



# PERFIL DE RELACIONAMENTO DAS ÁREAS DE RI COM INVESTIDOR PF

**ibri** MZ [B]<sup>3</sup>



# INTRODUÇÃO E METODOLOGIA



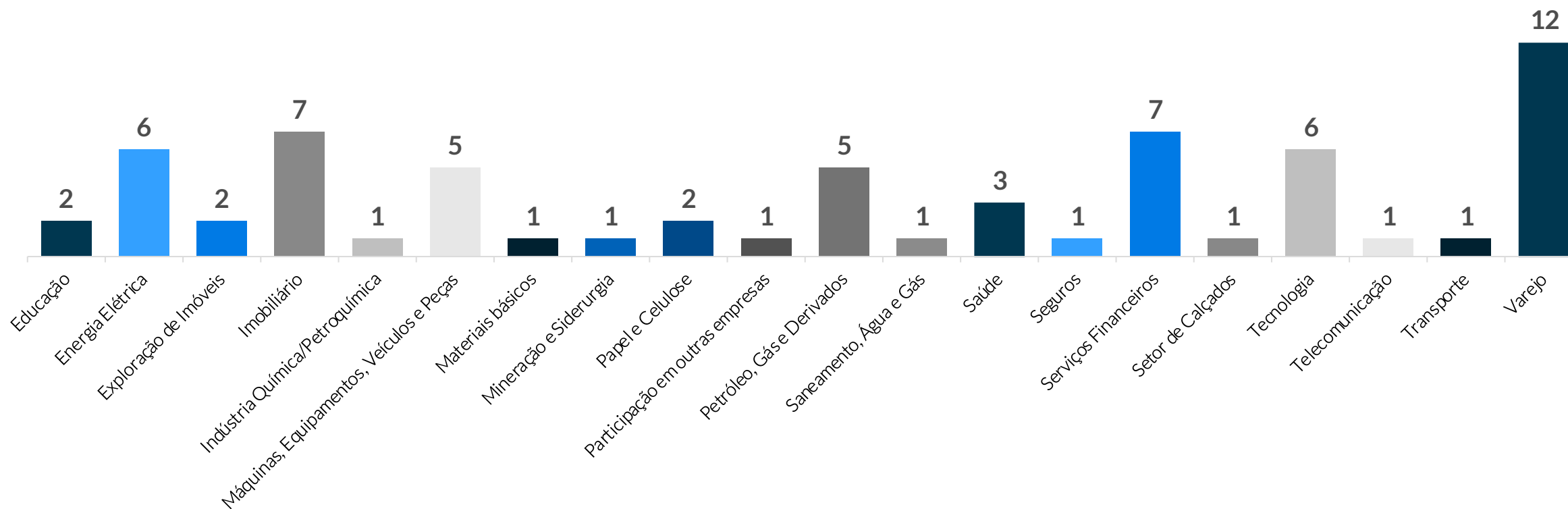
O time de relacionamento com empresas listadas da B3 e o IBRI conduziram em parceria com a MZ Group a pesquisa “Perfil do relacionamento das áreas de RIs com Investidor Pessoa Física” devido ao aumento expressivo do número de investidores ao longo do ano de 2020 e a necessidade de adaptação e formas de interação com esse público.

O resultado dessa pesquisa, que contou com a participação de 66 companhias em uma pesquisa realizada em Dezembro de 2020, visa colaborar aumentando os insights sobre o tema e auxiliar no planejamento e na construção de estratégias e mensagens sobre o tema.

A equipe de relacionamento com empresas da B3 fica à disposição para sugestões, dúvidas ou maiores esclarecimentos, caso necessário, através do e-mail: [empresas@b3.com.br](mailto:empresas@b3.com.br)



Número de empresas participantes da pesquisa por setor



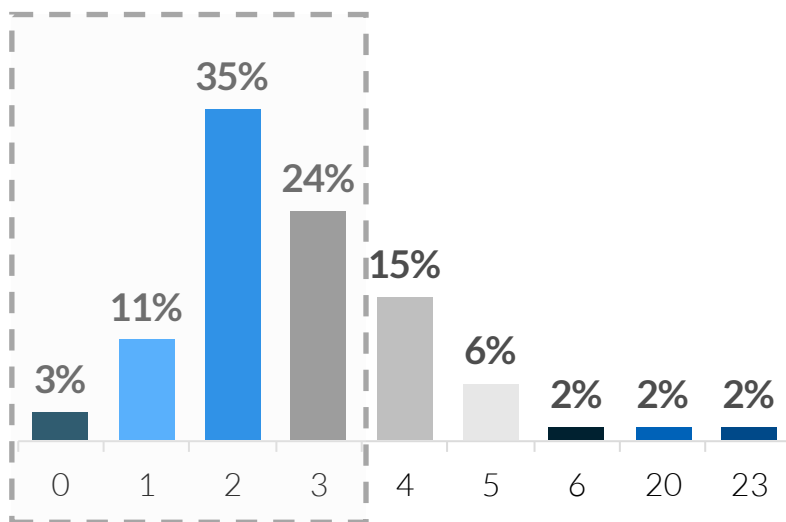
## Setores

66 empresas foram distribuídas em 20 setores, sendo 19 sugeridos pela pesquisa e um setor sendo adicionado por um participante

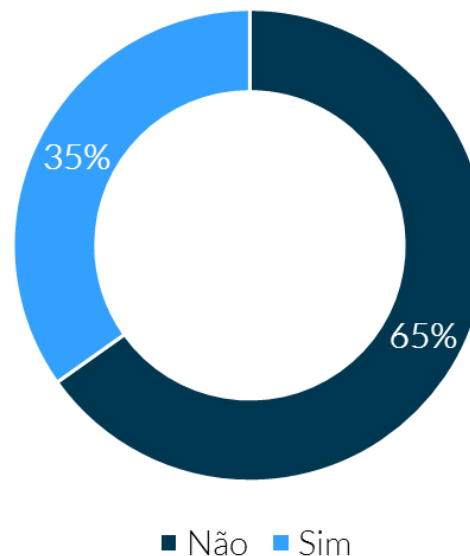
# ESTRUTURA DA ÁREA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES



