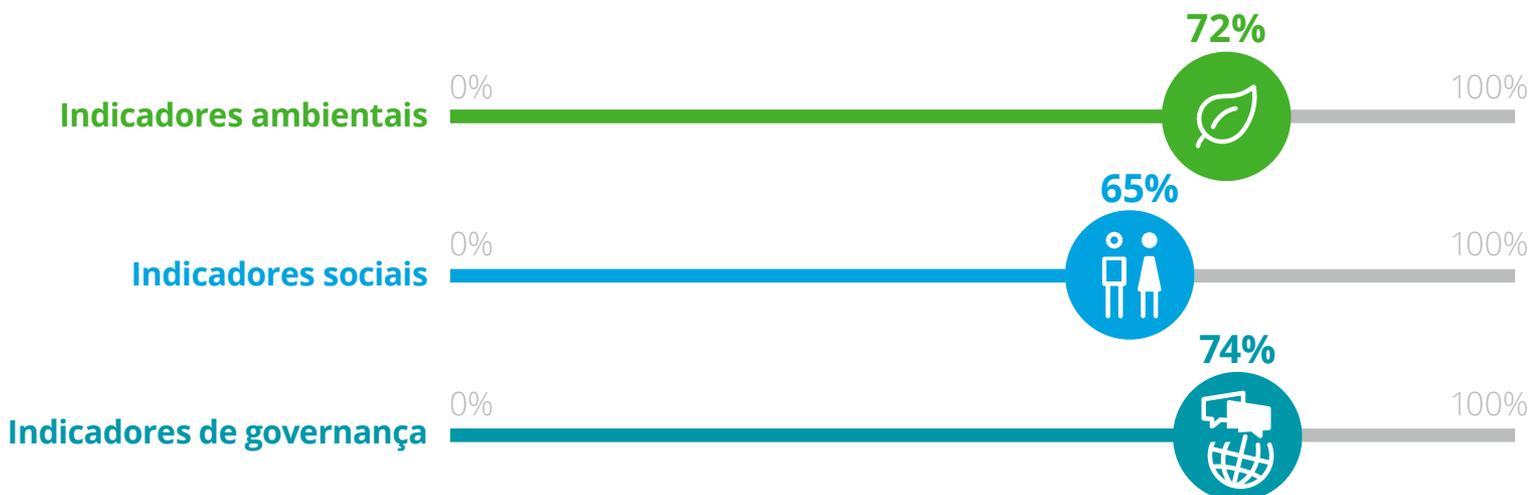
A relevância da pauta ESG para as empresas se reflete na destinação do orçamento previsto para essas iniciativas em 2022, que deverá crescer em três de cada quatro empresas listadas pesquisadas.

Apesar da crescente importância atribuída aos indicadores ambientais, sociais e de governança corporativa, as empresas listadas ainda enfrentam desafios na implementação de métricas que demandem uma maior estruturação de práticas e políticas de ESG, tais como representatividade de grupos minoritários e gestão da cadeia de fornecedores.



**74%** das empresas listadas esperam **umentar o orçamento destinado a ESG** em 2022

### Indicadores de ESG divulgados pelas empresas listadas (respostas múltiplas)



Entre as empresas listadas...



