6th Edition

IR summit

by MZ

Comunicação, tecnologia e narrativas que convertem no RI

Perspectivas e tendências para o futuro das Relações com Investidores

6th Edition IR sum.mit by MZ

Sobre o IR Summit

O **IR Summit** chega à sua sexta edição consolidado como um dos principais encontros do ecossistema de Relações com Investidores no Brasil. Criado para fomentar a troca de experiências, provocar reflexões estratégicas e antecipar tendências, o evento reúne profissionais de RI, executivos, especialistas e parceiros do mercado de capitais.

Mais do que um espaço de discussão, o IR Summit é um ambiente de construção coletiva. Um ponto de convergência entre comunicação, governança, tecnologia e relacionamento, pilares essenciais para a evolução da atividade de RI em um mercado cada vez mais dinâmico, competitivo e orientado por dados.

Conecte-se com o futuro do mercado de capitais no IR Summit. Seja você um veterano ou um iniciante, este é o espaço para dominar o que há de novo em RI, trocar experiências de alto nível e se tornar protagonista da próxima era do setor.

O que você precisa saber

antes de ler este e-book

Este e-book reúne os principais insights do IR Summit 2026, evento realizado no dia 29 de janeiro de 2026, organizado a partir dos debates realizados ao longo do evento. O conteúdo apresentado não é uma simples transcrição das falas, mas uma curadoria estratégica dos aprendizados mais relevantes para o profissional de Relações com Investidores.

Ao longo das próximas páginas, você encontrará reflexões práticas sobre como estruturar uma comunicação mais eficiente, como integrar tecnologia à rotina do RI e como construir narrativas capazes de gerar engajamento, confiança e valor para o mercado.

O objetivo deste material é servir como uma ferramenta de apoio para a tomada de decisão, adaptação de estratégias e fortalecimento da atuação do RI no dia a dia.

Antecipe as tendências que estão redesenhando o mercado e descubra como aplicar as ideias mais disruptivas na sua rotina profissional.

6th Edition IR sum.mit by MZ

Agradecemos a todos os palestrantes, parceiros e participantes

que contribuíram para o IR Summit 2026. A troca de experiências, a profundidade dos debates e o engajamento ao longo do evento reforçam a importância de uma atuação de RI cada vez mais estratégica, integrada e orientada à geração de valor.

Este e-book é fruto dessa construção coletiva e tem como objetivo apoiar a evolução prática do profissional de Relações com Investidores. Que os insights aqui reunidos inspirem decisões mais claras, narrativas mais consistentes e relacionamentos mais sólidos com o mercado.

Obrigado por caminhar conosco.

Paulo Zabisky

CEO da MZ

Nada do que está registrado neste e-book existiria sem pessoas.

Pessoas que acreditam no poder da boa comunicação, que compartilham aprendizados com generosidade e que entendem que Relações com Investidores é, antes de tudo, relacionamento.

Agradecemos profundamente aos palestrantes, convidados, parceiros e a cada profissional de RI que participou do IR Summit 2026. A qualidade dos debates, a profundidade das discussões e a abertura para novos olhares mostram a maturidade e a evolução do nosso mercado.

Este material é um reflexo dessa construção coletiva. Um convite para seguir aprendendo, ajustando narrativas, incorporando tecnologia com responsabilidade e colocando o investidor no centro das decisões.

Obrigado por fazer parte dessa história. Seguimos juntos, construindo o futuro do RI.

Cássio Rufino

COO & CMO da MZ

ÍNDICE

06
Resumo do evento

8
Presença Digital no RI (Website, AI e SEO)

15
Inteligência artificial, SEO E o futuro da comunicação financeira

22
RI Inteligente: Como ser um profissional estratégico

29
Corporate Access

38
Conferências de Resultados, Investor Days & Narrativas que movem o mercado

47
Lições e aprendizados: O que levamos do IR Summit 2026

49
A equipe por trás deste projeto

51
O Caminho à frente

MZ

Seu parceiro em toda a jornada de criação de valor

2.500 **websites** publicados

26 **anos** de experiência

1.000 clientes em **12 países**

>85 Métrica **NPS**

Conectando empresas, investidores e o mercado de capitais

Aliando experiência, inteligência de mercado e inovação para fortalecer a sua estrategia de RI.

Consultoria de RI e governança

Time especializado: do planejamento a execução da estratégia

Websites e Plataforma de RI

Referência em segurança, design eautomação regulatória.

Eventos & Webcast

Coordenação e transmissão de Investor Days, roadshow e calls de divulgação de resultados

MZ

Inteligência de mercado

CRM para investidores, gestão de base acionária, targeting e relatórios automatizados

IPO & Corporate Access

Treinamento e capacitação de executivos, materiais de comunicação e plano estratégico

Compliance & Governança

Arquivamento regulatórios (CVM & SEC), gestão de documentos e portal de conselho & governança

www.mzgroup.com.br

Agende uma conversa para saber mais:
sales@mzgroup.com

MZ Brasil | @mzgroup_ir

MZ Group | MZ Group

O IR Summit 2026 e o futuro das **Relações com Investidores**

O IR Summit 2026 contou com uma programação intensa, estruturada em cinco painéis temáticos que abordaram os principais desafios enfrentados pelos profissionais de RI na atualidade.

Ao longo do evento, foram discutidos temas como presença digital, uso estratégico de inteligência artificial, SEO aplicado ao mercado de capitais, relacionamento com investidores, Corporate Access e a construção de narrativas que conectam estratégia, desempenho e propósito.

Os debates evidenciaram um ponto comum: o papel do RI evoluiu. Hoje, comunicar bem é tão estratégico quanto reportar corretamente.

Confira os temas discutidos em cada painel:

painel **01.** **Presença digital no RI:** website, comunicação e estratégias que convertem

O primeiro painel destacou o site de Relações com Investidores como o principal ativo digital das companhias. Mais do que um repositório de documentos, o site foi apresentado como o primeiro ponto de contato do investidor com a empresa. Uma experiência digital falha compromete diretamente a credibilidade da comunicação e a confiança do mercado.

Inteligência artificial, SEO e o futuro da comunicação financeira painel **Especial**

O painel bônus destacou como a aplicação de SEO, GEO e inteligência artificial transforma o site de Relações com Investidores em um ativo estratégico, preparado para ser encontrado, interpretado e utilizado por analistas, investidores e mecanismos de busca baseados em IA.

painel

O RI Inteligente: como ser um profissional estratégico 02.

O painel abordou a transformação do papel do profissional de RI diante do avanço da tecnologia e da complexidade do mercado. A inteligência artificial foi apresentada como uma aliada para atividades operacionais, liberando o RI para atuar de forma mais analítica e estratégica.

painel

03. Corporate Access: De relacionamento a resultado

O painel destacou que a qualidade do relacionamento é mais relevante do que o volume de reuniões. Mensagem consistente, alinhamento estratégico e clareza na comunicação impactam diretamente a percepção de risco e o custo de capital.

painel

Calls & Investor Day: narrativas que movem o mercado 04.

