

O protagonismo estratégico do RI

Como a comunicação, as novas regulações de ESG e a inteligência artificial podem influenciar o valor das empresas

Junho de 2024



Sumário executivo

1. As novas regulações trazem uma padronização essencial para que as organizações sigam em direção à conformidade nas pautas ESG (sigla traduzida como ambiental, social e governança) e de sustentabilidade e, embora a adaptação aos novos modelos de divulgação ao mercado se torne obrigatória apenas em 2026, mais da metade das empresas participantes da pesquisa pretende se adequar às mudanças antecipadamente. Contudo, alguns desafios devem acompanhar essa transição, como custos associados, identificação das métricas relevantes e como conectar os relatórios de sustentabilidade e ESG aos financeiros.

2. A integração de processos tecnológicos e as novas regulações e formas de comunicação ampliam as exigências com relação ao conhecimento multidisciplinar esperado do profissional de Relações com Investidores. Neste sentido, 83% das organizações acreditam que a inteligência artificial (IA) pode auxiliar nas demandas desse profissional, como na automação de relatórios, na análise de dados mais sofisticados e nos novos formatos de comunicação com investidores. Atualmente, 17% das empresas já utilizam IA nas rotinas da área de RI e outras 35% pretendem adotá-la no próximo ano.

Sumário executivo

3. Embora as empresas ainda priorizem os canais tradicionais de comunicação, como teleconferências, websites de RI e eventos presenciais, 84% delas reconhecem a importância das mídias sociais como fonte relevante de informação aos investidores Pessoa Física (PF). Isso sinaliza a necessidade de uma mudança estratégica na forma de comunicação com este perfil de investidor, que tem ganhado cada vez mais relevância e impactado significativamente no valuation das organizações.

4. Mais da metade das organizações participantes da pesquisa concordam que a popularização dos influenciadores digitais financeiros (finfluencers) está associada ao aumento dos investidores PF no mercado financeiro. Ainda que 37% delas entendam a popularização dos finfluencers como algo positivo, 82% acreditam que regulações mais rígidas devem mediar essa relação.

Índice

1	Entendimento estrutural da área de RI	5
2	Sustentabilidade e ESG	10
3	Tecnologia	21
4	Comunicação com o mercado	26
5	Perfil da amostra	33



01

Entendimento estrutural
da área de RI

Entendimento estrutural da área de RI

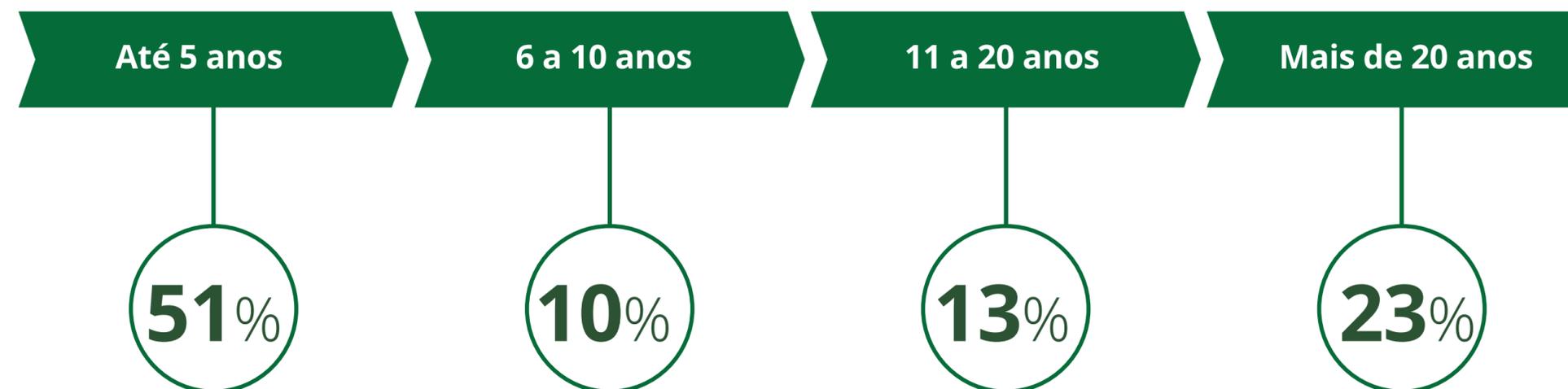
Em um cenário empresarial em constante transformação, no qual a integridade, a transparência, a comunicação eficaz, a aderência às novas regulamentações e a implementação de tecnologias são essenciais para o sucesso dos negócios, a estruturação da área de Relações com Investidores (RI) tem ganhado cada vez mais relevância, se propondo a atuar como um pilar fundamental para o crescimento sustentável e a maximização do valor das organizações.

Aproximadamente oito em cada dez empresas participantes da pesquisa já têm uma área de RI estruturada. Destas, 51% estruturaram há cinco anos ou menos, reiterando a percepção de que esse movimento vem se acelerando nos últimos anos.



das empresas têm área de Relações com Investidores estruturada¹

Há quanto tempo a área está estruturada²



¹Taxa de resposta: 100%, 51; ²Taxa de resposta: 100%, 39.

3% não sabem informar.

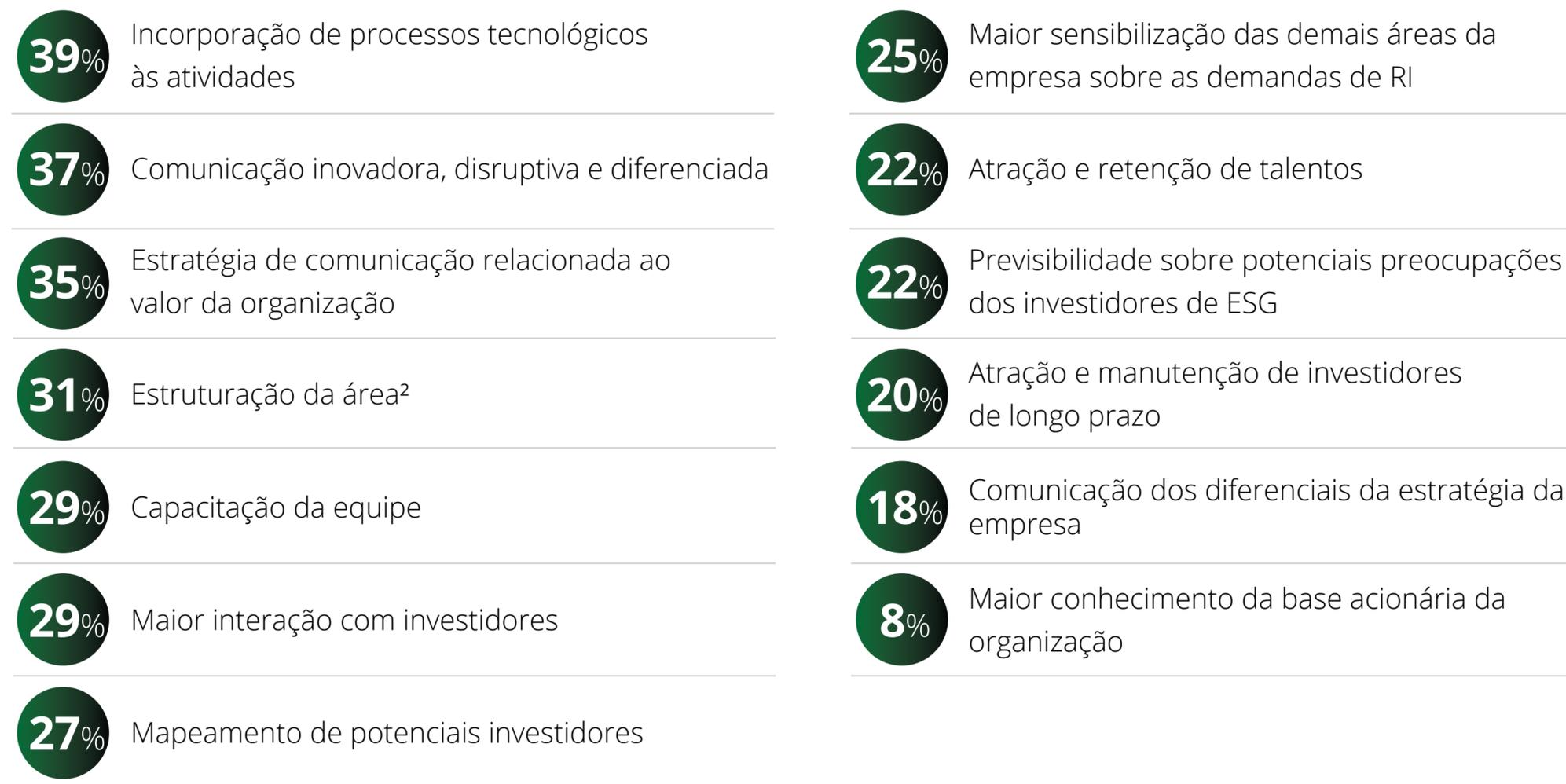
Entendimento estrutural da área de RI

Nesta edição, emerge como principal desafio da área de RI a incorporação de processos tecnológicos, como o uso de inteligência artificial para automação, e de técnicas avançadas de análise de dados, para obtenção de insights acionáveis.