**73%** divulgam **relatórios de sustentabilidade** ou documentos equivalentes

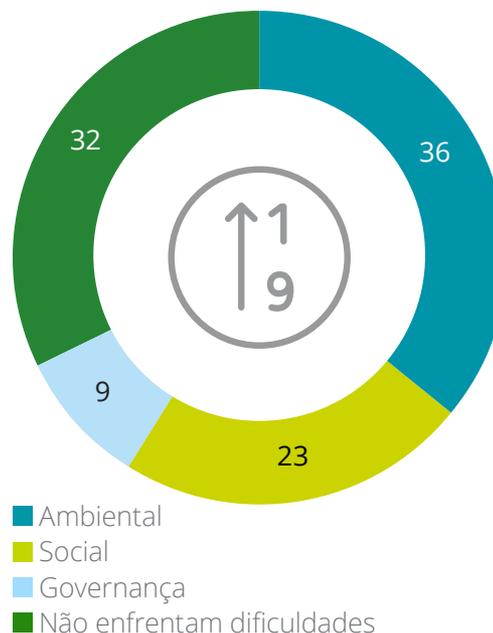


**69%** adotam **matriz de materialidade** para questões ambientais e sociais

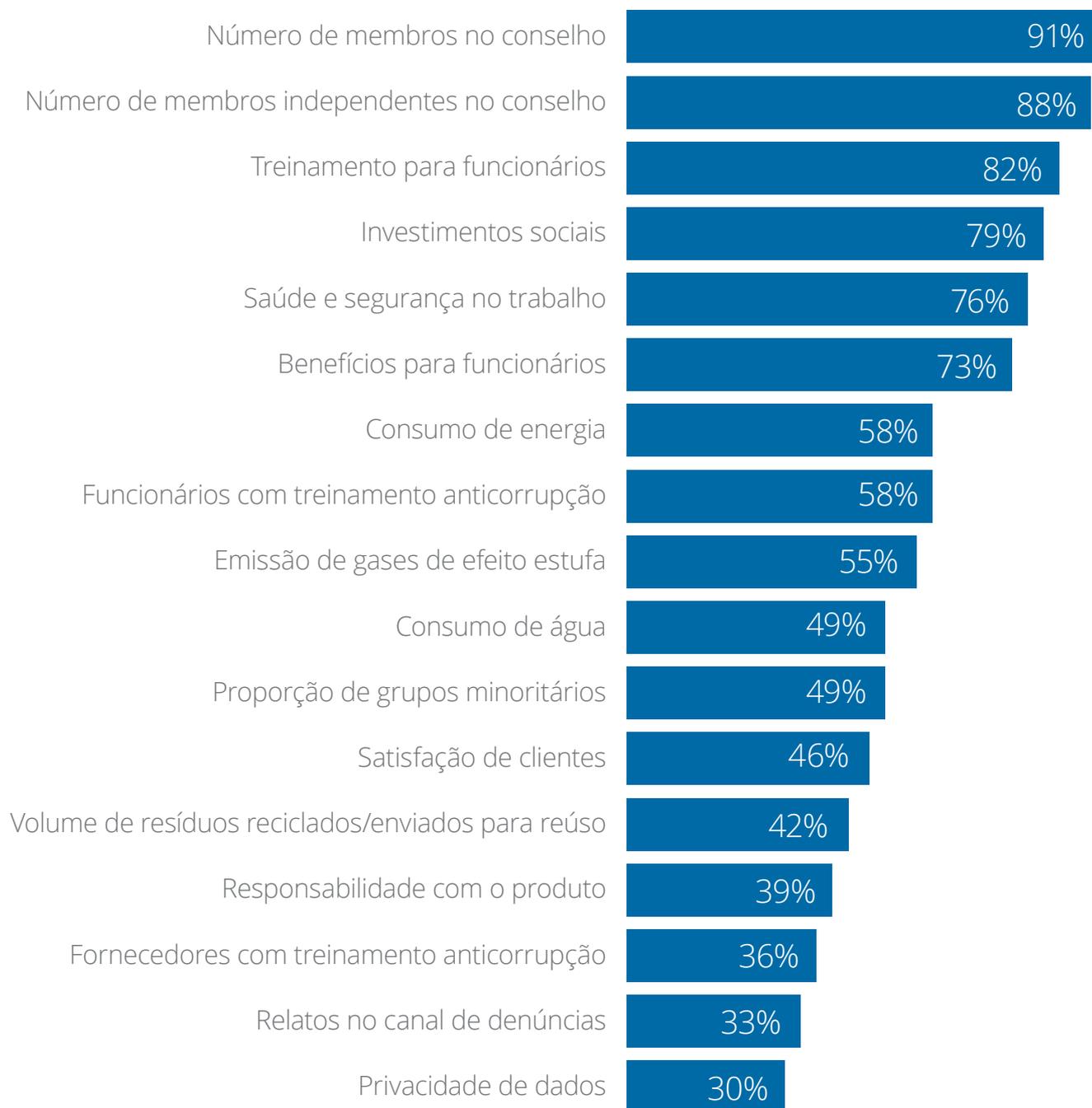


**75%** têm sua estratégia alinhada aos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável** (ODS) da ONU

**Pilar em que as empresas listadas enfrentam mais dificuldade em levantar indicadores-chave de desempenho (em %)**



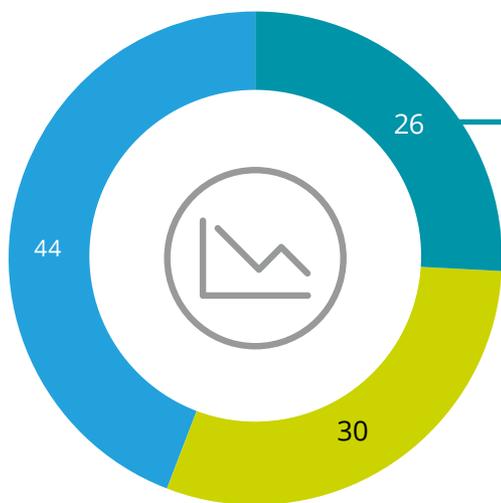
Indicadores de ESG divulgados pelas empresas listadas (respostas múltiplas)



## Os novos desafios de comunicação para o RI

Entre as empresas listadas, pouco mais de um quarto acredita que os investidores estão aceitando retornos menores em investimentos com melhores indicadores de ESG. Entre essas empresas, os investidores que mais aceitam um menor retorno são fundos de investimentos e fundos de pensão.