Os debates mostraram como calls de resultados e Investor Days evoluíram para plataformas estratégicas de comunicação. Vídeo, narrativa clara e materiais visuais aumentam engajamento e retenção de stakeholders.

Este eBook traz uma seleção dos

melhores insights de cada painel,

oferecendo um resumo prático e direto dos temas discutidos e das abordagens compartilhadas pelos participantes.

Vamos conferir? →

Escaneie o QR CODE e assista a palestra completa no YouTube

Painel 1

Presença Digital no RI (Website, AI e SEO)

O primeiro debate do IR Summit focou na presença digital como pilar fundamental da estratégia de Relações com Investidores. Especialistas discutiram como o site de RI deixou de ser um mero repositório de arquivos para se tornar a "primeira impressão" e o "primeiro profissional de RI" de uma companhia. O encontro reuniu profissionais de destaque: Ainá Guimarães, analista sênior de RI da Iochpe-Maxion; Catarina Bruno, supervisora de RI da Odontoprev; e Davi Coin Bacichette, profissional de RI da Randoncorp.

A Evolução do Site de RI

Assim como nas conferências de resultados, os palestrantes destacaram a transição do físico e analógico para o digital estratégico. Segundo Catarina, o site precisa ser transparente e transmitir informações de maneira clara para reforçar a confiança do mercado, já que mais de 90% dos investidores navegam pela página antes de qualquer reunião.

Davi reforçou que o site é o cartão de visitas da empresa. Ele alertou que materiais desatualizados ou uma interface bagunçada refletem negativamente na percepção de cuidado da companhia com seus investidores. "O site é de primeira categoria e não deve ser relegado a segundo plano", afirmou.

Estratégia e Narrativa Digital

A discussão destacou que uma experiência digital mal estruturada compromete toda a comunicação com o mercado. Nesse contexto, Ainá defendeu que o site de Relações com Investidores deve ser construído em camadas de informação, começando por uma primeira camada com um resumo rápido e simples sobre a empresa, capaz de oferecer uma visão imediata ao investidor.

Em seguida, uma segunda camada deve aprofundar temas específicos e estratégicos, como ESG e Governança, estimulando o engajamento de públicos com maior interesse nesses assuntos. Por fim, uma terceira camada deve concentrar documentos mais extensos e técnicos, atendendo àqueles investidores que desejam se aprofundar de forma detalhada nas informações da companhia.

O Uso da Inteligência Artificial em Relações com Investidores

O painel também explorou como a Inteligência Artificial vem transformando a rotina das áreas

de RI, tradicionalmente enxutas e com alta carga operacional. Catarina mencionou o uso de ferramentas como o ChatGPT na análise de percepção, simulando a visão do mercado após divulgações relevantes para avaliar se a mensagem transmitida está clara e alinhada ao posicionamento da companhia. Ainá ressaltou os ganhos de produtividade proporcionados pela IA, especialmente em atividades como traduções rápidas e transcrições de conference calls, que reduzem significativamente o tempo dedicado a tarefas operacionais. Já Davi projetou um cenário futuro em que a IA atuará como apoio na formatação inicial de materiais, como releases e apresentações, permitindo que o profissional de RI concentre seus esforços em análises mais estratégicas e no fortalecimento do relacionamento humano com investidores e analistas.

Inclusão e Novos Formatos

O debate abordou a necessidade de adaptar o conteúdo para as novas gerações, que consomem informações de forma acelerada. Davi sugeriu o uso de mídias visuais curtas, como vídeos de 30 a 60 segundos, para capturar a atenção de investidores que hoje têm menos paciência para leituras densas.

O que podemos concluir?

O painel deixa claro que a presença digital se consolidou como um pilar central da estratégia de Relações com Investidores, com o site de RI assumindo o papel de principal ponto de contato e construção de percepção junto ao mercado. Mais do que um repositório de documentos, ele precisa ser claro, atualizado e estruturado em camadas, capaz de atender diferentes perfis de público e sustentar a narrativa corporativa. Ao mesmo tempo, a Inteligência Artificial surge como aliada relevante para aumentar a eficiência de times enxutos e apoiar análises de percepção, sem substituir o relacionamento humano, enquanto novos formatos mais visuais e ágeis se mostram essenciais para dialogar com investidores que consomem informação de forma cada vez mais rápida.

O site de RI deve atuar como o “primeiro profissional” da área

Recomendações da MZ

01

O site de RI como ativo estratégico central

O site de RI deve atuar como o “primeiro profissional” da área, funcionando como uma ferramenta estratégica que antecipa informações e constrói percepção de valor antes de qualquer contato direto.

02

Clareza, transparência e atualização contínua

A confiança do mercado depende de um site permanentemente atualizado que garanta uma narrativa clara, transparente e totalmente alinhada às ações do management.

03

Experiência do usuário como prioridade

Um site de RI eficiente deve oferecer navegação intuitiva, rápida e responsiva para reduzir as fricções na jornada do investidor em qualquer dispositivo.

04

Construção e controle da narrativa corporativa

Como canal de controle total da companhia, o site deve utilizar o storytelling para conectar números e propósito, consolidando a tese de investimento para pessoas e algoritmos.

05

SEO e preparo para leitura por algoritmos e IA

A estrutura do site precisa ser otimizada para SEO e inteligência artificial, garantindo que a visibilidade e os resumos automatizados reflitam fielmente a realidade do negócio.

06

Uso de formatos visuais e conteúdos mais ágeis

A adoção de formatos visuais e interativos moderniza a comunicação e serve como porta de entrada dinâmica para investidores que buscam informações rápidas e assertivas.

Painel 1

Presença digital no RI: website, comunicação e estratégias que convertem

> **É através do site a maior forma de se comunicar com o investidor**, dessa forma, ele precisa transmitir a informação de maneira clara, reforçar a gestão de estratégia da companhia e passar confiança para o mercado".

Catarina Bruno
Supervisora de RI Odontoprev

Presença digital no RI: website, comunicação e estratégias que convertem

A primeira coisa que pensamos quando falamos de site é: a comunicação falha se sua experiência digital falhou. **A ideia é que o site seja o 'primeiro profissional de RI'**, que ele responda às perguntas muito simples para qualquer investidor ou stakeholder.

Ainá Guimarães
Analista Senior de RI Iochpe-Maxion

Painel 1

Presença digital no RI: website, comunicação e estratégias que convertem

> O site de RI é nossa ‘primeira imagem’, quando o investidor quer conhecer nossa companhia é o primeiro lugar que ele acessa: **o site de RI**.