Além disso, as empresas continuam buscando inovar em suas estratégias de comunicação, tanto na produção de conteúdos que atendam aos interesses de diferentes públicos quanto na exploração de formatos inovadores para comunicar suas estratégias e como a organização cria valor ao mercado e a seus acionistas.

Tudo isso é feito em conjunto com avanços progressivos na estruturação da área, com a atualização de políticas e redefinição de responsabilidades, e baseado em um processo de capacitação permanente dos profissionais envolvidos.

Principais desafios da área de RI nas empresas¹ (múltiplas respostas)



¹Taxa de resposta: 100%, 51. ²Procedimentos, políticas, definição de papéis e responsabilidades.

Oportunidades e perspectivas para o mercado de capitais

Diante dos desafios estabelecidos, as organizações têm direcionado seus esforços para criar uma estrutura de governança corporativa robusta e que assegure a transparência, a confiabilidade e a ética na comunicação com os stakeholders.

Além disso, a adoção de novas tecnologias e o envolvimento em questões ESG se mantêm como pautas prioritária à área de RI das empresas.

Ao priorizar estratégias e superar seus principais desafios, a área de RI ganha ainda mais protagonismo na busca pelo sucesso da organização, contribuindo para a gestão de sua reputação, a captação de recursos e a construção de relacionamentos duradouros com os investidores.

Prioridades para a área de RI¹ (múltiplas respostas, até cinco opções)



¹Taxa de resposta: 94%, 48.

Relações com investidores no contexto empresarial brasileiro

Para liderar com excelência na área de RI, especialmente no cenário dinâmico e desafiador atual, é esperado que os profissionais da área aprimorem um conjunto abrangente de habilidades e desenvolvam uma visão holística do negócio.

Além de dominar métricas e indicadores de diversas áreas, uma liderança de RI bem-sucedida deve buscar um aprofundamento constante de suas técnicas de comunicação e relacionamento. Isso não só amplia sua credibilidade diante dos stakeholders, como também o capacita a ser proativo, seja na identificação de oportunidades ou na antecipação de desafios.

Habilidades que definem uma liderança de RI bem-sucedida¹ (múltiplas respostas, até cinco opções)



¹Taxa de resposta: 90%, 46.



02

Sustentabilidade
e ESG

RI no contexto de sustentabilidade e ESG

A aprovação da Resolução nº 193*, alinhada às prioridades elencadas pelas empresas participantes – de ampliar o envolvimento em questões ESG e de revisar estratégias para atender demandas regulatórias –, evidenciam a importância de comitês para assessorar, identificar oportunidades e gerar valor de longo prazo sobre o tema na cultura organizacional. Isso porque, além de desenvolver e acelerar as pautas e ações voltadas à sustentabilidade do negócio, os comitês terão o desafio de acompanhar as mudanças decorrentes da nova regulamentação. Destaca-se, ainda, a necessidade de que estimulem discussões tempestivas sobre todas as frentes ESG nas reuniões do Conselho de Administração, pois, atualmente, as empresas participantes dedicam mais espaço à frente de governança – indicando uma oportunidade para que os âmbitos social e ambiental sejam abordados com mais frequência e disseminados à alta administração, se consolidando como pontos focais na estratégia da organização.



das empresas possuem comitê administrativo

responsável pelas iniciativas ESG¹

Papéis desempenhados pelo comitê ESG (múltiplas respostas)

- 1° Identificação de estratégias
- 2° Criação de valor sobre a cultura da organização referente ao tema ESG
- 3° Identificação de políticas
- 4° Análise dos procedimentos para coleta e divulgação das informações
- 5° Monitoramento de metas e métricas estabelecidas
- 6° Criação de controles

Taxa de resposta: 100%, 29.

¹Taxa de resposta: 100%, 51; ²Taxa de resposta: 92%, 47; *Regulamenta que, a partir de 2026, todas as organizações brasileiras com registro de companhia aberta na CVM (Comissão de Valores Mobiliários) devem alinhar seus relatórios de sustentabilidade e ESG aos padrões globais exigidos pelo International Sustainability Standards Board (ISSB), órgão do IFRS Foundation, considerando os padrões IFRS S1 e IFRS S2, voltados ao reporte de impactos e riscos associados a seus negócios. [Saiba mais.](#)

Frequência das discussões sobre temas ESG nas reuniões do Conselho de Administração²

■ Em todas
 ■ Na maioria
 ■ Algumas vezes
■ Não são discutidos
 ■ Não temos conselho
 ■ Não sei dizer



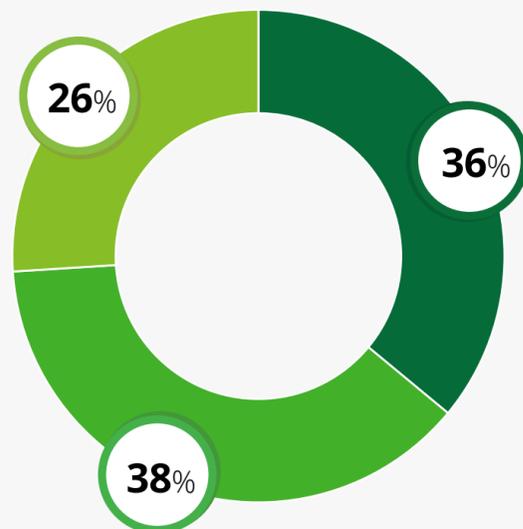
Frente Social – Diversidade, Equidade e Inclusão



das empresas promovem DE&I¹

Estágio dos aspectos de DE&I nas empresas¹

- Inicial (possuem práticas e iniciativas)
- Intermediário (além de práticas e iniciativas, possuem indicadores para o monitoramento do tema)
- Avançado (possuem práticas, iniciativas, indicadores e metas definidos com relação ao tema)



Motivadores da promoção de DE&I nas empresas²

(múltiplas respostas)

- 70% Fortalecer a cultura organizacional
- 70% Demonstrar responsabilidade social corporativa
- 62% Política e compromisso inerente da empresa
- 60% Atrair talentos
- 28% Cumprir obrigações legais e regulatórias
- 19% Melhorar a reputação da empresa
- 17% Atender às necessidades de clientes diversos



das organizações possuem grupos minorizados⁴ em cargos de liderança na área de RI¹

Grupos minorizados que ocupam cargos de liderança na área de RI³ (múltiplas respostas)

- 1º Mulheres
- 2º Raças e etnias
- 3º Geracional (+50)
- 4º LGBT+
- 5º Pessoas com deficiência/Neurodiversidade⁵

¹Taxa de resposta: 100%, 51; ²Taxa de resposta: 100%, 46; ³Taxa de resposta: 100%, 36; ⁴LGBT+, Raças e etnias, Pessoas com Deficiência e Neurodiversos, Geracional, entre outros; ⁵Se caracteriza por um desenvolvimento neurológico, em alguns aspectos, diferente da maioria. Entre eles, estão as pessoas com autismo, dislexia, TDAH, síndrome de Tourette, discalculia, disgrafia etc.