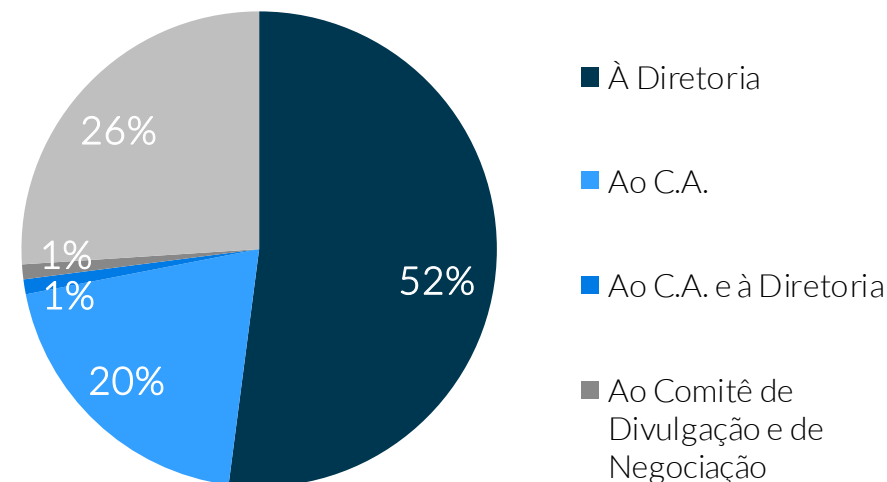
Quantidade de profissionais na área de  
RI, sem incluir o DRI



Sua empresa possui profissionais  
dedicados ao atendimento de  
investidores PF?



Informações relacionadas a investidores  
pessoa física são apresentadas:

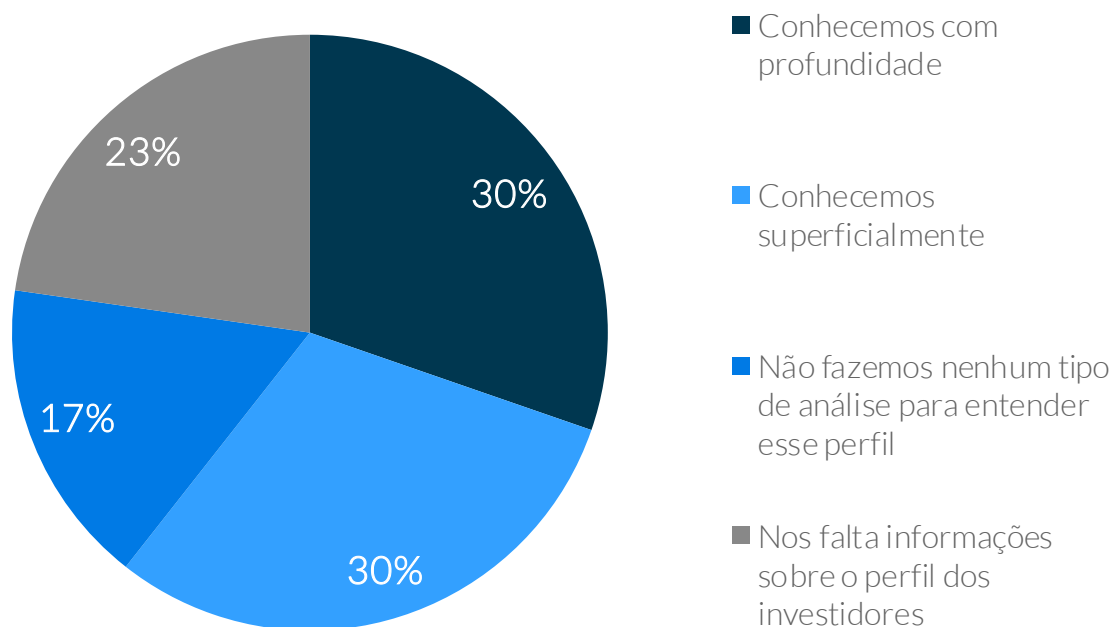


73% das equipes das empresas que participaram da pesquisa são formadas por até três pessoas. A maioria das empresas possui de 2 a 3 profissionais que atuam diretamente no atendimento aos investidores. 35% das empresas possuem profissionais dedicados ao atendimento de investidores pessoa física. Desses 35%, 57% se reporta ao DRI. Segundo um pouco mais da metade das companhias participantes da pesquisa, as informações sobre Pessoas Físicas são apresentadas para a Diretoria.

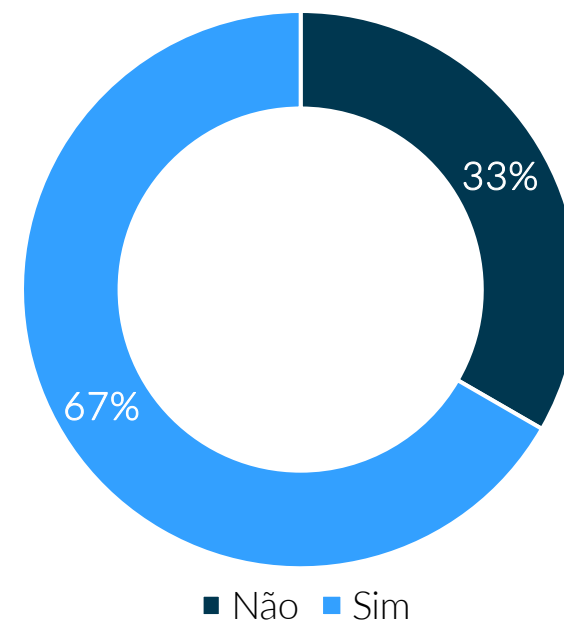
# CONHECIMENTO DA ÁREA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES SOBRE O PERFIL DA BASE DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA



Como vocês avaliam o conhecimento da área de RI sobre o perfil da base de investidores Pessoa Física de sua companhia?



Conhecer melhor o perfil dos investidores pessoa física poderia fazer com que a área de RI de sua companhia alterasse a forma como se relaciona com esse público?



60% das empresas que participaram da pesquisa alegam conhecer, metade profundamente e metade de maneira superficialmente, o perfil de sua base de investidores Pessoas Físicas. A maioria reconhece que se conhecesse melhor os investidores pessoa física em sua base poderia alterar a forma como a empresa se relaciona com esse público.