Davi Coin Bacichette
Gerente de RI Randoncorp

A primeira impressão do mercado começa aqui.

Website como plataforma corporativa: comunica com clareza, cumpre exigências regulatórias e impressiona stakeholders.

Performance e Estratégia

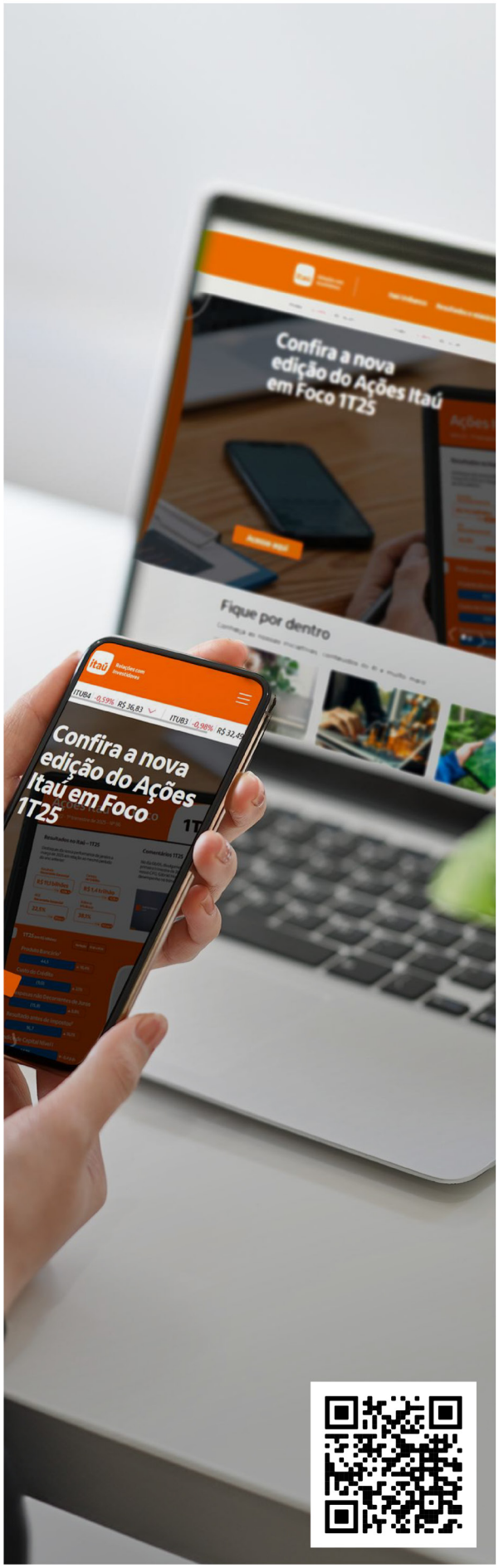
- **SEO integrado** e CMS fácil utilização
- Design com foco em UX e posicionamento
- Websites para RI, ESG e Institucional

Segurança e Conformidade

- **Acessibilidade (WCAG)** e compatibilidade com LGPD
- **Criptografia**, auditoria de acessos e backups automáticos
- Infraestrutura com padrão **ISO 27001**

Quer transformar seu site em um canal estratégico de relacionamento? **Fale com nossos especialistas.**

mzgroup.com.br/website



Escaneie o QR CODE
e assista a palestra completa no **YouTube**

Painel Especial

Inteligência artificial, SEO
E o futuro da comunicação financeira

RI 3.0: SEO, GEO e o Chatbot com IA da EZTEC

Este painel técnico detalhou como o site de RI pode deixar de ser apenas um repositório de documentos para se tornar um ativo estratégico de valor. O foco foi o uso de tecnologias de busca e inteligência artificial para garantir que a informação da companhia seja não apenas disponibilizada, mas efetivamente encontrada e compreendida por analistas e sistemas.

A apresentação contou com a participação de Pedro, da EZTEC, e Cássio, da MZ, que apresentaram os resultados do primeiro projeto de IA generativa aplicada diretamente ao site de RI.

Otimização de Busca: SEO e GEO

O debate destacou que o esforço de produzir conteúdo de qualidade é em vão se ele não for indexável por mecanismos de busca e sistemas de IA. Resultados Rápidos: Em menos de 10 dias de trabalho focado em SEO (*Search Engine Optimization*) e GEO (*Generative Engine Optimization*), o site da EZTEC saltou de uma nota de qualidade de 80% para 96%, superando a média do setor.

Visibilidade para IAs: *A reestruturação interna do site é o que garante que ferramentas como Chat GPT, Gemini e o próprio Google consigam ler e interpretar corretamente os dados financeiros.*

Case EZTEC: Da Informação para a Resposta

Pedro apresentou a decisão estratégica de implementar um chatbot com IA generativa a partir da constatação de uma mudança relevante no comportamento do usuário: mais do que buscar dados isolados, as pessoas passaram a procurar respostas diretas para dores e dúvidas específicas — por exemplo, em vez de pesquisar apenas o valor bruto do lucro, o investidor pergunta objetivamente se a EZTEC aumentou o lucro de um ano para o outro —, e destacou que, embora a solução utilize o Gemini, do Google, ela opera de forma restrita e controlada, baseada exclusivamente nas fontes públicas do site de Relações com Investidores da companhia, assegurando conformidade tanto com as normas da CVM quanto com a LGPD.

Tecnologia como Estratégia de RI

Para Pedro, o site de Relações com Investidores é a principal ferramenta de um programa de RI, por ser o canal que melhor comunica organização, transparência e respeito aos acionistas minoritários, ganhando ainda mais relevância com o uso do chatbot, pois ele, diferentemente do Google Analytics que fica limitado a indicar páginas visitadas, captura as perguntas exatas dos usuários, permitindo à equipe de RI compreender as dores reais de analistas e investidores e, a partir desse mapeamento de dúvidas recorrentes (como questões sobre a AGO ou próximos eventos), ajustar sua comunicação de forma proativa e preditiva, em vez de atuar apenas de maneira reativa.

O que podemos concluir?

A implementação bem-sucedida deste case demonstrou que a IA no RI não serve apenas para produtividade interna, mas para facilitar o acesso do investidor ao storytelling da companhia. O sucesso do projeto residiu na parceria técnica para adaptar um Chatbot convencional em uma ferramenta de "busca inteligente" totalmente integrada às necessidades do mercado de capitais.

A adoção de IA e SEO deve ser vista como uma decisão estratégica

Recomendações da MZ

01

IA, SEO e GEO como estratégia de RI:

A adoção de IA e SEO deve ser vista como uma decisão estratégica de comunicação que consolida o site como o principal canal de entrega da narrativa corporativa ao mercado.

02

Garantir a interpretabilidade do conteúdo:

A estrutura do site precisa ser otimizada para que sistemas de busca e IA identifiquem e relacionem corretamente os dados financeiros e estratégicos da companhia.