### Investidores estão aceitando menor retorno em busca de indicadores ESG? (em %; entre as empresas listadas)



■ Sim  
■ Não  
■ Não sabem informar

#### Quem são esses investidores/credores?

- 1º Fundos de investimentos/Assets
- 2º Fundos de pensão
- 3º Bonds/Noteholders

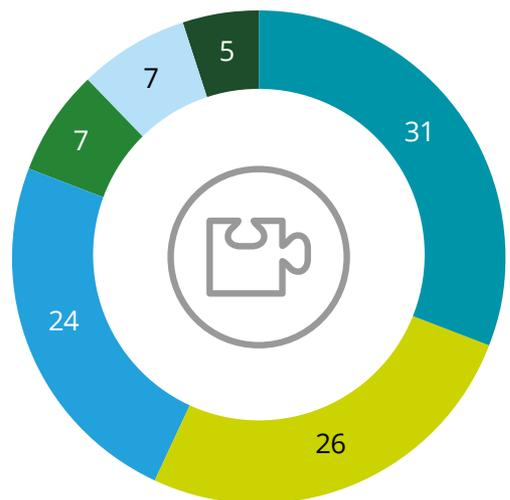


## Os novos desafios de comunicação para o RI

A agenda ESG é complexa, e permeia diferentes áreas e atividades dentro da empresa. Integrar essas informações de forma eficiente, transparente e consolidada é um grande desafio para as empresas, que podem contar com o apoio da tecnologia para essa tarefa.

Apenas 12% das empresas listadas pesquisadas integram as diferentes áreas da empresa por meio de softwares para responder questões de ESG. Na maior parte das empresas, essa ação é realizada manualmente, por meio de comitê ou pelas áreas de ESG ou RI. Esse resultado revela uma oportunidade de maior adoção de tecnologia para a realização dessas atividades.

### Como as empresas listadas integram as áreas para responder questões de ESG (em %)



- Comitê composto por diferentes áreas
- Manualmente pela área de ESG
- Manualmente pela área de RI
- Consultoria especializada
- Software ESG padrão
- Software ESG com metodologia própria



# O que os investidores querem?

As empresas de capital aberto da amostra já observam de forma significativa a importância do investidor pessoa física para o valor de mercado, mas ainda enfrentam desafios para adotar uma estratégia de comunicação específica para esse público.

Os investidores pessoa física trazem para as empresas a demanda de uma comunicação mais ágil, principalmente por meio de mídias sociais. Como resposta, as empresas têm explorado novos formatos, linguagens e canais para o reporte a esse público.