# INFORMAÇÕES VALIOSAS PARA A ESTRÁTEGIA DE RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES PESSOA FÍSICA



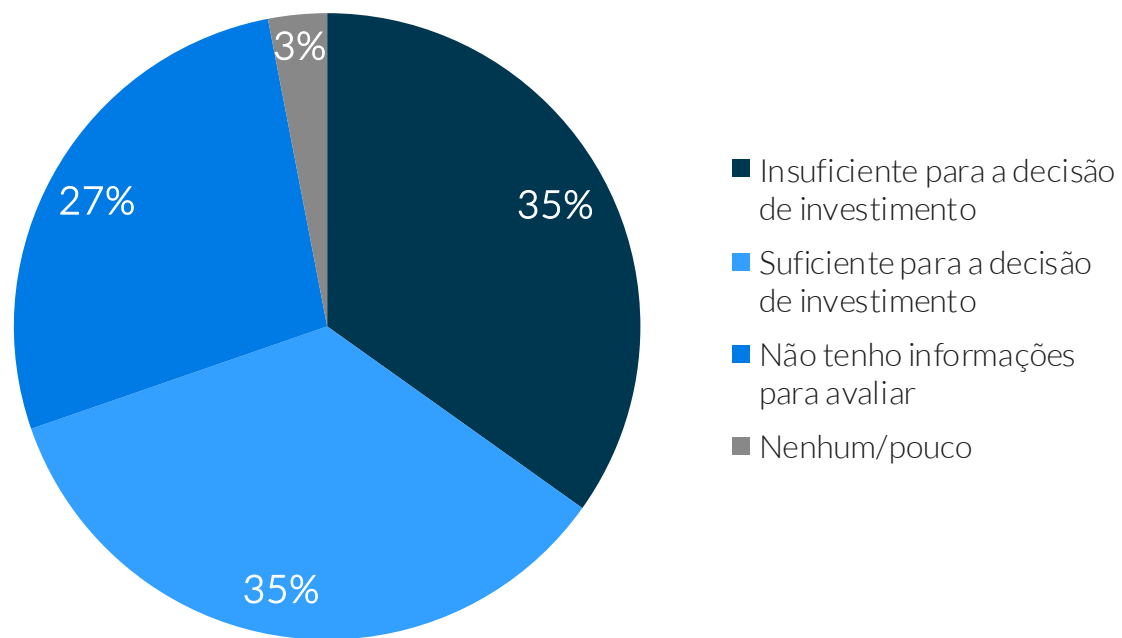
## Top 5

- Fontes de informação utilizadas pelo investidor – **15%**
- Dados demográficos, Informações sobre renda e potencial de investimento, Informação se esse investidor investe em outros produtos de bolsa, Perfil de negociação (% de day trade, prazo médio da posição...), Fontes de informação utilizadas pelo investidor – **9%**
- Perfil de negociação (% de day trade, prazo médio da posição...), Fontes de informação utilizadas pelo investidor – **9%**
- Informação se esse investidor investe em outros produtos de bolsa, Perfil de negociação (% de day trade, prazo médio da posição...), Fontes de informação utilizadas pelo investidor – **9%**
- Informações sobre renda e potencial de investimento, Informação se esse investidor investe em outros produtos de bolsa, Perfil de negociação (% de day trade, prazo médio da posição...), Fontes de informação utilizadas pelo investidor – **8%**

# AValiação do conhecimento dos investidores pessoa física



## Suficiência do conhecimento da Companhia sobre investidores PFs



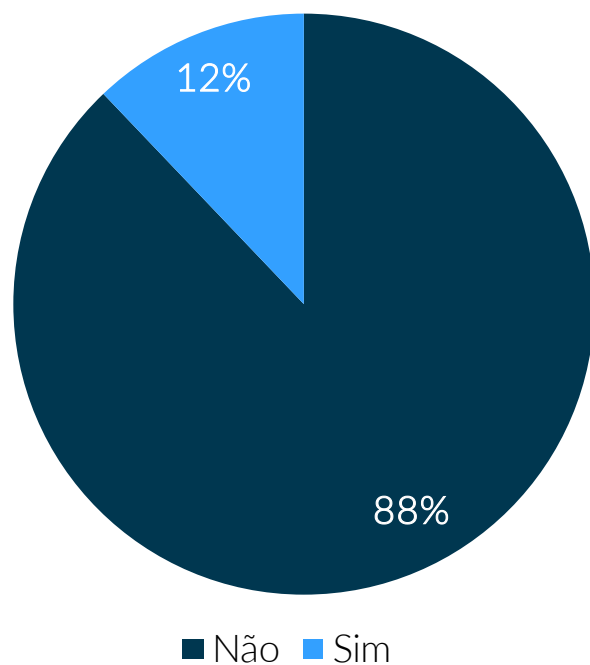
## Conhecimento das Pessoas Físicas

Tema bem diverso, com um terço dos participantes da pesquisa alegando que o conhecimento é suficiente, um terço alegando que o conhecimento não é suficiente e um terço não sabendo opinar sobre essa questão.

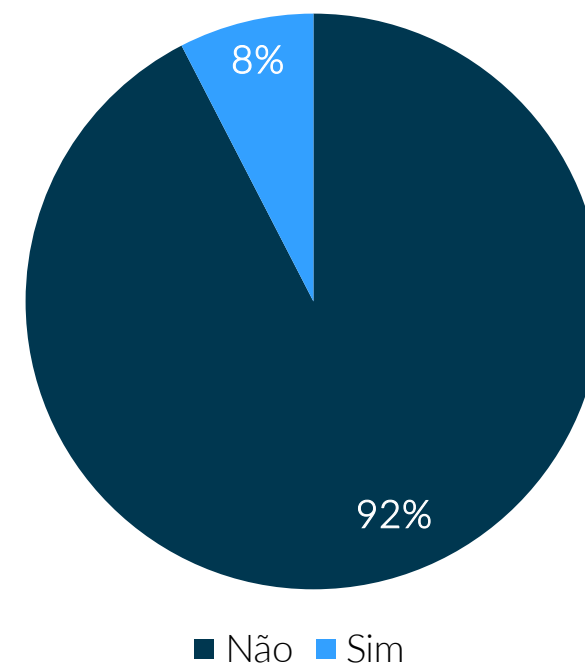
# SITE DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES



Há um conteúdo ou área dedicada ao investidor pessoa física no site de RI?



Há calculadora de rentabilidade de ações no site de RI?