03

Responder perguntas, não apenas exibir dados:

O site de RI deve evoluir para um modelo focado em respostas diretas a dúvidas específicas, acompanhando a mudança no comportamento de consumo de informação do investidor.

04

Chatbots com IA controlada e segura:

A implementação de chatbots deve basear-se exclusivamente no website de RI da companhia, garantindo segurança jurídica e conformidade com as normas da CVM e LGPD.

05

Busca como inteligência estratégica:

O uso de IA nas buscas permite capturar as dúvidas exatas dos investidores, transformando dados de navegação em insights proativos para a atuação do time de RI.

A adoção de IA e SEO deve ser vista como uma decisão estratégica

Recomendações da MZ

06

Integração ao ecossistema de dados:

As informações coletadas digitalmente devem alimentar o CRM e ferramentas de targeting, alinhando a estratégia de relacionamento ao comportamento real do investidor.

07

IA como apoio à curadoria humana:

A tecnologia deve ser utilizada para organizar e formatar conteúdos, preservando sempre o julgamento e o storytelling humano como pilares centrais da função de RI.

08

Uso de dados para antecipação de demandas:

Identificar padrões de busca permite que o RI ajuste a comunicação de forma preditiva, fortalecendo a percepção de transparência e preparo da companhia.

09

Alinhamento entre IA, SEO e UX:

A sofisticação tecnológica deve servir prioritariamente à experiência do usuário, tornando o acesso à informação mais simples, intuitivo e confiável.

10

Construção de soluções com parceria especializada:

A implementação bem-sucedida de IA exige parceiros que dominem as especificidades regulatórias e técnicas do mercado de capitais para gerar ferramentas estratégicas, como a MZ.

Painel Especial

AI Chatbot e SEO: como o investidor encontra, pergunta e decide

Nunca se produziu tanta informação e nunca foi tão difícil ser encontrado. Na jornada não linear de analistas e investidores, o Website de RI, com SEO e GEO bem implementados, tornou-se o ponto central onde a narrativa é descoberta, interpretada e transformada em decisão.

Cássio Rufino
COO & CMO da MZ

Painel Especial

AI Chatbot e SEO: como o investidor encontra, pergunta e decide

> O nosso campo de busca fica direto na homepage, porque eu quero que ele me passe a dor dos usuários e stakeholders. **Eu não quero mais saber se ele está olhando o meu release. Eu quero saber o que ele foi procurar no meu release.**

Pedro Lourenço
Gerente de RI da Eztec

AI ChatBot
O Fale com RI Inteligente

Com tecnologia de IA generativa, segurança corporativa e total conformidade regulatória, o Chatbot AI da MZ transforma o atendimento ao investidor em uma experiência precisa, ágil e confiável.

Inteligência com base oficial

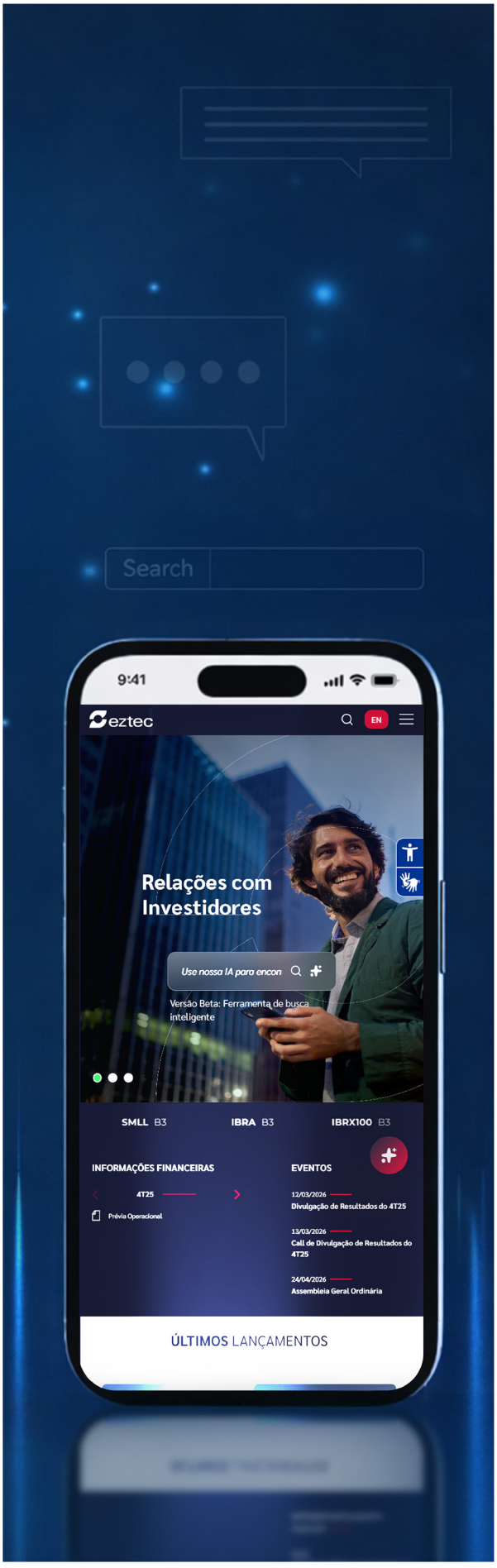
- Respostas ancoradas exclusivamente nos documentos e site da companhia
- Tecnologia RAG (Retrieval-Augmented Generation) com supervisão humana
- Sem improvisos: evita erros e “alucinações” típicas de modelos genéricos

Segurança, privacidade e compliance

- Conformidade total com LGPD e ECA Digital (Lei 15.211/2025)

Quer um atendimento com **inteligência, segurança e conformidade?**

Fale com a MZ



Escaneie o QR CODE e assista a palestra completa no YouTube

Painel 2

RI Inteligente: Como ser um profissional estratégico

O segundo painel do IR Summit explorou a transição do RI operacional para uma função estritamente estratégica e o papel transformador da Inteligência Artificial no setor. O debate enfatizou que o futuro da área reside na personalização da informação e no equilíbrio entre a precisão técnica e o relacionamento humano.

O debate reuniu grandes nomes do mercado: PH Zabisky, CEO da MZ; Paulo Prado, Diretor de RI da Automob; Guilherme Nahuz, Diretor de RI da Hapvida; e Pedro Alvarenga, CFO e DRI da CSU Digital.

O RI como Radar Estratégico e Ouvinte Ativo

Um dos pontos centrais discutidos foi a importância do RI atuar como uma via de mão dupla, levando as percepções do mercado para dentro da companhia. Paulo Prado destacou que o RI estratégico deve ser um "excelente ouvinte". Ele exemplificou como provocações feitas por analistas do mercado moldaram a estratégia da Simpar e culminaram na criação da Automob após a cisão de ativos da Vamos. Guilherme complementou que o próximo passo da evolução do setor é a criação de fóruns permanentes de discussão sobre os feedbacks do mercado. Esse papel exige um filtro rigoroso por parte do RI para distinguir quais ideias agregam valor e perenizam a companhia.