RI no contexto de sustentabilidade e ESG

As alterações nos relatórios de sustentabilidade e ESG, decorrentes da nova resolução da CVM, destacam a importância da atuação de um profissional especializado em pautas ambientais, sociais e de governança na área de RI. No entanto, menos de 30% das organizações participantes contam com este especialista e, das que não têm, apenas 22% pretendem contratar nos próximos anos. Como apontado na última edição da pesquisa, um ESG controller apoia não somente na compreensão do tema, como, também, na estruturação de um planejamento estratégico que incorpore práticas ambientais, sociais e de governança sob a ótica das tomadas de decisão e da criação de valor.



das empresas contam com especialista em ESG na equipe de RI¹

Entre as organizações que não têm um especialista em ESG na equipe de RI,



pretendem contratar em 2024 ou nos próximos anos²

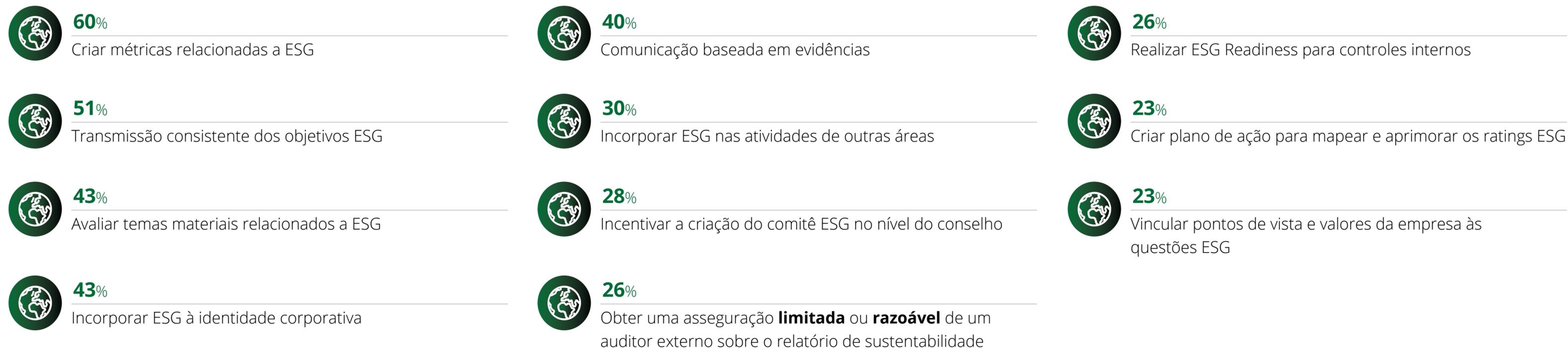
¹Taxa de resposta: 96%, 49; ²Taxa de resposta: 100%, 36.

RI no contexto de sustentabilidade e ESG

Além de estabelecer métricas para acompanhamento das iniciativas ESG, comunicar os objetivos das ações adotadas, avaliar temas materiais e incorporar estas pautas em todas as áreas de negócio emergem como ações fundamentais para promover a geração de valor nas empresas participantes – posicionando o tema como

um objetivo estratégico. A obtenção de uma asseguração limitada ou razoável de um auditor externo, referente ao relatório de sustentabilidade, também está entre as iniciativas ESG acompanhadas pela área de RI e que deve ser impactada pelas mudanças de regulamentação.

Iniciativas ESG promovidas pela área de RI¹ (múltiplas respostas)



¹Taxa de resposta: 92%, 47.

RI no contexto de sustentabilidade e ESG

A evolução da complexidade do mercado de RI, com novas leis, regulamentações e normas de divulgação, ampliam a necessidade de que as empresas apresentem suas metas e compromissos de forma precisa aos stakeholders, por meio de métricas e indicadores. Neste sentido, embora os indicadores sociais e de governança sejam os mais monitorados pelas organizações atualmente, os ambientais devem ser priorizados nos próximos anos – dada a urgência deste tema no ambiente de negócios, a nível global.



das empresas já estão vinculando o desempenho de indicadores ESG à remuneração dos executivos¹

¹Taxa de resposta: 100%, 51; ²Taxa de resposta: 90%, 46.

Indicadores ESG que as organizações monitoram ou pretendem monitorar²

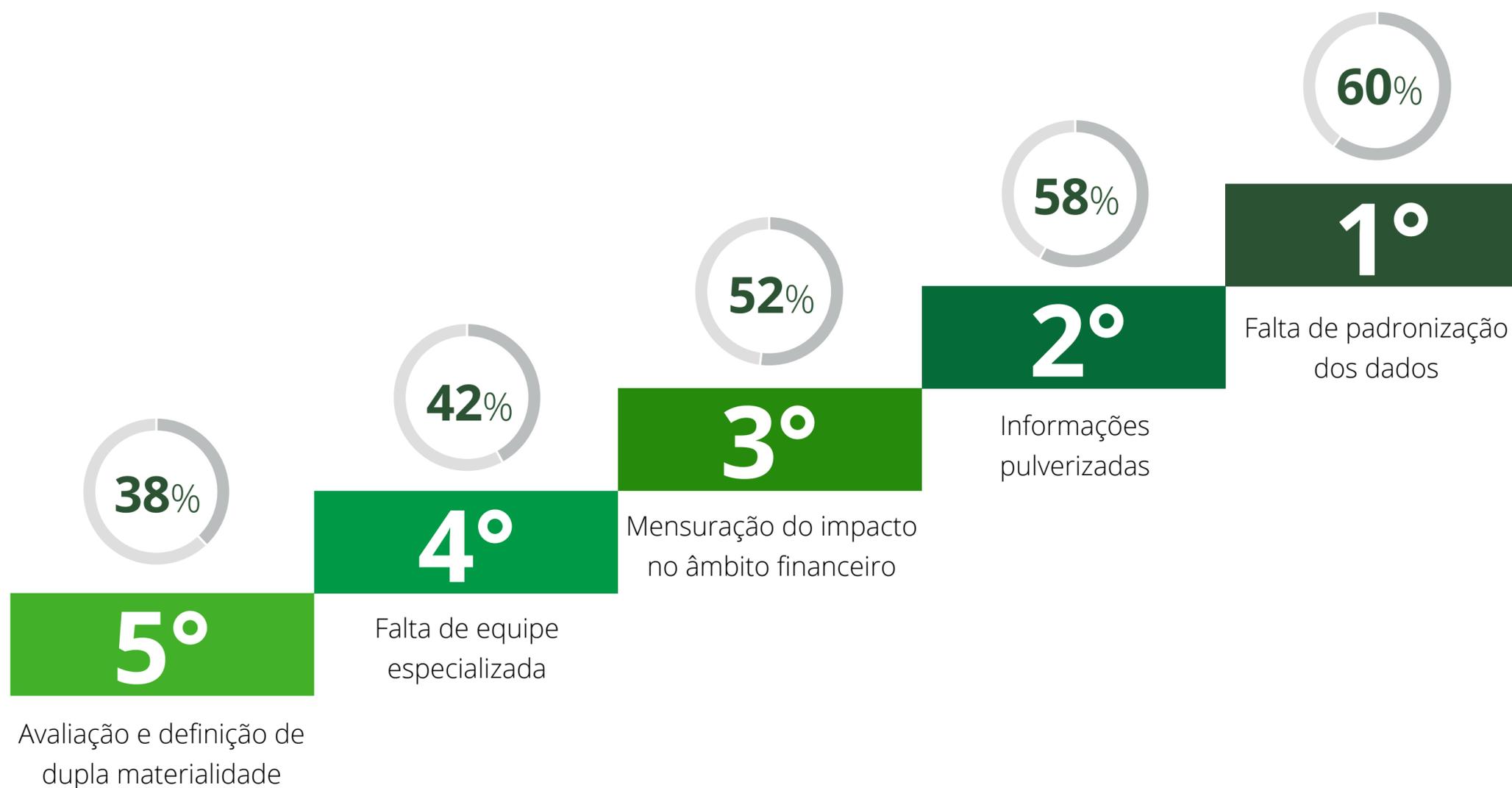
	Monitoram	Pretendem monitorar	Não pretendem monitorar
Ambientais	65%	14%	21%
1° Consumo de energia	85%	11%	4%
2° Volume de resíduos reciclados/enviados para reúso	85%	11%	4%
3° Consumo de água	78%	15%	7%
4° Volume de resíduos gerados	72%	14%	14%
5° Consumo de combustíveis de fontes não renováveis	63%	13%	24%
Sociais	80%	10%	10%
1° Treinamento para colaboradores	95%	5%	-
2° Saúde e segurança no trabalho	95%	5%	-
3° Benefícios para profissionais	93%	7%	-
4° Satisfação do cliente	88%	10%	2%
5° Investimentos sociais para a comunidade	86%	14%	-
Governança	80%	10%	10%
1° Privacidade de dados	100%	-	-
2° Canal de denúncias	98%	2%	-
3° Código de ética e conduta	96%	2%	2%
4° Indicadores de avaliação dos clientes	93%	7%	-
5° A quem se reporta o comitê de auditoria	92%	5%	3%

RI no contexto de sustentabilidade e ESG

Ainda que as organizações estejam amadurecendo com relação ao monitoramento de indicadores ESG, os desafios relacionados a eles – e que impactam diretamente no desenvolvimento de relatórios – estão relacionados à falta de padronização de dados, às informações pulverizadas e à dificuldade de mensurar impactos financeiros.