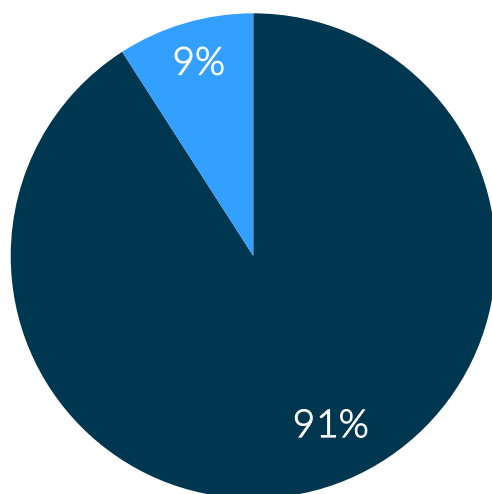
Atualmente não há nem um conteúdo específico ou uma calculadora de rentabilidade de ações nos sites de Relações com Investidores da maioria das companhias participantes da pesquisa



# CANAIS DE COMUNICAÇÃO COM OS INVESTIDORES



Sua empresa possui conta em redes sociais dedicada à atividade de RI?



■ Não ■ Sim

Em quais redes?

● LinkedIn ● Twitter ● Instagram

Os canais de comunicação mais utilizados pelas empresas são: Aplicativo de RI, LinkedIn, Mailings, Podcasts, Twitter, Vídeos e WhatsApp.

Nas redes sociais:

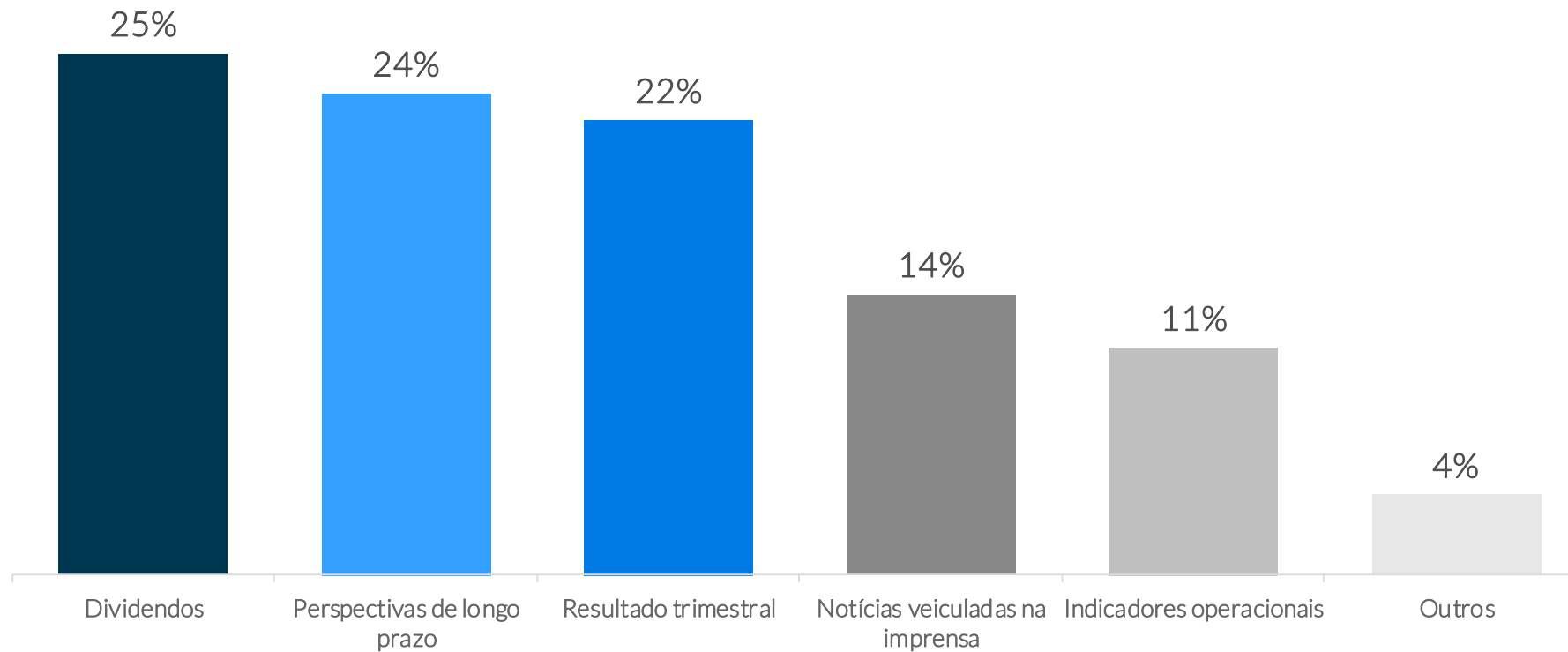
- “Divulgamos conteúdos de interesse dos investidores (vídeos, podcast, materiais de comunicação);”
- “Não há interação, publicamos informações públicas para disseminá-las e não atendemos ou respondemos a comentários;”
- “Interagimos com os investidores e respondemos suas questões publicamente.”

A gestão da conta nas mídias sociais é realizada pelas Áreas de Marketing; de RI e RH, além de uma agência especializada.