Viabilização de Projetos e Estrutura de Capital

Pedro Alvarenga ressaltou que ser estratégico significa viabilizar os projetos da companhia através da gestão eficiente da estrutura de capital. Para ele, o profissional de RI deve dominar a leitura do ciclo econômico e de negócios para garantir que a empresa tenha o perfil de investidor adequado para cada momento. "Se o RI não consegue explicar o que a empresa faz e como ela ganha dinheiro em dois minutos, ele está fora do mercado", alertou.

Desafios de Liquidez e Narrativa

O debate trouxe à tona o chamado "dilema da liquidez" enfrentado por muitas companhias. Pedro e Paulo concordaram que não existe

uma “bala de prata” para o tema, mas sim uma combinação de fatores complementares. Entre eles, destacam-se o aumento do awareness para garantir que o mercado conheça a companhia, a intensificação da proatividade comercial — a clássica “sola de sapato e saliva” — com a busca por investidores fora do eixo Rio-São Paulo, e o acesso a mercados regionais com capital disponível e visão de longo prazo. Além disso, ressaltaram a importância de definir com clareza o posicionamento da empresa, deixando explícito se ela se enquadra como fintech, banco ou companhia de tecnologia, de modo a reduzir assimetrias de percepção e evitar distorções de preço.

A Revolução da IA na Produtividade do RI

A Inteligência Artificial foi destacada como o principal motor da produtividade presente e futura. Guilherme compartilhou aplicações práticas já incorporadas à rotina, como a geração de fatos relevantes e comunicados com alto nível de acuracidade a partir de prompts bem estruturados, a preparação para conferências por meio de “infomemos” (memorando informativos) que consolidam dados comerciais e operacionais, e a sumarização automática de reuniões com investidores. Nesse último caso, a ferramenta transforma gravações em resumos executivos, listas de tarefas e identificação de pendências de informação. Já Paulo Prado ressaltou o uso da IA como um sanity check para validar a clareza da mensagem ao leitor, enquanto Pedro reforçou a importância de treinar a ferramenta com o estilo de escrita próprio da companhia, evitando comunicações genéricas e impessoais.

O que podemos concluir?

O painel concluiu que o RI moderno precisa equilibrar o uso intensivo de tecnologia para ganho de escala operacional com a manutenção da confiança e consistência no relacionamento humano. O mercado agora também utiliza IA para auditar as falas dos executivos em busca de inconsistências, o que torna a transparência e a precisão técnica mais vitais do que nunca.

Recomendações da MZ

01

Radar estratégico e ouvinte do mercado:

O profissional de RI deve atuar como uma ponte ativa, filtrando percepções do mercado para subsidiar decisões internas sobre posicionamento e alocação de capital.

02

Domínio do pitch de negócio:

O RI estratégico deve explicar a geração de valor da companhia de forma clara e objetiva, adaptando a narrativa para reduzir assimetrias de percepção com diferentes públicos.

03

Integração à estrutura de capital:

Ser estratégico exige compreender o ciclo de negócios e o cenário macro para apoiar decisões de captação e garantir uma base acionária alinhada às necessidades da empresa.

04

Liquidez como construção contínua:

O desafio da liquidez deve ser enfrentado através da consistência na comunicação, proatividade comercial e educação constante do investidor, evitando soluções pontuais.

05

Postura proativa de targeting:

O RI deve utilizar inteligência de mercado para identificar e atrair potenciais investidores de forma ativa, diversificando a base acionária para além dos centros tradicionais.

06

IA como alavanca de produtividade:

A Inteligência Artificial deve ser usada para automatizar tarefas rotineiras e operacionais, liberando o profissional para focar em análise estratégica e relacionamento.

07

Relacionamento humano como eixo central:

Apesar do avanço tecnológico, a confiança e a gestão de expectativas baseadas na empatia e na escuta ativa continuam sendo os diferenciais insubstituíveis do RI.

Painel 2

O RI Inteligente: como ser um profissional estratégico

O RI estratégico tem um papel fundamental de viabilizar os projetos da companhia e estar atento para o que está acontecendo no macro.

Pedro Alvarenga
CFO e IRO CSU Digital

Painel 2

O RI Inteligente: como ser um profissional estratégico

Acho que a gente passou por um processo de mão dupla, de **levar informação ao mercado e trazer o feedback do mercado para dentro da companhia**.

Guilherme Nahuz
Diretor de RI Hapvida

Painel 2

O RI Inteligente: como ser um profissional estratégico

> Eu acho que é super importante a gente não ser só reativo, mas também produzir uma agenda que seja proativa. Trazer um targeting, uma ferramenta que possibilite identificar quais são os possíveis acionistas, e para isso dá para contar com ferramentas boas no mercado.

Paulo Prado
Diretor de RI Automob

Gestão inteligente de relacionamento com investidores, em uma única plataforma.

Com o MZiQ, você entende quem são seus investidores, personaliza a comunicação e gera conexões que fortalecem sua base.

Gestão e Acompanhamento

- Registro de reuniões, contatos e follow-ups
- CRM integrado à comunicação de RI
- Relatórios e dashboards em tempo real

Inteligência e Relacionamento

- Mapeamento completo da base acionária
- Segmentação de público e filtros por perfil
- Histórico de interações e inteligência de mercado

Quer aprofundar o relacionamento com seus investidores e tomar decisões mais estratégicas? **Fale com nossos especialistas.**

mzgroup.com.br/irm

Escaneie o QR CODE e assista a palestra completa no YouTube

Painel 3

Corporate Access

O terceiro debate do IR Summit abordou as estratégias de Corporate Access, discutindo como as companhias podem inovar para alcançar investidores além das fronteiras tradicionais do eixo Rio-São Paulo. O foco central foi a utilização de inteligência de dados e proatividade para conectar empresas e mercados de forma eficiente e diversificada.
O encontro reuniu executivos de peso: Natália Vasconcelos, Gerente de RI da HBR; Olavo Vaz, CFO & IRO da Valid; Camila Conrado, Superintendente de RI da Profarma ; e Fábio Maeda, CFO do Banco da Amazônia. A moderação foi conduzida por Alex André, Head de Corporate Access da MZ.

Acesso Corporativo além do Eixo Rio-São Paulo

Um dos grandes destaques do painel foi a exploração de praças fora da Faria Lima e do Leblon. Camila Conrado destacou que, para empresas microcaps, é desafiador conseguir a atenção de tomadores de decisão em São Paulo, onde muitas vezes são atendidas por analistas mais juniores. Em contrapartida, viagens para cidades como Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife revelaram um público carente de eventos e com um nível de engajamento muito relevante.