## Entre as empresas listadas...



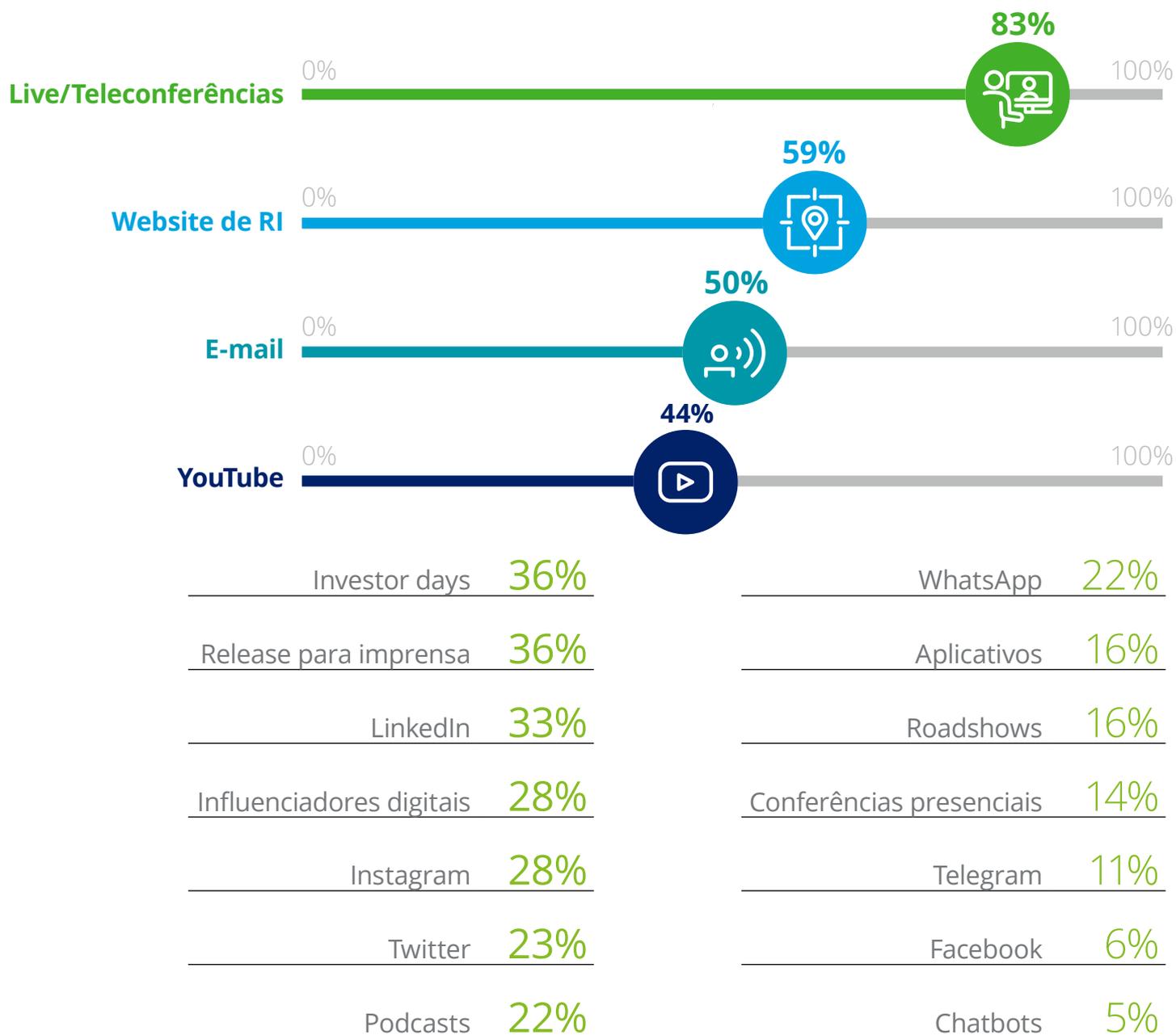
70% acreditam que os **investidores pessoa física são importantes** para o valor de mercado



45% têm estratégia de **comunicação específica para investidores** pessoa física



Formas de comunicação mais eficazes com investidores pessoa física (respostas múltiplas)