# ASSUNTOS RECORRENTES NO RELACIONAMENTO COM PESSOA FÍSICA



Assuntos recorrentes no relacionamento pessoa física

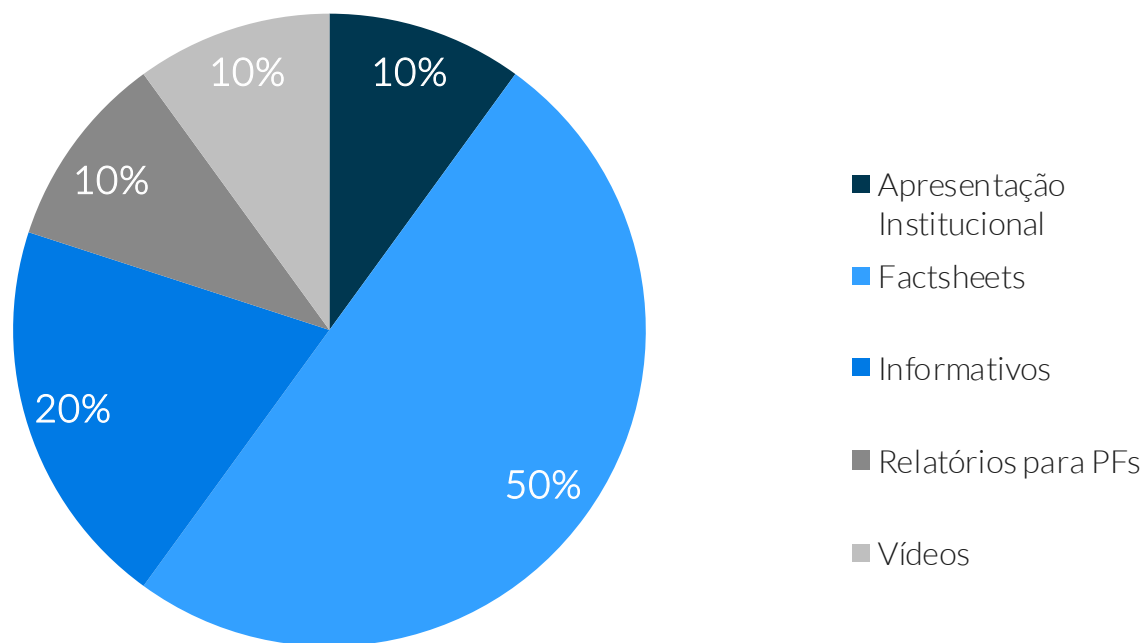


Resultado trimestral e Dividendos são os assuntos mais recorrentes no relacionamento com Pessoa Física.

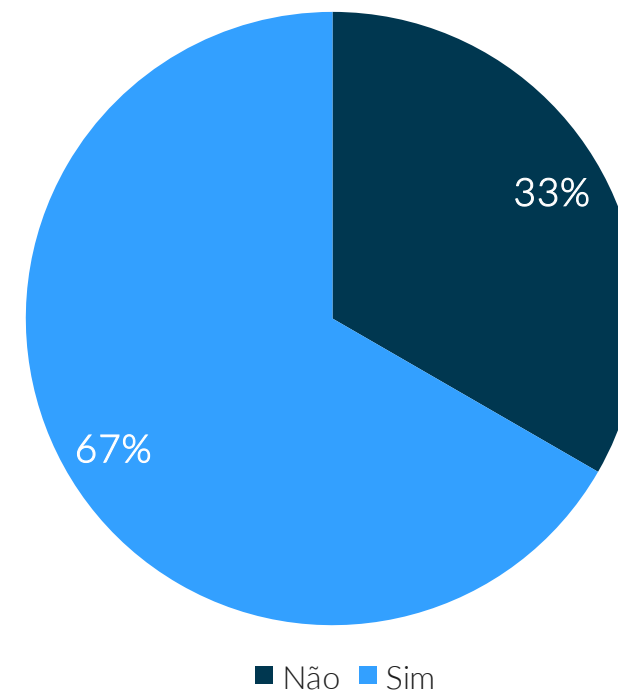
# MATERIAIS DIRECIONADOS AOS INVESTIDORES PESSOAS FÍSICAS



Quais são esses materiais?



Há alguma adaptação de linguagem?

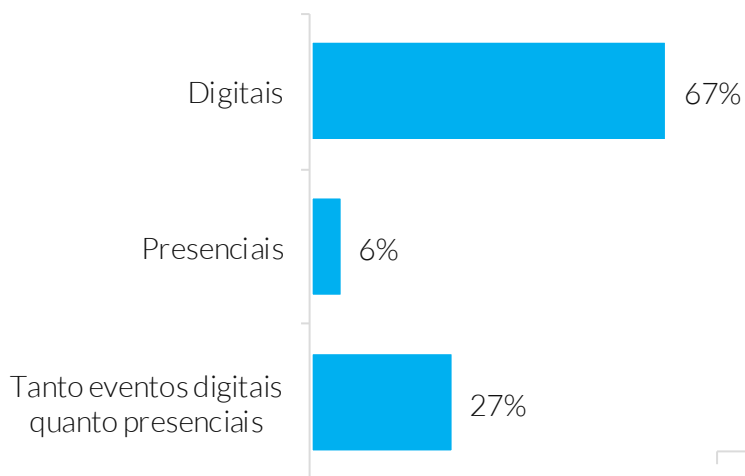


86% não produz materiais dedicados para investidor pessoa. Das empresas que produzem, Factsheets e Informativos são a maioria desses materiais dedicados ao investidor pessoa física, com uma adaptação de linguagem na maioria deles.