O Papel dos Site Visits e da Proatividade

Natália Vasconcelos explicou a evolução das áreas de RI, que agora contam com uma "terceira via" de contato: a proatividade tecnológica. Utilizando ferramentas como o Intelligence e IRM da MZ, as empresas conseguem analisar a maturidade de cada investidor e propor interações diretas, sem depender exclusivamente do sell-side dos bancos.
Além disso, o Site Visit (visita ao ativo) foi apontado como fundamental para mudar a percepção do investidor de uma visão teórica para uma compreensão profunda da operação. Segundo Natália, ver a cadeia de valor funcionando traz um peso muito maior para as conversas subsequentes.

Ajuste de Discurso e Remodelagem da Tese

Fábio, do Banco da Amazônia, enfatizou a necessidade de adaptar a comunicação

conforme o público. Enquanto em eventos como o Fórum Econômico Mundial ou a COP o foco é institucional e voltado para o ESG, na Faria Lima o discurso deve priorizar indicadores financeiros como ROI, carteira de crédito e eficiência operacional.
Olavo, da Valid, compartilhou o desafio de remodelar a história de capital (equity story) de uma empresa em reestruturação. Ele destacou que a entrega de resultados consistentes e a redução de itens extraordinários foram cruciais para que o mercado voltasse a enxergar o valor real da companhia.

O Investidor de Varejo e as Redes Sociais

A relevância do investidor pessoa física como vetor de liquidez, especialmente para companhias de menor porte, foi um consenso entre os painelistas, com Olavo destacando que o feedback do varejo contribui diretamente para a reformulação de materiais e discursos ao revelar pontos em que a mensagem da empresa não está clara. Já Natália defendeu o uso de canais digitais como podcasts e vídeos institucionais para traduzir informações complexas em uma linguagem mais acessível a públicos menos familiarizados com sites tradicionais de RI. O grupo reforçou que a manutenção de um relacionamento próximo e transparente com a base de acionistas é o instrumento mais eficaz para mitigar rumores e ruídos de mercado que podem impactar de forma injustificada a precificação das ações.

O que podemos concluir?

O painel reforçou que o sucesso no Corporate Access moderno exige uma combinação de inteligência de dados, presença física regional e adaptação da narrativa. A proatividade da empresa em buscar o investidor certo, no momento certo e com a mensagem adequada, é o que garante a perenidade do relacionamento e a correta precificação dos ativos no mercado de capitais.

O Corporate Access deve ser um processo permanente e estruturado

Recomendações da MZ

01

Corporate Access como construção de valor:

O Corporate Access deve ser um processo permanente e estruturado para garantir a consistência da mensagem e a construção de confiança a longo prazo.

02

Expansão para além do eixo Rio–São Paulo:

Explorar praças regionais fora do eixo tradicional permite acessar investidores com maior engajamento, agendas menos saturadas e alta qualidade de interação.

03

Inteligência de dados nas interações:

O uso de dados de mercado permite priorizar o contato certo no momento adequado, direcionando os esforços de relacionamento de forma muito mais eficiente.

04

Redução da dependência do sell-side:

O RI deve adotar uma postura proativa para estabelecer canais diretos com investidores institucionais, assumindo maior controle sobre sua própria agenda e narrativa.

05

Site visits para aprofundamento da tese:

Visitas presenciais às operações são ferramentas fundamentais para transformar a visão teórica do investidor em uma percepção concreta e profunda sobre o negócio.

O Corporate Access deve ser um processo permanente e estruturado

Recomendações da MZ

06

Ajuste narrativo ao público e contexto:

A flexibilidade para adaptar o discurso — focando em ESG para globais ou em indicadores financeiros para o mercado local — é essencial para aumentar a efetividade da comunicação.

07

Valorização do investidor de varejo:

O público pessoa física deve ser visto como um vetor estratégico de liquidez e um termômetro importante para a clareza e didática da comunicação corporativa.

08

Canais digitais para ampliação de alcance:

O uso de podcasts, vídeos e redes sociais complementa o acesso presencial, traduzindo informações complexas e mantendo o relacionamento contínuo com a base.

09

Relacionamento próximo para mitigação de ruídos:

A proximidade constante com os investidores é a melhor defesa contra rumores e assimetrias, garantindo maior resiliência à tese de investimento em momentos de crise.

Painel 3

Corporate Access:
de relacionamento a resultado

O segredo da comunicação é além do que você quer falar... tem relação como você quer falar e a mensagem que o outro quer ouvir, da forma que ele quer ouvir.

Fábio Maeda
CFO & RI Banco da Amazônia

Painel 3

Corporate Access:
de relacionamento a resultado

> **Quando você é uma microcap, é muito difícil você conseguir fazer reunião**, você conseguir contar a história e o modelo de negócio da companhia.

Camila Conrado
Superintendente de RI Profarma

Painel 3

Corporate Access:
de relacionamento a resultado

A gente nunca fez muita escolha qual que é o investidor que a gente vai falar. Acho que a gente tem que adaptar o discurso, inclusive, **o investidor de varejo nos ajudou muito a reformular speech**, material, o que estamos falando, qual é a principal mensagem que queremos passar.

Olavo Vaz
CFO & IRO Valid

Painel 3

Corporate Access:
de relacionamento a resultado

> Antes, os principais meios das áreas de RI terem contato com os investidores, era o contato proativo dos próprios investidores com a companhia. E a segunda via era o sell-side dos bancos que cobrem a companhia, que ajudam por meio de conferências, NDRs. E hoje abriu-se uma terceira via, que é a própria companhia fazer o contato proativo com os investidores.

