

Comparativo e Análise de Sites de Relacionamento com Investidores de Duas Empresas Listadas na Bolsa de Valores – B3¹

Autores:

Lucas Oliveira Freitas - lucasbreitas@gmail.com

Lucas Aparecido Zoboli – zoboli.lucas@hotmail.com

Enio Tadashi Nose – noseenio@uol.com.br (prof. Orientador)

RESUMO

O objetivo do artigo é analisar dois sites de relacionamento com investidores, a fim de comparar como é feita a divulgação de informações, os layouts disponibilizados pelas empresas, quais canais de comunicação estão disponíveis para visualização dos relatórios e atualizações. Os sites analisados são os sites de relacionamento com investidores do banco Itaú e banco Bradesco sendo que ambas as empresas estão no mesmo nível da B3. Portanto foram analisados 4 itens disponíveis nos dois sites de forma imparcial, desde a governança corporativa até o contato com representantes, e a base da pesquisa segue padrões bibliográficos e documentais. Conclui-se que existem diferenças na forma de comunicar e repassar informações, sendo que há espaço para melhorias em ambos os sites, quando considerado a experiência do usuário.

Palavras-Chave:

Relacionamento com Investidores; Governança Corporativa; Canais de Comunicação; Transparência

1 Introdução

O conceito de governança corporativa, demonstra os princípios que devem ser analisados dentro de uma corporação, seguindo as melhores práticas de governança, resultando em confiança e um bom relacionamento entre sócios e investidores.

As boas práticas entregam confiança aos investidores, no qual estão mais propensos a investir em empresas que adotem esses conceitos, chegando a ocasionalmente pagar um valor maior ao investir nessas companhias.

¹ Trabalho apresentado no Espaço de Graduação 2 – Trabalhos Aplicados, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas

Governança corporativa é o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas. (IBGC, 2020)

Em sua maioria, os estudos com foco em governança corporativa, são focados nas áreas financeiras e contábeis da empresa ou correlacionadas.

A sua origem se deu ao controle e desenvolvimento dos objetivos da companhia, e não objetivos individuais de seus sócios ou executivos, definindo uma estrutura central. Tornou-se mais reconhecido devido a alguns acontecimentos que se tornaram alvo de discussões sobre divulgações e auditorias.

Um dos princípios básicos que permeiam a governança corporativa é a transparência, que por sua vez faz parte do Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa. Cada vez mais os acionistas buscam ter acesso à informações mais completas, juntamente com atualizações, que impactam diretamente na organização, assim é imprescindível que as empresas sejam transparentes e claras com os investidores, demonstrando clareza em todo compartilhamento de dados e tomadas de decisões que são feitas pela cúpula da empresa.

Transparência - Consiste no desejo de disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse e não apenas aquelas impostas por disposições de leis ou regulamentos. Não deve restringir-se ao desempenho econômico-financeiro, contemplando também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação gerencial e que conduzem à preservação e à otimização do valor da organização. (IBGC, 2020)

O recomendado é que as informações sejam representadas de forma clara, para que todo o público que tenha acesso, ou procure as informações consiga entender de maneira fácil.

Da mesma forma que a comunicação com os funcionários de uma empresa deve ser transparente, mostrando efetivamente o que pode ser compartilhado com eles e o que não pode, por força de regras que devem ser seguidas pela empresa.

O Relacionamento com investidores consiste na comunicação cujo objetivo é fazer a interação entre o setor administrativo da empresa, os acionistas e os demais agentes do mercado de capitais, compartilhando informações que são do interesse de todos que de alguma forma são acionistas da empresa.

A área de relacionamento com investidores faz parte de toda empresa que possui ações na bolsa de valores, no qual demonstra transparência aos dados que são entregues, para que possam ser vistos de maneira objetiva a compreender o andamento de sua administração.

Se não existisse o setor de RI dentro das empresas de capital aberto, os acionistas (investidores) estariam em desvantagem, pois teriam acesso limitado às informações que regem o futuro das empresas.

O presente estudo fará a comparação e análise do relacionamento com investidores entre duas empresas que seguem os padrões estabelecidos pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.