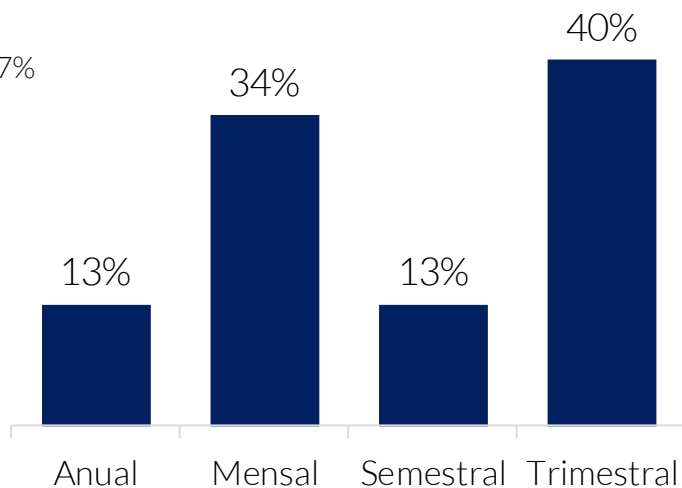
# REALIZAÇÃO DE EVENTOS DIRECIONADOS AOS INVESTIDORES PESSOA FÍSICA



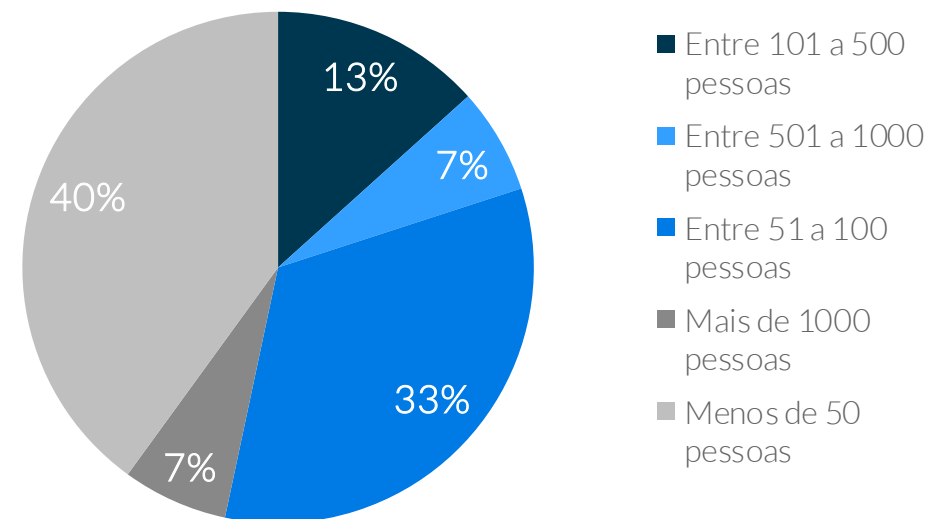
### Modalidade desses eventos



### Qual a periodicidade desses eventos?



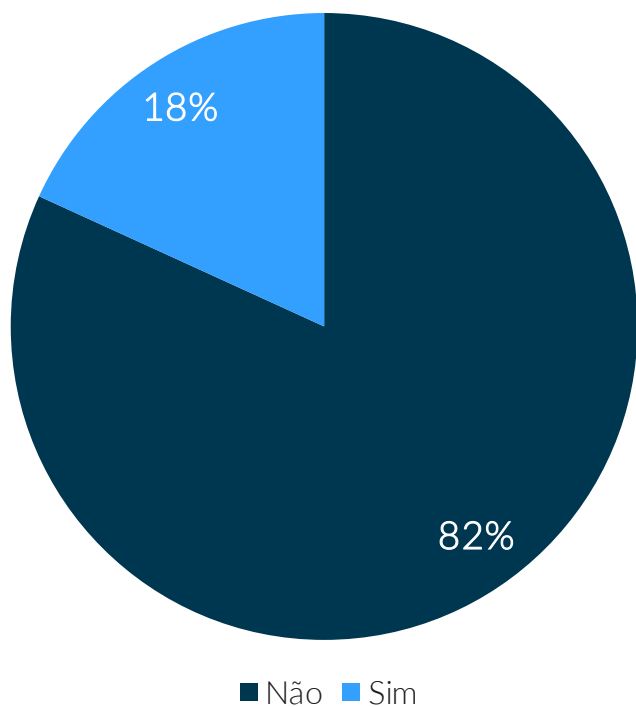
### Média de participantes por evento



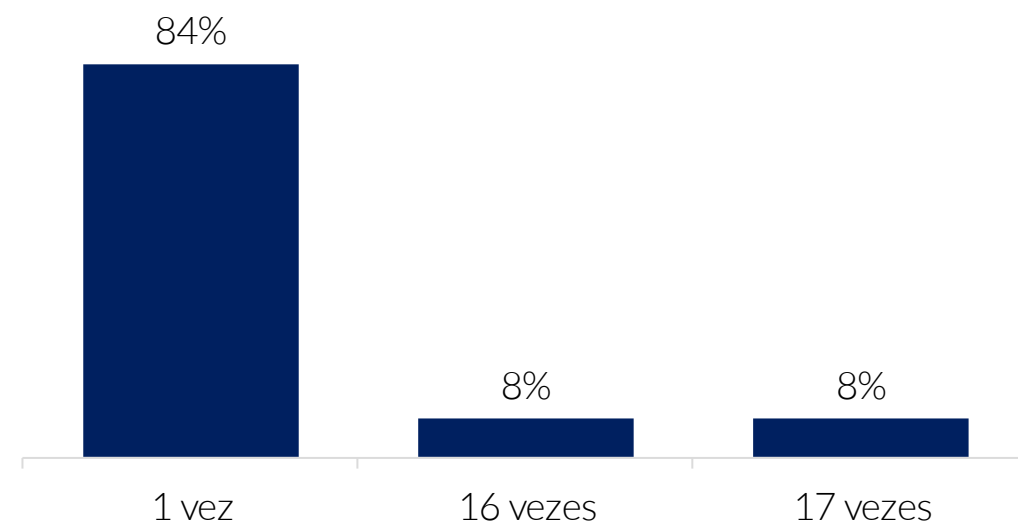
33% das companhias realizam eventos para Pessoas Físicas. A maioria dos eventos são realizados trimestralmente, de maneira digital, atingindo entre 51 a 100 pessoas.



## A empresa realiza reuniões APIMEC?



## Quantidade de APIMECs realizadas por ano:

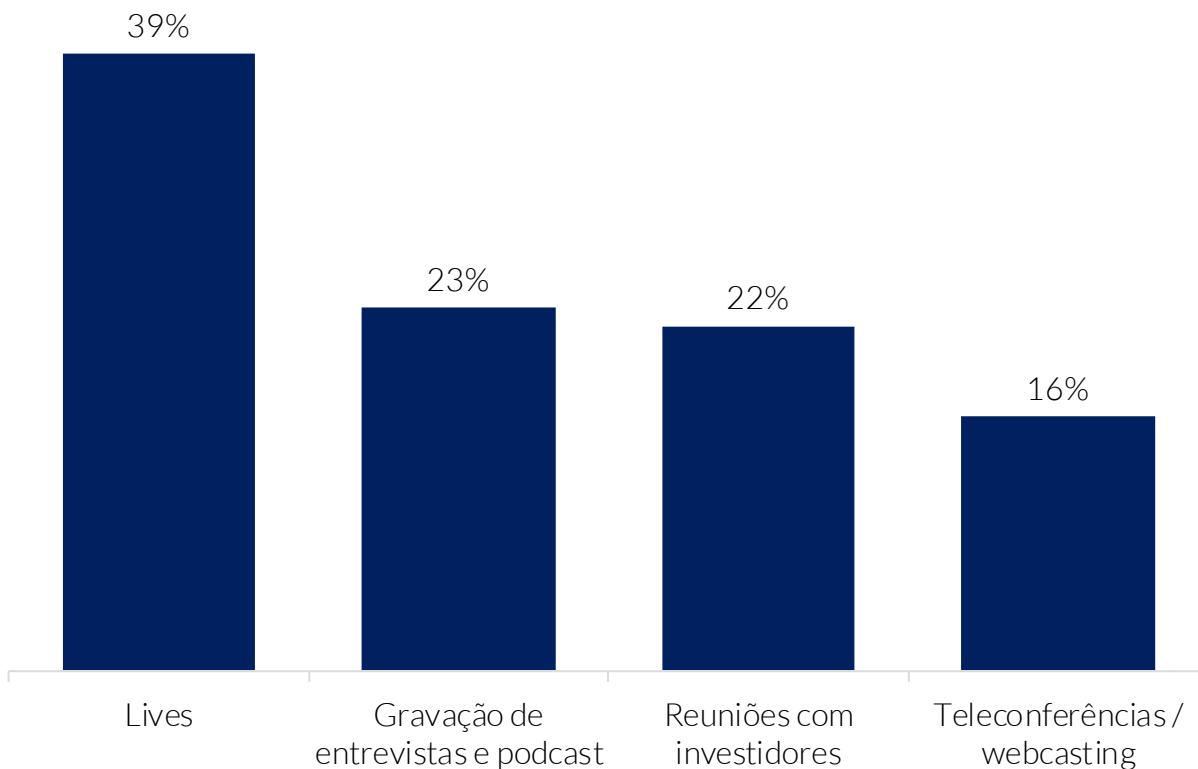


A maior parte das empresas participantes da pesquisa disse não realizar reuniões com a APIMEC. Das que realizam, a periodicidade na maioria das vezes é uma vez ao ano.