Desafios no monitoramento de indicadores ESG e no desenvolvimento de relatórios¹ (múltiplas respostas, até cinco opções)



¹Taxa de resposta: 98%, 50.

^{6º} Falta de priorização, ^{7º} Falta de ferramenta para coleta de informação, ^{8º} Mensuração não financeira de métricas.

Novas regulações de ESG

Diante deste cenário, 70% das empresas adotam algum tipo de framework para elaborar seus reportes ESG, sendo o GRI e o IFRS os mais utilizados.

Estas opções de frameworks são o primeiro passo para implementar a padronização aos relatórios de sustentabilidade e ESG.

Porém, a utilização de muitos frameworks pode limitar a comparabilidade de dados, dificultando a identificação de sustentabilidade das organizações em médio e longo prazos.



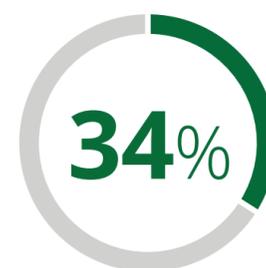
das empresas adotam frameworks ESG

Taxa de resposta: 98%, 50.

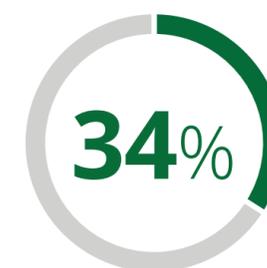
Frameworks ESG mais adotados pelas empresas



GRI¹



CDP²



GHG Protocol



SASB³



TCFD⁴



ISE B3⁵



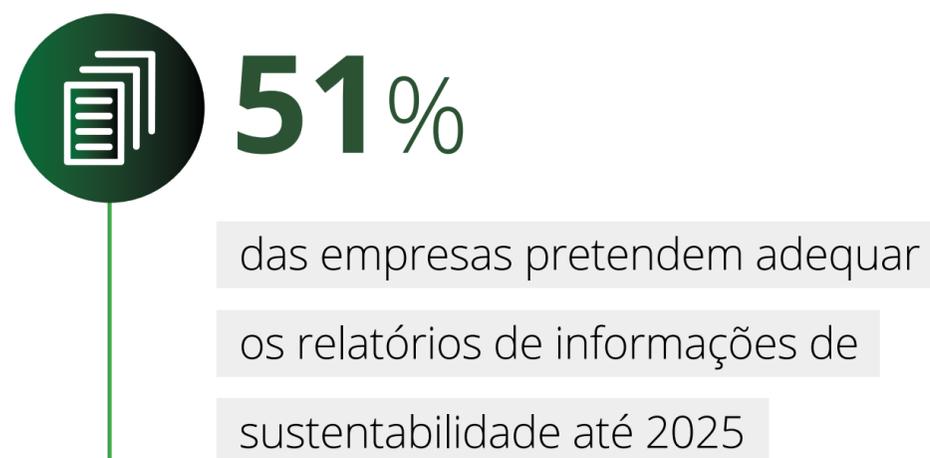
CSA⁶

Taxa de resposta: 97%, 35.

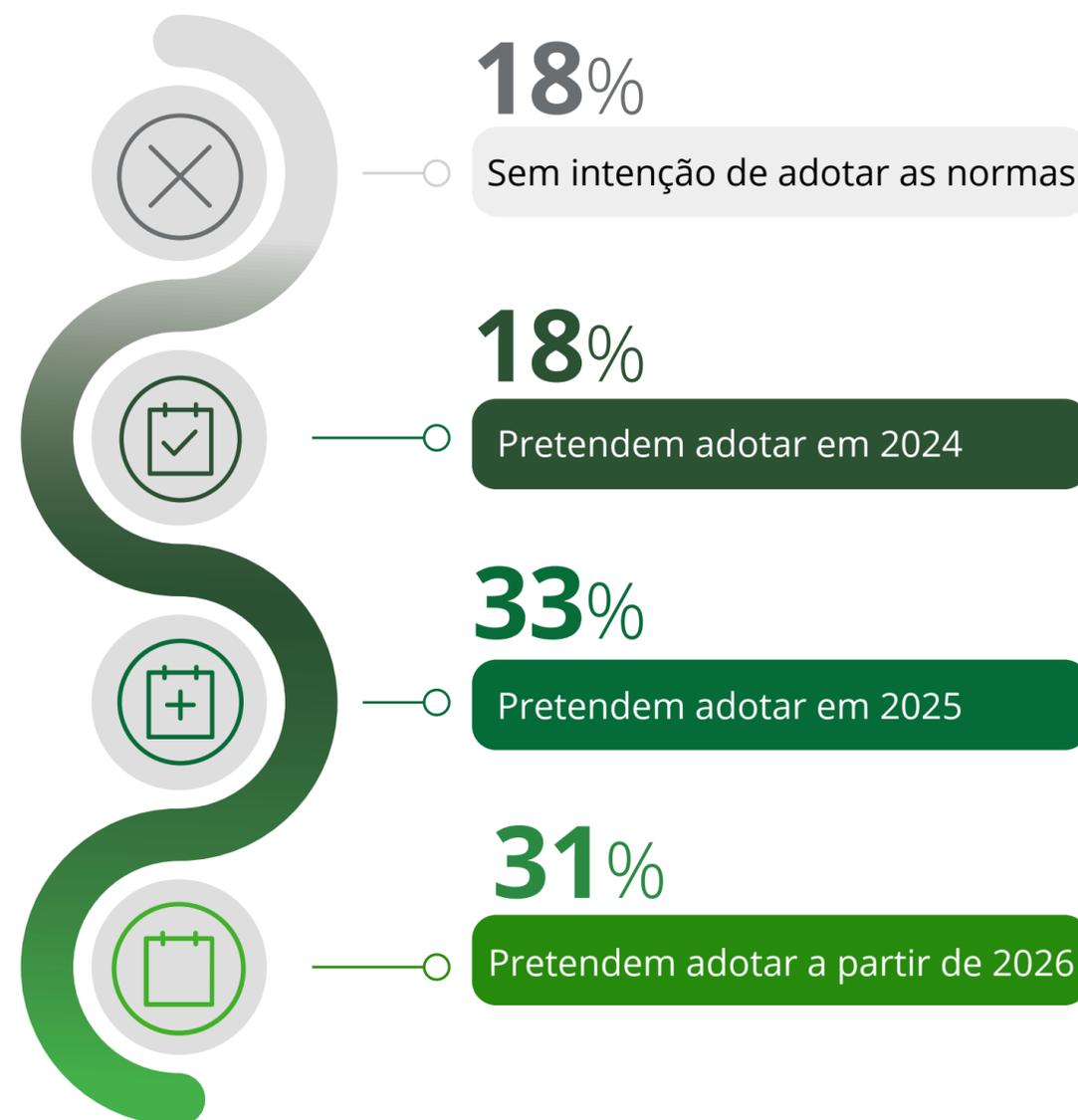
¹Global Reporting Initiative, ²Carbon Disclosure Project, ³Sustainable Accounting Standards Board; ⁴Task Force on Climate Related Financial Disclosures; ⁵Índice de Sustentabilidade Empresarial; ⁶Índice de Sustentabilidade Dow Jones.