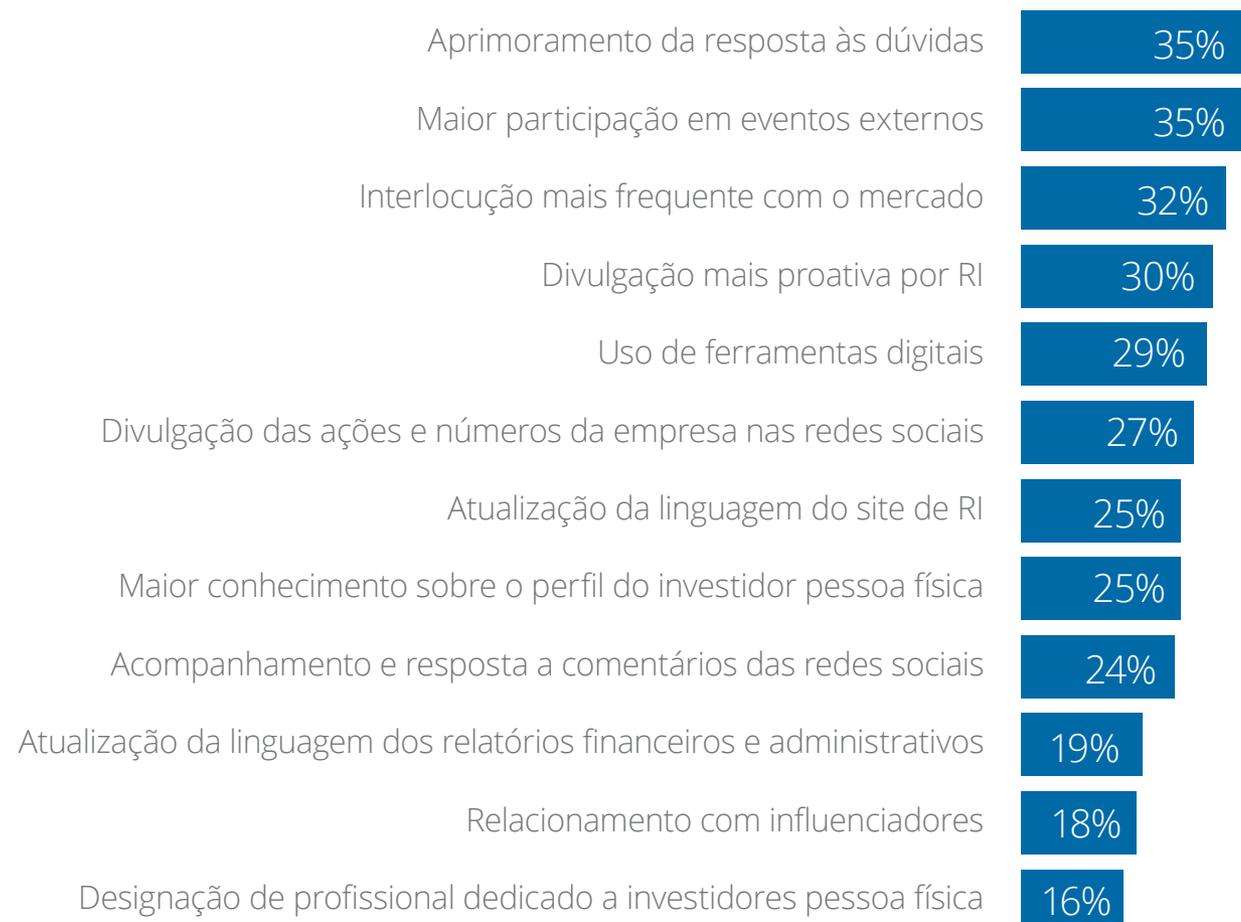


## Os novos desafios de comunicação para o RI

Para adequar a linguagem dos canais de comunicação às demandas dos investidores pessoa física, as empresas estão apostando

principalmente na promoção de maior exposição a esse público e no fortalecimento da interatividade.

### Mudanças na comunicação com investidores pessoa física nos últimos dois anos (respostas múltiplas)



## Os novos desafios de comunicação para o RI

As empresas estão atentas aos recursos de linguagem que os influenciadores utilizam para conquistar espaço e relevância junto a investidores pessoa física. Embora ainda nem todos esses recursos sejam aplicáveis à comunicação oficial realizada pelas empresas, há elementos que podem influenciar a forma como as empresas dirigem-se a esse público, especialmente em um contexto de comunicações mais tempestivas, interativas e segmentadas.

Vale ressaltar que importantes agentes do mercado, como instituições financeiras e casas de análise do mercado financeiro, já estão recorrendo a influenciadores e às características de sua comunicação, como forma de ganhar espaço e influência junto aos investidores pessoa física.

### Recursos de comunicação com investidores pessoa física utilizados pelos influenciadores (respostas múltiplas)



**83%** acreditam que as **casas de análise do mercado financeiro** têm alta ou média influência para os investidores pessoa física



## Os novos desafios de comunicação para o RI

Na visão das empresas respondentes, o que os investidores pessoa física mais buscam são aspectos relacionados a resultados e ao desempenho do negócio, especialmente no curto prazo. No entanto, vale assinalar que maior transparência e melhor interlocução com investidores pessoa física devem ganhar

importância conforme esse público fortalece a sua presença no ambiente de investimentos. As ações consistentes em ESG também tendem a ser acompanhadas de perto por esse público, na medida em que o tema é de relevância crescente no mercado financeiro e na sociedade como um todo.

### Itens mais buscados por investidores pessoa física, segundo as empresas (respostas múltiplas)

-  **1** Rendimento de dividendos
-  **2** Valorização da empresa
-  **3** Retorno de curto prazo (dentro de 1 ano)
-  **4** Retorno de longo prazo (acima de 1 ano)
-  **5** Diversificação do portfólio de investimento
-  **6** Maior transparência e clareza nas informações divulgadas
-  **7** Empresas com melhor interlocução com pessoa física
-  **8** Ações consistentes em ESG



# Um novo profissional para novos desafios

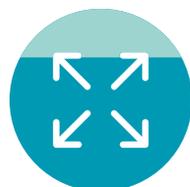
O papel estratégico do RI e a complexidade do ambiente de negócios – com as novas demandas advindas da consolidação da agenda ESG e do crescimento dos investidores pessoa física – colocam o desafio para os profissionais de Relações com Investidores terem uma formação multidisciplinar.

Essa multidisciplinaridade tende a se tornar ainda mais relevante no médio prazo. Atualmente, agilidade, bom relacionamento interpessoal e pensamento crítico e analítico são habilidades priorizadas pelas empresas listadas para o profissional de Relações com Investidores. Esses atributos não deixarão de ser importantes, mas outras habilidades, relacionadas a tecnologia e comunicação, irão emergir no médio prazo, e serão demandadas do profissional de RI.