Natalia Vasconcellos
Gerente de RI HBR

Corporate Access inteligente

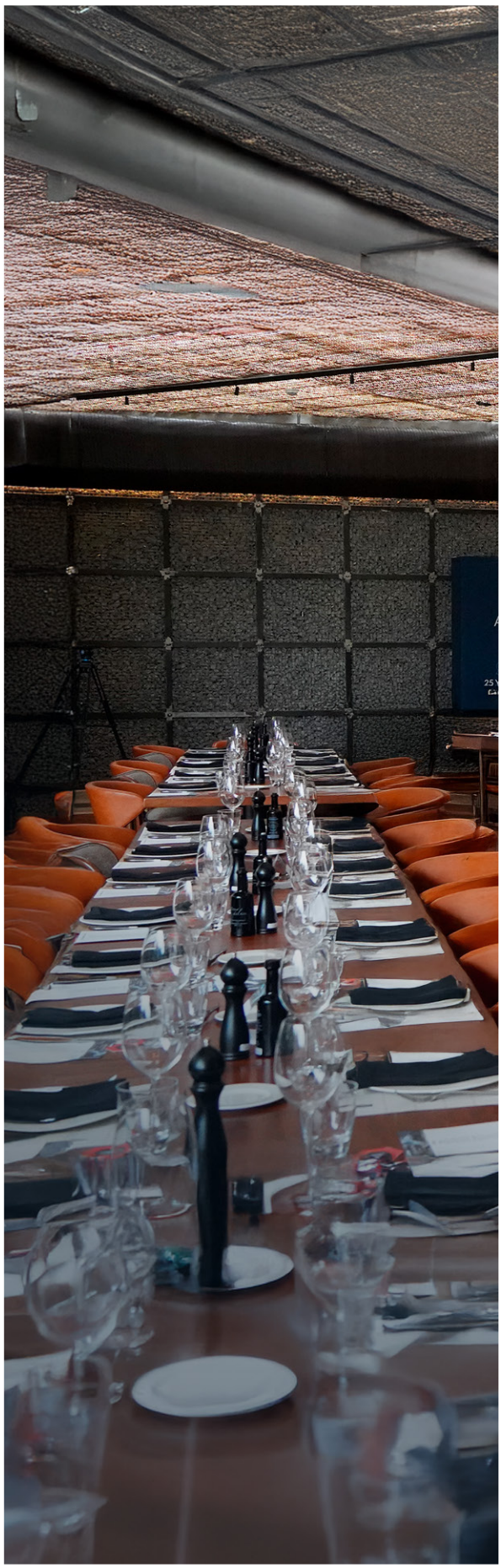
Para conectar sua empresa aos investidores certos, em uma única solução

Fortalecendo a conexão entre companhias e investidores - institucionais e de varejo — por meio de inteligência de dados, tecnologia e relacionamento estratégico.

- Inteligência de Mercado
- Coordenação & Execução
- Engajamento com Investidores

Quer colocar sua empresa no radar dos investidores certos e tratar Corporate Access como estratégia?

Fale com nossos especialistas



Escaneie o QR CODE e assista a palestra completa no YouTube

Painel 4

Conferências de Resultados, Investor Days & Narrativas que movem o mercado

O encerramento do IR Summit trouxe um debate essencial sobre as ferramentas de comunicação que moldam a percepção do mercado. Os especialistas discutiram como transformar obrigações regulatórias, como as conferências de resultados (mais popularmente conhecidas como calls), em momentos estratégicos de engajamento e como os Investor Days consolidam a confiança do investidor no longo prazo.
O painel contou com a participação de: Sandra Vieira, da Kepler Weber; Igor Pazello, da Alpargatas; Beatriz Silva, da Espaço Laser; e Cleidiane Silva, da JHSF.

Diferenciando o Call de Resultados do Investor Day

Os palestrantes ressaltaram que, embora complementares, o call de resultados e o Investor Day cumprem papéis distintos dentro da estratégia de comunicação com o mercado, uma vez que a conferência funciona como um verdadeiro termômetro trimestral, com foco no curto prazo e na execução tática, permitindo validar se as evidências do período estão alinhadas à estratégia maior da companhia, enquanto o Investor Day representa um compromisso público com a visão de longo prazo, oferecendo maior profundidade de conteúdo, acesso ampliado ao C-Level para além de CEO e CFO e uma oportunidade estratégica de atrair novos investidores que ainda não integram a base acionária.

Construção de Narrativas e o “Mantra” Estratégico

Para Cleidi, a JHSF utiliza esses momentos para reforçar a trajetória da companhia. “O número corrobora a trajetória”, afirmou, ressaltando que a repetição da mensagem sobre modelos de negócio (como a transição para renda recorrente) é necessária até que o mercado a absorva completamente.
Beatriz observou que, com o avanço de influenciadores e mídias sociais, a narrativa da empresa pode ser construída por terceiros se o RI não ocupar esse espaço proativamente. Por isso, o call deve ser usado para trazer contexto operacional e “humanizar” os dados.

Inovação em Formatos e Produção

A evolução técnica das transmissões foi apontada como um dos destaques do debate, com exemplos práticos que evidenciam seu impacto na audiência e no engajamento. A adoção, pela JHSF, de um formato de estúdio profissional em seus calls de resultados, resultou em um aumento de 30% na audiência. Já a Alpargatas optou por um Investor Day em formato de talk show, no qual o CFO conduz conversas com outros executivos, substituindo apresentações estáticas e excessivamente baseadas em slides. Além do reforço de Cleidi que, considerando que 58% da base da JHSF é formada por investidores pessoa física, a narrativa principal deve ser simples e didática, deixando o aprofundamento técnico para interações mais específicas, como reuniões one-on-one.

Erros Comuns e a “Bala de Prata”

Os especialistas alertaram para um conjunto de falhas que podem comprometer seriamente a credibilidade da área de Relações com Investidores, destacando que o desalinhamento de mensagens ao mudar explicações a cada trimestre tende a gerar desconfiança, que a falta de transparência ao tentar minimizar ou “abafar” temas sensíveis e eventos pontuais, como efeitos cambiais ou ajustes extraordinários, é um erro grave, já que o investidor valoriza a distinção clara entre fatores estruturais e circunstanciais. Também foi destaque o over promise, ao prometer entregas para as quais a companhia ainda não está operacionalmente preparada, que acaba frustrando o mercado, reforçando a visão de Igor de que não há “bala de prata” e de que o crescimento é, necessariamente, um processo gradual.

O que podemos concluir?

O painel reforçou que a conferência de resultados e Investor Day não são apenas ritos formais, mas plataformas de controle da narrativa. O sucesso dessas iniciativas depende de uma preparação interna rigorosa, envolvendo o time de estratégia e alinhando quem responde a cada bloco de perguntas, para garantir que a mensagem final seja consistente, transparente e voltada para a geração de valor futuro.

A Conferência de Resultados deve focar na execução trimestral e no curto prazo

Recomendações da MZ

01

Distinção entre Conferência e Investor Day:

A Conferência de Resultados deve focar na execução trimestral e no curto prazo, enquanto o Investor Day serve para aprofundar a visão estratégica de longo prazo e atrair novos investidores.

02

Controle da narrativa corporativa:

Calls e Investor Days são as plataformas principais para consolidar a trajetória estratégica da companhia, evitando que a narrativa seja moldada por terceiros ou análises externas.

03

Repetição consistente do mantra estratégico:

A mensagem central deve ser repetida trimestre após trimestre até ser absorvida pelo mercado, usando os números como evidências que validam a estratégia.

04

Humanização e contexto operacional:

As interações devem traduzir dados financeiros em contextos operacionais compreensíveis, aproximando o investidor da realidade do negócio e reduzindo erros de interpretação.