Novas regulações de ESG

Complementar aos frameworks, as novas regulações, como a Resolução nº 193 da CVM e a Resolução nº 1.710 do CFC, além das resoluções setoriais, como as do Bacen e Susep², dão mais um passo em direção à conformidade dos temas de sustentabilidade e ESG. Ao adotar padrões globais definidos pelo ISSB, as empresas brasileiras afirmam seu compromisso com estes temas estratégicos, mitigando práticas de greenwashing e outros riscos relacionados. Das empresas participantes, pouco mais da metade pretende adequar seus relatórios antes de 2026.



Pretensão em iniciar a adequação do relatório de informações de sustentabilidade¹ (questão única)



¹Taxa de resposta: 96%, 49. ²Resolução n.º 4.945/2021, do BACEN e a Circular n.º 666/2022, da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Novas regulações de ESG

Maior clareza e comparabilidade entre relatórios, e auxílio no desenvolvimento de políticas de controle e mitigação de riscos, como greenwashing e outras práticas, estão entre os principais benefícios das novas regulações apontados pelos respondentes.

Benefícios percebidos quanto às novas regulamentações para reporte de indicadores de sustentabilidade¹ (questão múltipla)

 **73%**

Clareza e comparabilidade das informações de sustentabilidade e ESG

 **64%**

Desenvolvimento de políticas/ mecanismos de controle

 **51%**

Evitar práticas de greenwashing e outros riscos

 **38%**

Conformidade assegurada por auditor externo

 **33%**

Atração de investimentos sustentáveis

 **27%**

Atendimento às demandas dos investidores

¹Taxa de resposta: 88%, 45.

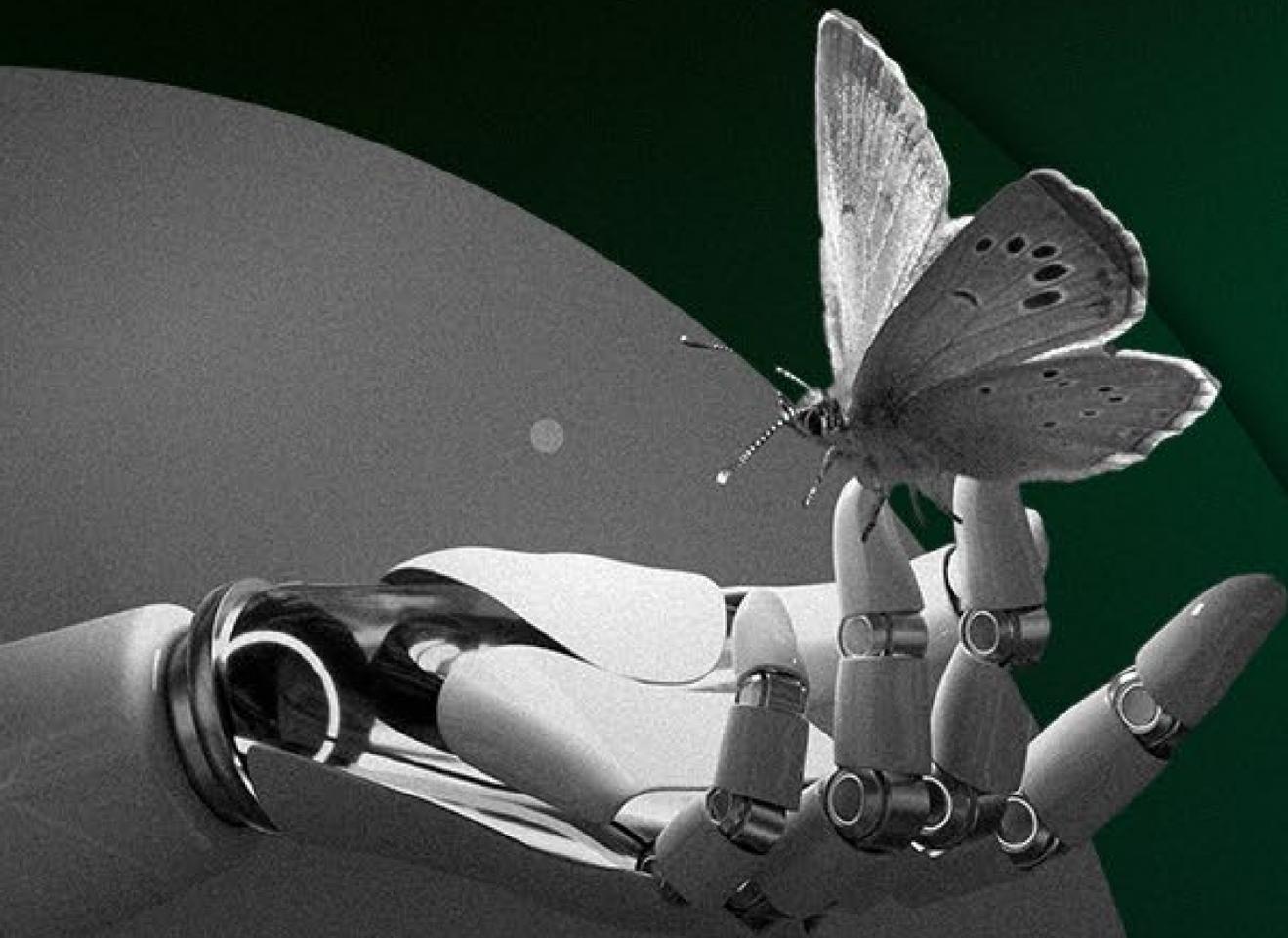
Novas regulações de ESG

Ainda que no panorama geral as novas regulações gerem benefícios concretos, seu processo de adoção apresenta alguns obstáculos. Vincular os relatórios de sustentabilidade e ESG aos financeiros, os custos associados às modificações sistêmicas para realizar essa interação e a determinação de métricas materiais para apresentação no relatório estão entre as principais dificuldades apontadas pelas empresas respondentes.

Desafios na adoção de novos padrões de divulgação de sustentabilidade¹ (questão múltipla)



¹Taxa de resposta: 88%, 45.



03

Tecnologia

Tecnologia

Apesar de mais da metade das empresas considerarem a adoção de novas tecnologias uma prioridade na área de RI, apenas 17% delas já implementam IA ou GenAI (inteligência artificial generativa) em suas atividades, como leitura/análise de dados, produção de relatórios e personalização de conteúdo. No entanto, 35% planejam adotar IA/GenAI no próximo ano, refletindo uma tendência de modernização e inovação na área, com o objetivo de transformar a maneira de se comunicar com investidores e aprimorar a eficiência e a capacidade de resposta às mudanças do mercado.



das empresas adotam ferramentas de IA/GenAI na área de RI e



pretendem aderir no próximo ano

Frentes da área de RI que possuem ferramentas de IA/GenAI aplicadas (questão múltipla)



Taxa de resposta: 100%, 8.

¹Taxa de resposta: 94%, 48.

Tecnologia

A incorporação de processos tecnológicos às atividades de RI é considerada o maior desafio na área, apontado por 39% das empresas. Particularmente na adoção de IA/GenAI, os principais obstáculos destacam a necessidade de investimento em capacitação, garantia de transparência e segurança de dados. Esses fatores ressaltam a complexidade enfrentada pelas empresas na incorporação de novas tecnologias. Contudo, superar tais dificuldades é essencial para que as organizações colham os benefícios da modernização.



das empresas consideram a incorporação de processos tecnológicos às atividades o principal desafio na área de RI

Taxa de resposta: 100%, 51.