## Entre as empresas listadas...



**58%** acreditam que a participação da **liderança de RI nas decisões estratégicas** da empresa aumentou em 2021, em comparação a 2020



**72%** acreditam que a **multidisciplinaridade está entre os principais desafios** para a formação de RIs



## Habilidades mais demandadas pelas empresas listadas ao profissional de RI...

### ...hoje



**1** Agilidade e assertividade em responder ao investidor



**2** Bom relacionamento interpessoal com as demais áreas



**3** Pensamento crítico e analítico



**4** Flexibilidade para trabalho em equipe/Colaboração

### ...daqui a 5 anos



**1** Proficiência em novas tecnologias



**2** Consistência na criação de histórias e mensagens-chave



**3** Proatividade na busca por novos conhecimentos/habilidades



**4** Conhecimento sobre indicadores financeiros e não financeiros



# O que vem agora?

A comunicação realizada pelo profissional de Relações com Investidores está cada vez mais desafiadora, no sentido de que há fatores emergentes que devem ser levados em consideração na apuração e no reporte dos números das empresas.

A utilização de mídias sociais para a comunicação com os investidores pessoa física é um caminho sem volta, que fortalece a transparência e facilita o acesso desse público às informações sobre o negócio. As empresas devem se atentar a esse movimento, fortalecendo a formação dos profissionais e adequando suas práticas para atuarem nesse contexto.

Os canais de comunicação digital trazem oportunidades, mas também pontos de atenção que devem ser endereçados pelas empresas, com destaque para a segurança cibernética e a gestão de imagem e reputação no ambiente virtual.

Outra tendência é a formalização e a padronização de informações não financeiras nos reportes. A Instrução CVM 480, que desde 2009 regulamenta a emissão e a negociação de valores mobiliários, irá incorporar normatizações sobre os indicadores não financeiros relativos a ESG a serem reportados no Formulário de Referência.

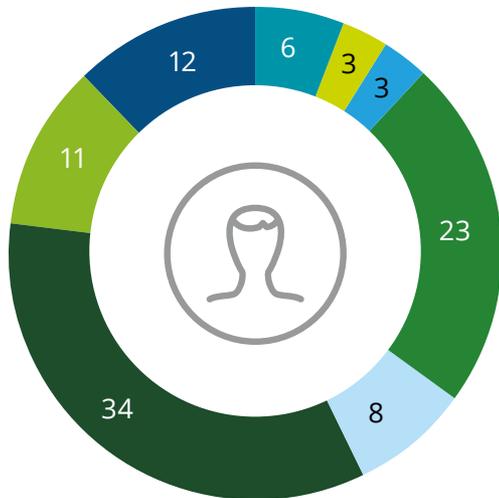
Já a Orientação OCPC 09 – Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, emitida pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e aprovada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) por meio da Resolução 14/2020, prevê a convergência de informações sobre fatores ambientais, sociais e de governança corporativa nos Relatos Integrados, devendo ser objeto de asseguração limitada por auditor independente registrado na CVM.

Todo o mercado e a sociedade ganham com esse movimento, uma vez que os benefícios de uma informação íntegra, confiável e comparável permitirá às empresas compreenderem os seus desafios e traçarem estratégias para um ambiente mais transparente e sustentável.



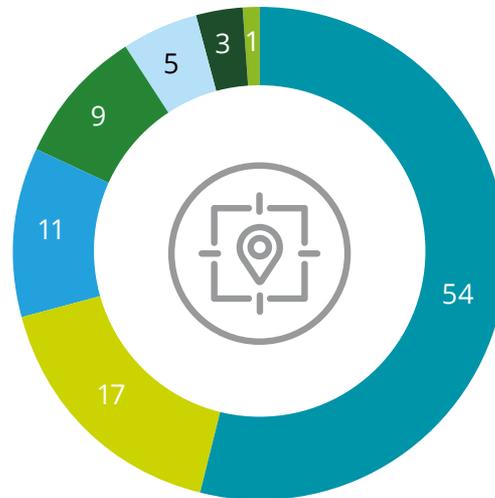
# Perfil da amostra

Cargo do respondente (em %)