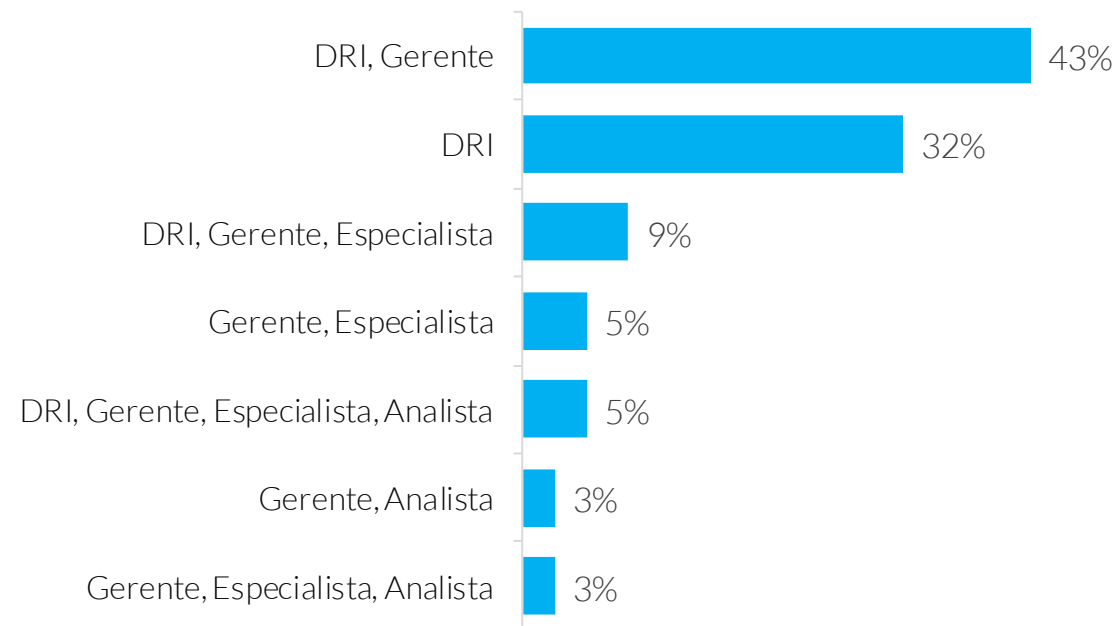
# EVENTOS DE CORRETORAS VOLTADOS PARA PESSOAS FÍSICAS



### Tipos de eventos nos quais as companhias mais participam



### Representantes da companhia participam desses eventos

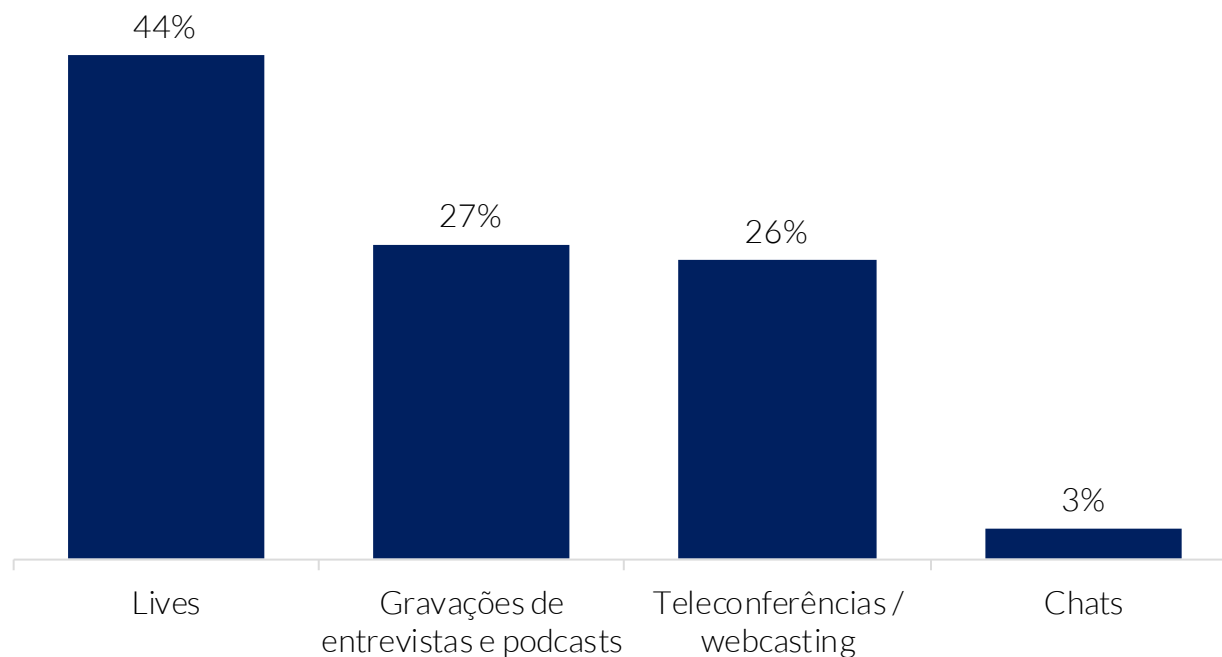


56% das empresas participam de eventos de corretoras voltados aos investidores pessoa física, sendo esses eventos em sua maioria lives, gravação de entrevista ou podcasts, teleconferências ou reuniões. 97% dos participantes da pesquisa afirmaram que pretendem participar ou continuar participando no futuro.