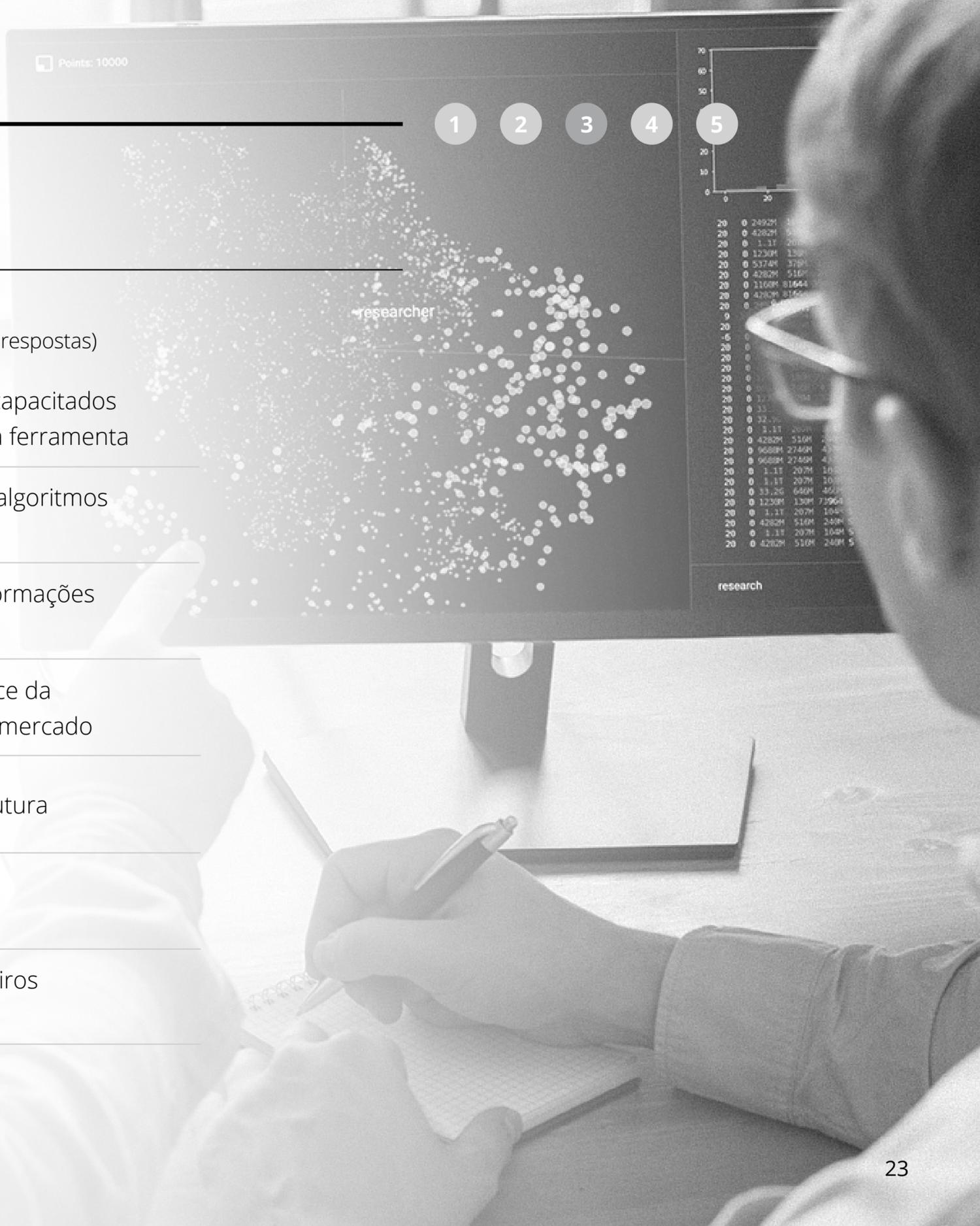
¹Taxa de resposta: 92%, 47.

© 2024. Para mais informações, contate a Deloitte Global.

Desafios na adoção de IA/GenAI¹ (múltiplas respostas)

- 70%** Investimento em profissionais capacitados na implementação/utilização da ferramenta
- 53%** Transparência e confiança nos algoritmos de IA/GenAI
- 53%** Privacidade e segurança de informações confidenciais
- 49%** Conformidade com o compliance da empresa e regulamentação do mercado
- 47%** Custo da tecnologia e infraestrutura
- 47%** Gerar previsões realistas
- 40%** Interpretação de dados financeiros complexos de maneira precisa
- 30%** Alucinação da IA/GenAI

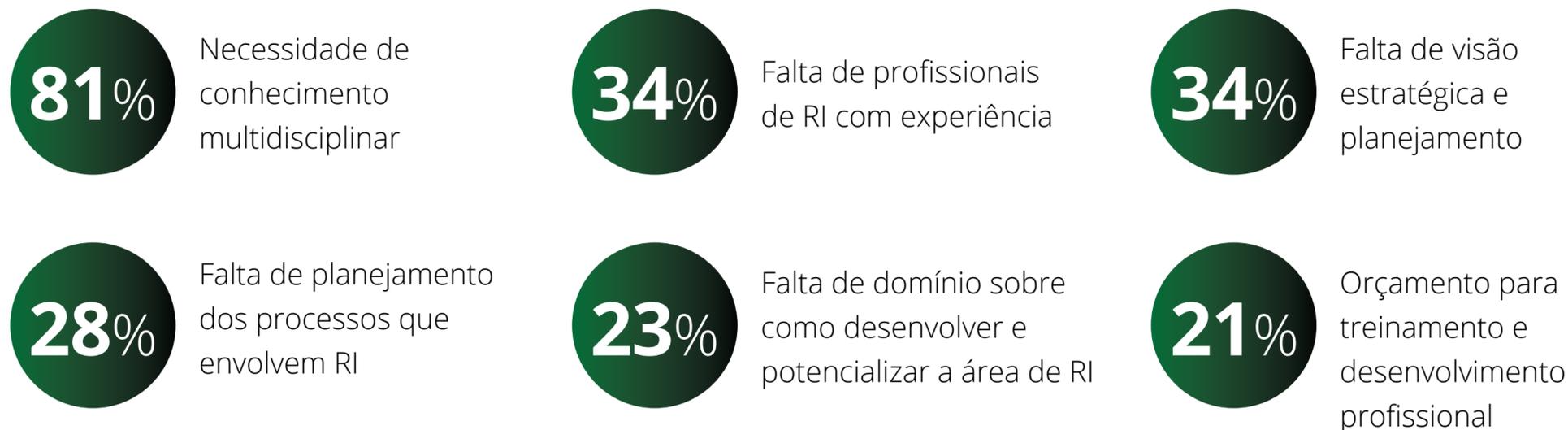
2% Dizem que não há desafios na adoção de IA/GenAI.



Tecnologia

Os profissionais de RI enfrentam obstáculos em suas atividades, como a necessidade de conhecimento multidisciplinar, enfatizada pelos novos conhecimentos em tecnologias, além de falta de experiência e visão estratégica. No entanto, mais de 80% das empresas acreditam que a IA e a GenAI podem auxiliar total ou parcialmente na superação desses desafios. Essa percepção destaca o potencial das tecnologias para aprimorar as habilidades técnicas e pessoais dos profissionais, promovendo uma gestão mais eficiente nas relações com investidores.

Principais desafios no desenvolvimento de profissionais de RI nas organizações¹ (múltiplas respostas, até três opções)



Sobre a visão das empresas em relação à contribuição da IA/GenAI nos desafios de desenvolvimento de profissionais de RI²...



¹Taxa de resposta: 92%, 47; ²Taxa de resposta: 100% 47.

Tecnologia

A IA/GenAI impacta significativamente os profissionais de RI em três áreas principais: automação na construção de relatórios, análise de dados financeiros mais sofisticada e criação de comunicação com investidores. Essas tecnologias economizam tempo e recursos, proporcionando informações e insights mais eficientes e relevantes. A criação automatizada de materiais de comunicação personalizados e dinâmicos atende às necessidades específicas dos investidores, garantindo clareza e relevância. Essa transformação é essencial para manter a confiança e o interesse do mercado.

Impactos de IA/GenAI nos profissionais de RI¹ (múltiplas respostas)



¹Taxa de resposta: 94%, 48.



04

Comunicação com
o mercado

Comunicação com o mercado

Parte das empresas aponta a comunicação inovadora, disruptiva e diferenciada como um desafio da área de RI, pois, estrategicamente, a comunicação é um agregador de valor à empresa – e que deve atingir os diversos grupos de investidores que o mercado engloba. Assim, ainda que os bancos sejam o grupo mais relevante, nota-se a crescente presença dos investidores PF no valuation das empresas.

Evolução da relevância dos grupos de investidores no valuation das empresas¹



¹Taxa de resposta: 73%, 37; ²Se referem a bancos múltiplos, bancos comerciais, bancos de investimento, bancos de câmbio e Caixa Econômica Federal (CEF).