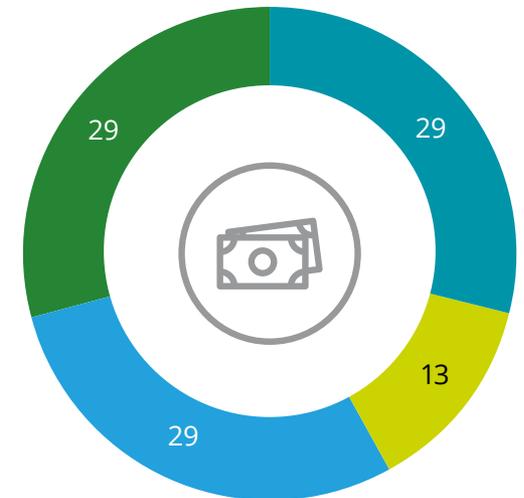
- Conselho
- Presidência/CEO
- Vice-presidência
- Diretoria
- Superintendência
- Gerência
- Supervisão/coordenação
- Analista

Área de atuação (em %)



- Relações com Investidores
- Financeiro/Controladoria
- Planejamento/Estratégia
- Riscos/Governança
- Comitê/Conselho
- Administrativo
- Tecnologia da Informação

Receita líquida (em %)

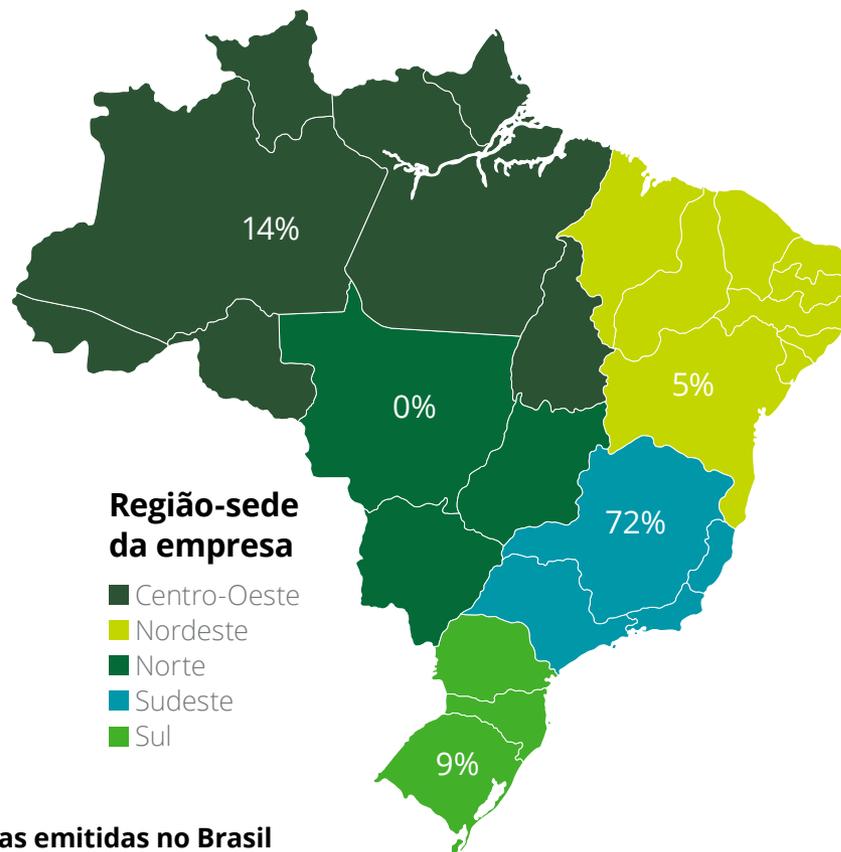
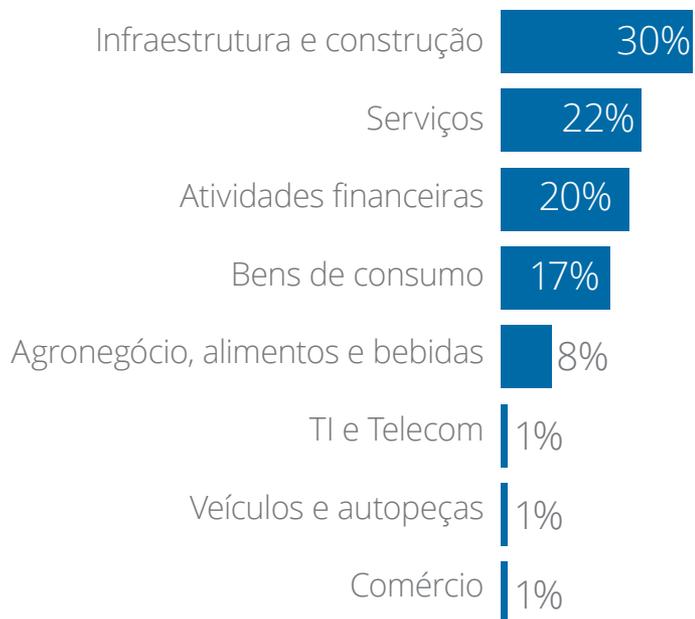