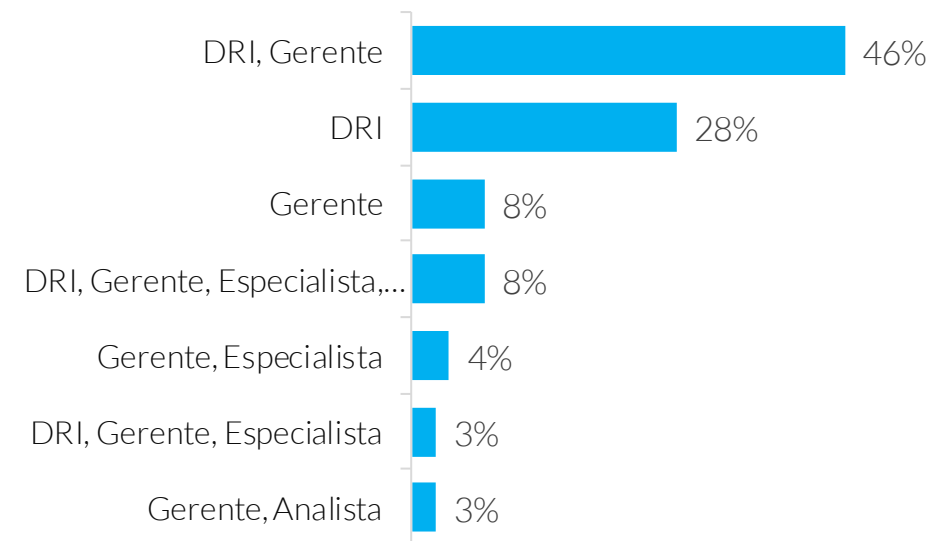
# EVENTOS DE CASAS DE RESEARCH INDEPENDENTES VOLTADAS PARA PESSOAS FÍSICAS



Tipos de eventos mais citados, nos quais as companhias participam



Representantes da companhia participam desses eventos

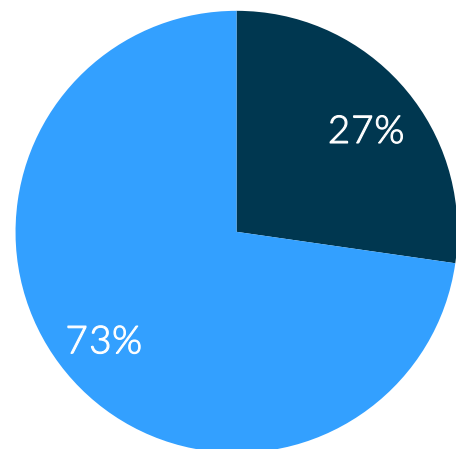


58% das empresas participam de eventos de casa de research independentes voltados aos investidores pessoa física, sendo esses eventos em sua maioria lives, gravação de entrevista ou podcasts e teleconferências. 96% dos participantes da pesquisa afirmaram que pretendem participar ou continuar participando no futuro.

# EVENTOS DE CASAS DE RESEARCH INDEPENDENTES VOLTADAS PARA PESSOAS FÍSICAS

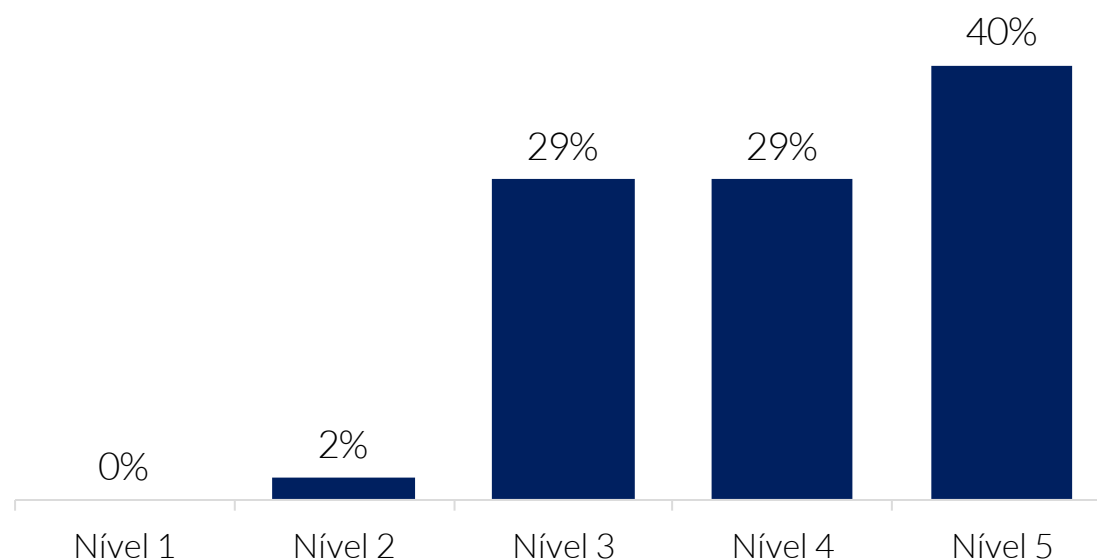


A área de RI acompanha e revisa os relatórios publicados por casas de research independentes sobre as ações de sua companhia?

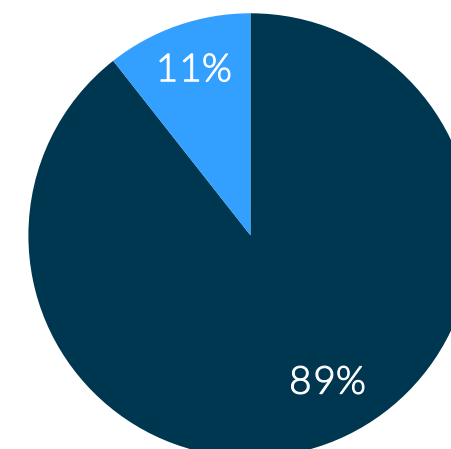


■ Não ■ Sim

Nível de relevância



Sua companhia já teve algum problema de comunicação ou divulgação com casas de research independentes?



■ Não ■ Sim

73% das empresas que participaram da pesquisa afirmaram que revisam os relatórios publicados pelas casas de research independentes, sendo um assunto de extrema relevância para 40% dos participantes. Apenas 11% alega ter tido problemas de comunicação ou divulgação com casas de research independentes, foram citados alguns problemas vivenciados.



**OBRIGADO!**

**ibri** MZ [B]<sup>3</sup>