Comunicação com o mercado

Diante da relevância dos investidores pessoas físicas no mercado, as empresas têm a necessidade de inovar nas formas de comunicação. Neste contexto, apesar de concordarem quanto à relevância das mídias sociais enquanto fontes de informação, as organizações ainda valorizam os formatos de lives e teleconferências na comunicação com investidores.



das empresas concordam que as mídias sociais se tornaram uma fonte relevante de informação sobre economia e investimentos para o investidor

Taxa de resposta: 86%, 44.

¹Taxa de resposta: 90%, 46.

© 2024. Para mais informações, contate a Deloitte Global.

Formas mais importantes de comunicação com investidores PF¹

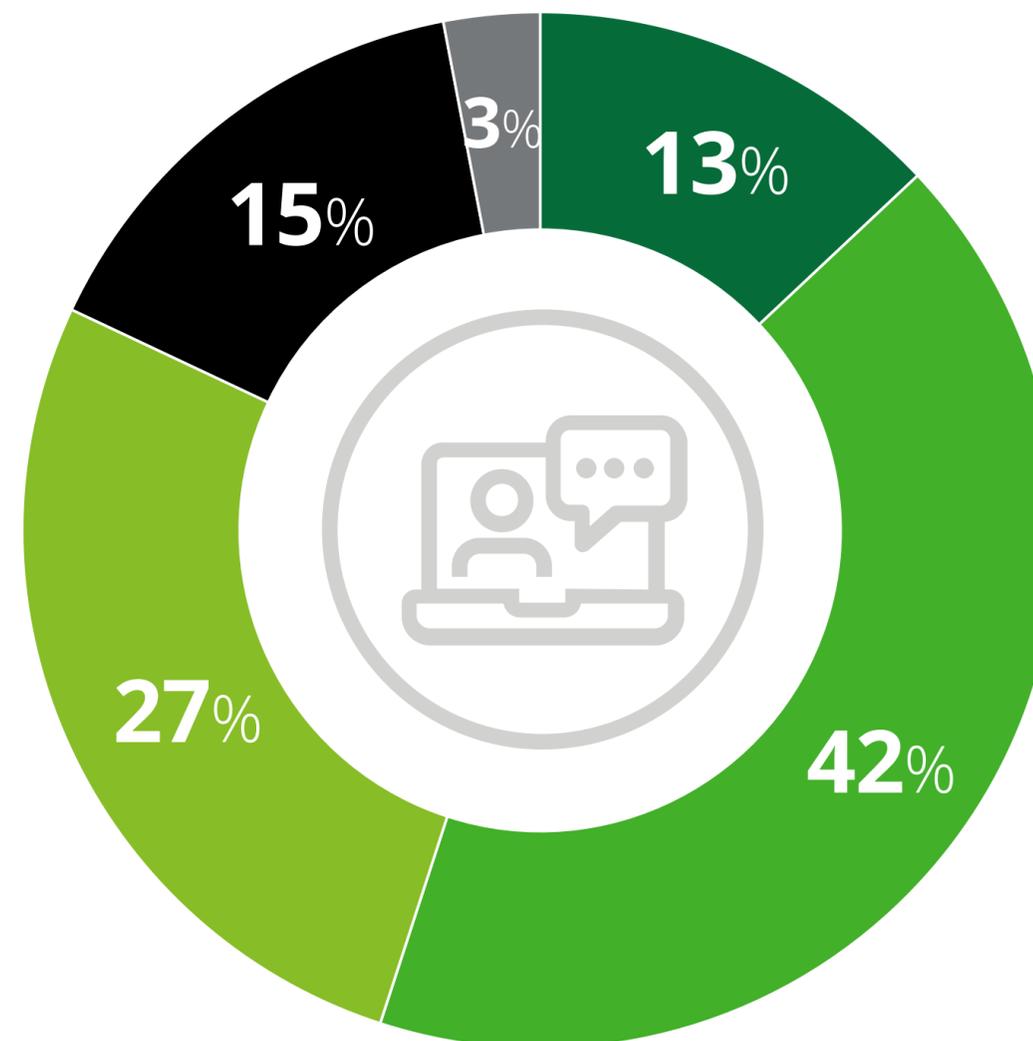
- 1° Live/Teleconferências
- 2° Website de RI
- 3° Conferências presenciais
- 4° E-mail
- 5° Investor day
- 6° Release para imprensa
- 7° WhatsApp
- 8° Roadshows
- 9° LinkedIn
- 10° Youtube
- 11° Aplicativos
- 12° Instagram
- 13° Podcasts
- 14° Telegram
- 15° X (Twitter)
- 16° Facebook

Comunicação com o mercado

A maior parte das empresas entende que as mídias sociais são uma fonte de informação relevante sobre economia e investimentos. Para 55% dos respondentes, o aumento de investidores pessoas físicas deve-se à presença de influencers, influenciadores digitais do mercado financeiro, que atuam enquanto formadores de opinião e referências populares sobre o mercado de investimentos. Inclusive, 37% enxergam positivamente o impacto dos influenciadores no mercado de investimentos.

Sobre o aumento de investidores pessoas físicas no mercado financeiro estar associado à maior relevância de influencers¹...

- ...das empresas concordam plenamente
- ...das empresas concordam parcialmente
- ...das empresas se mantêm neutras
- ...das empresas discordam parcialmente
- ...das empresas não sabem dizer



¹Taxa de resposta: 78%, 40.

Comunicação com o mercado



dos respondentes avaliam a popularização dos influencers como positiva¹

Motivos da avaliação positiva² (múltiplas respostas)

- 81%** Democratização da educação financeira
- 75%** Engajamento direto com os investidores
- 63%** Compartilhamento de experiências
- 50%** Acessibilidade de informações
- 44%** Ampliação do alcance da base de investidores
- 25%** Fortalecimento da credibilidade e confiança



avaliam como negativa¹

Motivos da avaliação negativa³ (múltiplas respostas)

- 88%** Comunicação inadequada dos fatores de risco
- 88%** Foco excessivo em tendência de curto prazo/ falta de visão no longo prazo
- 75%** Falta de transparência
- 75%** Recomendações enviesadas/conflitos de interesse
- 63%** Recomendações genéricas
- 25%** Falta de acompanhamento dos cenários político e econômico



avaliam como neutra¹

¹Taxa de resposta: 84%, 43; ²Taxa de resposta: 100%, 16; ³Taxa de resposta: 100%, 8.

Comunicação com o mercado

Apesar de não avaliarem como negativa a influência dos influencers, os respondentes compreendem seu impacto no mercado e concordam que a regulação entre esses influenciadores e investidores deve ser mais rígida.



das empresas concordam que a CVM e a Anbima devem adotar regulações mais rígidas para mediar a relação entre influencers e investidores

Taxa de resposta: 75%, 38.

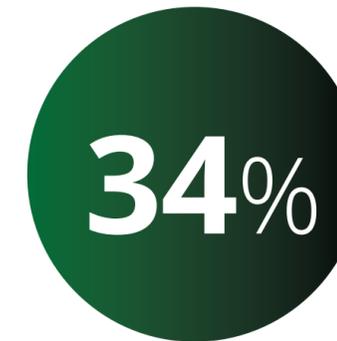
Empresas impactadas ou não pela opinião de um influencer¹ (múltiplas respostas)



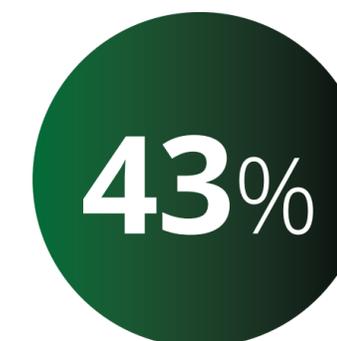
Positivo



Negativo



Não houve impacto



Não tiveram relação com influencers

¹Taxa de resposta: 88%, 35.

Comunicação com o mercado

A regulação da relação entre influenciadores e investidores deve fiscalizar, principalmente, analistas de investimentos e educadores financeiros, tendo em vista que os mercados de ações e outros ativos oferecem maiores riscos aos investidores menos experientes. Este movimento visa promover sinergia entre empresas e investidores e fortalecer o mercado brasileiro de RI.