- Menor que 500 milhões
- Entre R\$ 500 mi e R\$ 1 bilhão
- Entre R\$ 1 bilhão e R\$ 7,5 bilhões
- Maior que R\$ 7,5 bilhões

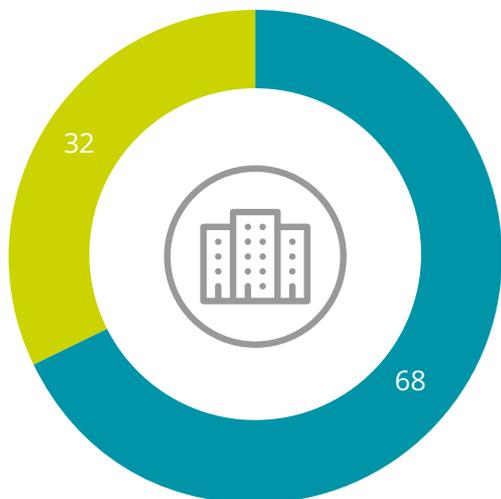


## Os novos desafios de comunicação para o RI

### Setor de atuação

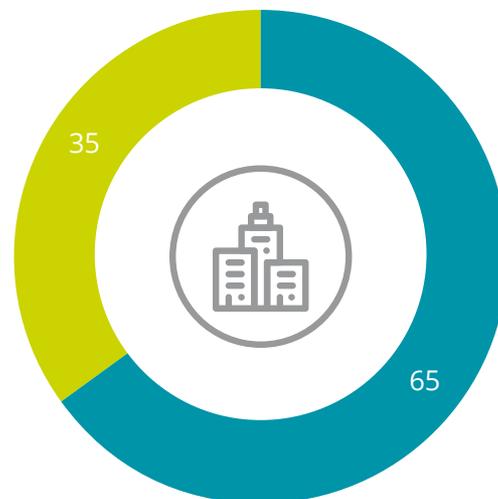


### Empresas listadas na B3 ou em bolsas no exterior (em %)



■ Sim  
■ Não

### Empresas com dívidas emitidas no Brasil ou no exterior (em %)



■ Sim  
■ Não



# Expediente

Pesquisa **“Os novos desafios de comunicação para o RI – Responsabilidade ambiental, social e governança nas Relações com Investidores”**

## Liderança do projeto

**Reinaldo Oliari**

Sócio de Audit & Assurance da Deloitte

**Rodrigo Luz**

Membro do Conselho de Administração do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores

## Condução da pesquisa

**Giovanni Cordeiro**

Diretor de Pesquisas da Deloitte

**Letícia Rosa**

Supervisora de Pesquisas da Deloitte

**Monalisa Tavares**

Analista de Pesquisas da Deloitte

**Ana Carolina Bozelli**

Assistente de Pesquisas da Deloitte

## Produção do relatório

**Evelyn Carvalho**

Gerente de Comunicação de Pesquisas da Deloitte

## Revisão técnica

**Luiz Roberto Cardoso**

Superintendente do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores

## Contato

pesquisa@deloitte.com

O conteúdo deste relatório e todos os resultados e análises relacionados à pesquisa **“Os novos desafios de comunicação para o RI – Responsabilidade ambiental, social e governança nas Relações com Investidores”** foram produzidos pela Deloitte e pelo IBRI. A reprodução de qualquer informação inserida neste relatório requer a citação das fontes. Para mais informações, acesse [www.deloitte.com.br](http://www.deloitte.com.br).

# Deloitte.

A Deloitte refere-se a uma ou mais empresas da Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), sua rede global de firmas-membro e suas entidades relacionadas (coletivamente, a “organização Deloitte”). A DTTL (também chamada de “Deloitte Global”) e cada uma de suas firmas-membro e entidades relacionadas são legalmente separadas e independentes, que não podem se obrigar ou se vincular a terceiros. A DTTL, cada firma-membro da DTTL e cada entidade relacionada são responsáveis apenas por seus próprios atos e omissões, e não entre si. A DTTL não fornece serviços para clientes. Por favor, consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para saber mais.

A Deloitte é líder global de auditoria, consultoria empresarial, assessoria financeira, gestão de riscos, consultoria tributária e serviços correlatos. Nossa rede global de firmas-membro e entidades relacionadas, presente em mais de 150 países e territórios (coletivamente, a “organização Deloitte”), atende a quatro de cada cinco organizações listadas pela Fortune Global 500®. Saiba como os cerca de 335 mil profissionais da Deloitte impactam positivamente seus clientes em [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

© 2021. Para mais informações, contate a Deloitte Global.