05

Inovação em formatos de transmissão:

O uso de estúdios, vídeos e formatos interativos aumenta o engajamento e a audiência, tornando a experiência de consumo de informações mais fluida e profissional.

A Conferência de Resultados deve focar na execução trimestral e no curto prazo

Recomendações da MZ

06

Preparação rigorosa do Q&A para o C-Level:

Antecipar perguntas sensíveis e alinhar respostas entre os executivos é essencial para garantir a segurança, a credibilidade e a consistência da companhia perante o mercado.

07

Alinhamento entre RI, Estratégia e Executivos:

A integração entre as áreas na construção dos materiais garante que o discurso público esteja perfeitamente conectado ao planejamento corporativo e às normas regulatórias.

08

Repetição consistente do mantra estratégico:

A mensagem central deve ser repetida trimestre após trimestre até ser absorvida pelo mercado, usando os números como evidências que validam a estratégia.

09

Preservação da credibilidade no médio prazo:

Evitar o over promise e manter a transparência sobre eventos extraordinários são práticas fundamentais para sustentar a confiança e a estabilidade da narrativa.

10

Gestão do ciclo completo do evento:

O impacto de um evento deve ser potencializado com ações de preparação prévia e acompanhamento pós-evento, coletando feedbacks e reforçando mensagens-chave continuamente.

Painel 4

Calls & Investor Day: narrativas que movem o mercado

> **A gente tem que focar na nossa trajetória**, focar no qual é o nosso horizonte de longo prazo e o número corrobora essa trajetória.

Cleidiane Silva
Gerente de RI JHSF

Painel 4

Calls & Investor Day: narrativas que movem o mercado

> **O Investor Day é um momento de você falar de estratégia de longo prazo**, trazer o investidor e potenciar o investidor para perto.

Beatriz Silva
Head de RIEspaço Laser

Painel 4

Calls & Investor Day: narrativas que movem o mercado

> No nosso caso, o nosso call de resultados é bem objetivo, ele é bem focado no curto prazo. **O discurso é mais um acompanhamento da estratégia que a gente dividiu e como isso está sendo realizado**.

Igor Pazello
Especialista de RI Alpargatas

Painel 4

Calls & Investor Day: narrativas que movem o mercado

Call de resultados é sempre um momento de preparação e a gente faz uma narrativa que precisa ser muito clara e conectada às estratégias da companhia.

Sandra Vieira
Coordenadora de RI Kepler Weber

Muito além de vídeos. **Conte histórias que engajam, convertem e geram valor.**

Combinamos tecnologia, design e narrativa para entregar conteúdos audiovisuais prontos para impactar sua audiência.

Streaming Profissional

- Webcast com identidade visual personalizada
- Integração com Zoom, Youtube e Landing Page MZ
- Painéis interativos e relatórios de engajamento

Produção de Conteúdo

- Vídeos institucionais, Reels e chamadas comerciais
- Edição, animação, storytelling e legendas
- Captação com câmera profissional ou 100% remota

Quer tornar seu conteúdo mais estratégico? **Fale com nossos especialistas.**

mzgroup.com.br/audiovisual

Lições e aprendizados:

O que levamos do IR Summit 2026

Ao longo do IR Summit 2026 , foram exploradas práticas inovadoras e estratégias fundamentais para a próxima era das Relações com Investidores, destacando a convergência entre comunicação, governança, tecnologia e relacionamento. Mais do que fomentar a troca de experiências, o evento reforçou a urgência de transformar o papel do RI em uma função estritamente estratégica e analítica. A comunicação financeira consolidou-se como um ativo central para fortalecer a transparência, agora impulsionada por ferramentas disruptivas como Inteligência Artificial (IA), SEO e GEO, essenciais para garantir que a narrativa corporativa seja encontrada e interpretada corretamente por investidores e algoritmos.

O evento também enfatizou a importância de um engajamento proativo que expanda o alcance para além dos eixos tradicionais, utilizando inteligência de dados para priorizar interações e plataformas digitais para democratizar o acesso à informação. Essas ações conjuntas garantem que as empresas não apenas reportem resultados, mas construam narrativas que convertem e sustentem relacionamentos de confiança a longo prazo. Esta seção convida você a refletir sobre como aplicar esses insights disruptivos em sua rotina profissional , tornando-se protagonista na construção de um mercado de capitais mais dinâmico, acessível e orientado por dados.

Até a 7º Edição!

Conheça os apoiadores

do IR Summit 2026

Patrocinador

LA Brasil
AUD - ADV - TAX - DIGITAL

Valor PRO

Parceiros

apimec BRASIL

BPMoney

RI
RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Monitor do Mercado

ACIONISTA .COM.BR

A equipe por trás deste projeto

Direção geral

Cássio Rufino

Direção de conteúdo

Marco Tomás

Comitê de organização

Erica Camanducci
Gabriela Correa
Gislene Hassui
Karoline Judice
Mariana Barros
Rodrigo Lima
Vânia de Oliveira

Criação de conteúdo

Claudio Vieira
Daiane Raso
Laryana Victorino
Natalia Sayuri

Design

Letícia Maldonado

Experiências que marcam. **Espaços que encantam.**

Cada detalhe pensado para gerar conforto, visibilidade e prestígio

- **650m²** com pé direito duplo, no coração da **Vila Olímpia**
- Auditório confortável para até **100 pessoas**
- Sistema de áudio e iluminação de última geração
- **Lounge & Bar,** mobiliário completo, gerador próprio

Quer transformar seu próximo evento? **Fale com a gente.**

mzgroup.com.br/mz-arena

O CAMINHO À FRENTE

As discussões do IR Summit 2026 deixaram claro que o futuro das Relações com Investidores reside na integração perfeita entre tecnologia e sensibilidade humana. Ao longo deste material, vimos que ser um profissional estratégico exige mais do que dominar os números; requer a capacidade de controlar narrativas, adaptar-se às novas formas de consumo de dados via IA e ter a proatividade de buscar novos mercados. Este eBook é mais do que um registro de palestras; é um convite à ação para que você aplique esses insights e transforme sua comunicação em um diferencial competitivo. O sucesso do RI moderno pertence àqueles que equilibram a eficiência das máquinas com a profundidade do relacionamento interpessoal.

Pronto para elevar o patamar do seu RI?

O IR Summit 2026 trouxe lições valiosas, mas este é apenas o ponto de partida. Se você busca se tornar um profissional de vanguarda e alcançar resultados de impacto, nosso time está à disposição para ajudar.

Entre em contato com nossos especialistas e descubra como podemos impulsionar suas estratégias, otimizar seus processos e posicionar sua companhia na liderança do mercado.

Entre em contato com

insidesales@mzgroup.com

Acesse nossos canais

MZ

Alameda Vicente Pinzon, 51, 13º andar
Vila Olímpia - São Paulo - SP
04547-130

mzgroup.com.br