Tipos de influencers que devem ser monitorados com maior rigor¹ (em ranking)

- 1°  Analista de investimentos
- 2°  Educador financeiro
- 3°  Investidor independente
- 4°  Portal especializado
- 5°  Trader
- 6°  Especialista
- 7°  Portal de educação
- 8°  Assessorias ou Agentes de investimentos
- 9°  Bancos/Corretoras

Produtos abordados por influencers que podem oferecer maiores riscos a investidores e empresas¹ (múltiplas respostas, até cinco opções)

- 83% Ações
- 83% Criptomoedas
- 39% Moedas estrangeiras
- 35% Derivativos
- 33% Fundos de investimento imobiliário
- 24% Commodities
- 15% Debêntures/Bonds/Notes
- 13% CDBs /LCIs /LCAs/CRIs/CRAs
- 9% Tesouro Direto
- 9% Poupança

¹Taxa de resposta: 90%, 46.



05

Perfil da amostra

Perfil da amostra

51
empresas participantes

Setor de atuação

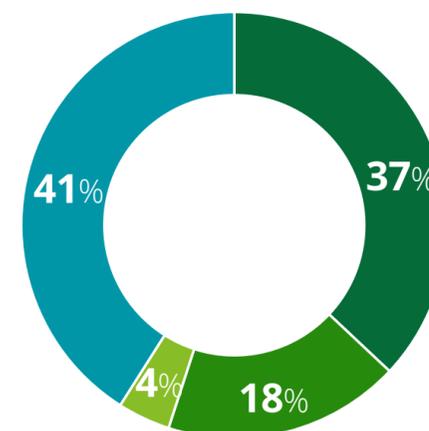
- 26% Infraestrutura
- 22% Serviços
- 20% Serviços financeiros
- 10% TI e Telecomunicações
- 8% Bens de consumo
- 6% Agronegócio
- 6% Comércio
- 2% Mineração, petróleo e gás

Receitas totais em 2023

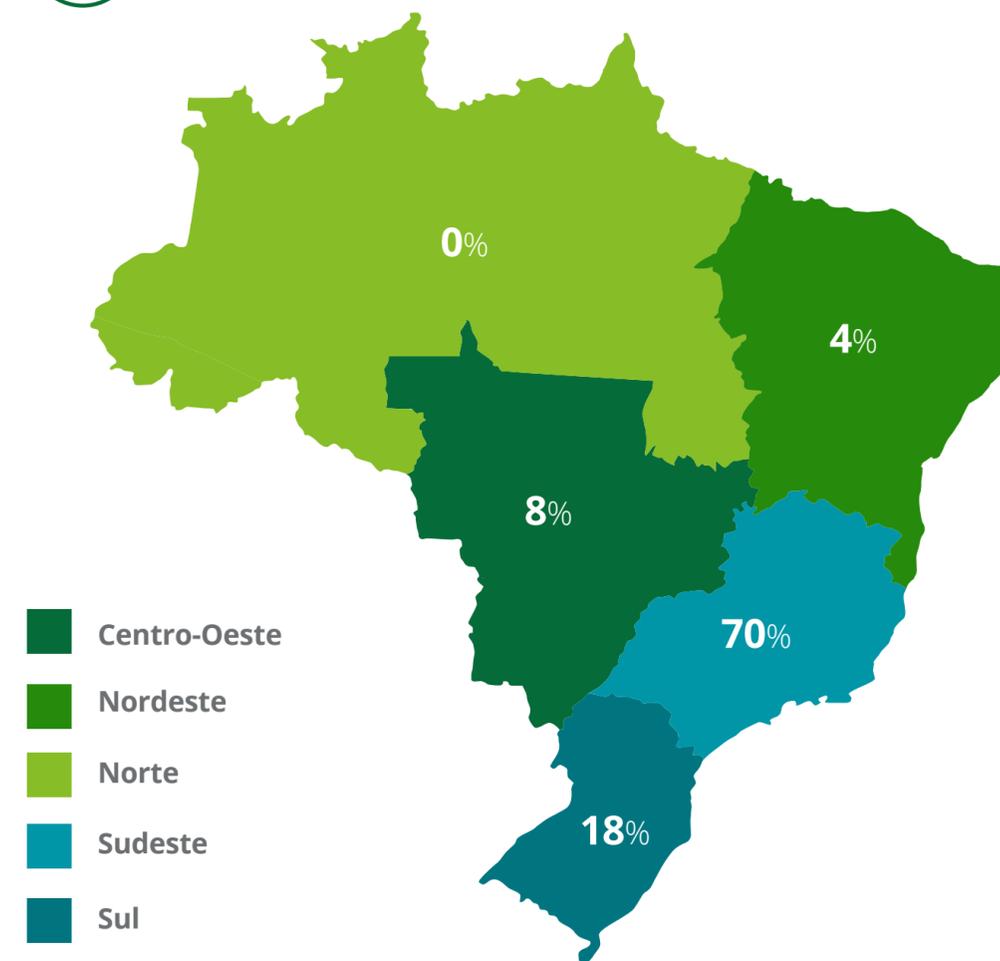
- 25% Abaixo de R\$ 500 milhões
- 14% de R\$ 500 milhões a R\$ 1 bilhão
- 24% de R\$ 1 bilhão a R\$ 2,5 bilhões
- 10% de R\$ 2,5 bilhões a R\$ 5 bilhões
- 27% Acima de R\$ 5 bilhões

Participação no mercado de capitais

- Listadas na B3
- Listadas em bolsa no exterior
- Listadas na B3 e no exterior
- Não listadas



Região da sede



Perfil da amostra



Cargo dos respondentes

22%	Conselho
2%	Presidência
4%	Vice-presidência
30%	Diretoria
6%	Superintendência
18%	Gerência
14%	Supervisão/Coordenação
4%	Analista



Área de atuação dos respondentes

36%	Relações com investidores
24%	Financeiro/Controladoria
20%	Comitê/Conselho
10%	Planejamento e estratégia
8%	Riscos e governança
2%	Comunicação



das empresas emitem títulos de dívida²

Taxa de resposta: 100%, 51.



Modelos de financiamento pretendidos nos próximos 12 meses¹ (múltiplas respostas)

80%	Caixa próprio
59%	Empréstimo/financiamento com bancos
46%	Empréstimo/financiamento com bancos de desenvolvimento
41%	Emissão de dívida corporativa
11%	Private Equity/Venture Capital
7%	Empréstimo peer-to-peer
7%	Crowdfunding
7%	IPO
4%	Follow-on

¹Nenhum, 10%; ²Taxa de resposta: 100%, 51; ³Debêntures, CRA, CRI, FIDC, Bonds, Note etc.

Expediente

Liderança do projeto

Reinaldo Oliari

Sócio de Audit & Assurance da Deloitte

Rodrigo Luz

Membro do Conselho Fiscal do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores

Giovanni Cordeiro

Diretor de Research da Deloitte

Condução da pesquisa e produção do relatório

Paula Forti

Gerente de Research da Deloitte

Maria Caroline Bandoria

Analista de Comunicação de Research da Deloitte

João Delarissa

Analista de Research da Deloitte

Camilla Schiavinato Lopes

Analista de Research da Deloitte

Bibiana Muscalu

Assistente de Research da Deloitte

Revisão técnica do relatório

Daniele Soares

Gerente de Audit & Assurance da Deloitte e especialista em ESG

Luiz Roberto Cardoso

Superintendente do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores

Identidade visual e diagramação do projeto

Edilene Roza

Analista de Comunicação e Design de Research da Deloitte

Apoio Institucional

Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI)

Contato

pesquisa@deloitte.com

O conteúdo deste relatório e todos os resultados e análises relacionados à pesquisa 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.



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

A Deloitte fornece serviços de auditoria e asseguração, consultoria tributária, consultoria empresarial, assessoria financeira e consultoria em gestão de riscos para quase 90% das organizações da lista da Fortune Global 500® e milhares de outras empresas. Nossas pessoas proporcionam resultados mensuráveis e duradouros para ajudar a reforçar a confiança pública nos mercados de capitais e permitir aos clientes transformar e prosperar, e lideram o caminho para uma economia mais forte, uma sociedade mais equitativa e um mundo sustentável. Com base nos seus mais de 175 anos de história, a Deloitte abrange mais de 150 países e territórios. Saiba como os cerca de 457 mil profissionais da Deloitte em todo o mundo causam um impacto importante em www.deloitte.com.