2 Referencial Teórico

2.1 Governança Corporativa

As primeiras discussões sobre governança corporativa tiveram origem durante o século 20, devido às transformações das grandes companhias da época, e aos conflitos de interesse entre sócios e os executivos das empresas.

Porém o assunto Governança Corporativa só se tornou realmente pertinente, quando escândalos de empresas norte-americanas vieram a público no século 21, colocando em pauta a divulgação de demonstrações financeiras e o papel das empresas de auditoria. “O congresso norte-americano, em resposta às fraudes ocorridas, aprovou a Lei Sarbanes-Oxley (SOx), com importantes definições sobre práticas de governança corporativa.” (IBGC, 2020)

Após algum tempo, os acionistas demonstraram interesse em pagar uma quantia maior para as companhias que adquirissem boas práticas de governança corporativa. Por outro lado, as boas práticas no Brasil aconteceram logo após as privatizações e da abertura do mercado nacional em 1990. Na mesma década, em 1995 foi criado o Instituto Brasileiro de Conselheiros de Administração (IBCA), que quatro anos depois passou a se chamar Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), induzindo as companhias a introduzirem práticas transparentes na administração das organizações. No mesmo ano, em 1999, o IBGC lançou a primeira edição do Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa, no quadro 1 temos os princípios básicos da governança corporativa para o IBGC

Quadro 1 - Os princípios básicos da governança corporativa.

Transparência	Consiste no desejo de disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse e não apenas aquelas impostas por disposições de leis ou regulamentos. Não deve restringir-se ao desempenho econômico-financeiro, contemplando também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação gerencial e que conduzem à preservação e à otimização do valor da organização.
---------------	---

Equidade	Caracteriza-se pelo tratamento justo e isonômico de todos os sócios e demais partes interessadas (stakeholders), levando em consideração seus direitos, deveres, necessidades, interesses e expectativas.
Prestação de contas (accountability)	Os agentes de governança devem prestar contas de sua atuação de modo claro, conciso, compreensível e tempestivo, assumindo integralmente as consequências de seus atos e omissões e atuando com diligência e responsabilidade no âmbito dos seus papéis;
Responsabilidade corporativa	Os agentes de governança devem zelar pela viabilidade econômico-financeira das organizações, reduzir as externalidades negativas de seus negócios e suas operações e aumentar as positivas, levando em consideração, no seu modelo de negócios, os diversos capitais (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social, ambiental, reputacional, etc.) no curto, médio e longo prazos.

Fonte: IBGC, 2020.

Os acadêmicos Jensen e Meckling em 1976, publicaram estudos focados em empresas norte-americanas e britânicas e que citam o problema chamado, agente-principal, que acontece quando o sócio (principal) contrata outra pessoa (agente) para que administrasse a empresa em seu lugar.

De acordo com a teoria desenvolvida, os executivos e conselheiros contratados pelos acionistas tenderiam a agir de forma a maximizar seus próprios benefícios (maiores salários, maior estabilidade no emprego, mais poder, etc.), agindo em interesse próprio e não segundo os interesses da empresa, de todos os acionistas e demais partes interessadas (stakeholders). Para minimizar o problema, os autores sugeriram que as empresas e seus acionistas deveriam adotar uma série de medidas para alinhar interesses dos envolvidos, objetivando, acima de tudo, o sucesso da empresa. Para tanto, foram propostas medidas que incluíam práticas de monitoramento, controle e ampla divulgação de informações. A este conjunto de práticas convencionou-se chamar de governança corporativa. (IBGC, 2020)

2.2 Transparência

A transparência tem um efeito crucial quando o intuito é passar informações, que são importantes para os stakeholders da empresa e que buscam ter total clareza, dos rumos que estão tomando com todas as decisões da administração e partes que agregam valor.

Disponibilizar as informações de todas as áreas de importância gera entrega maior confiança e clareza no que está acontecendo dentro dos processos da empresa, sendo de forma correta deixar aberto o acesso a aqueles que estão interessados em acessar sempre que for necessário.

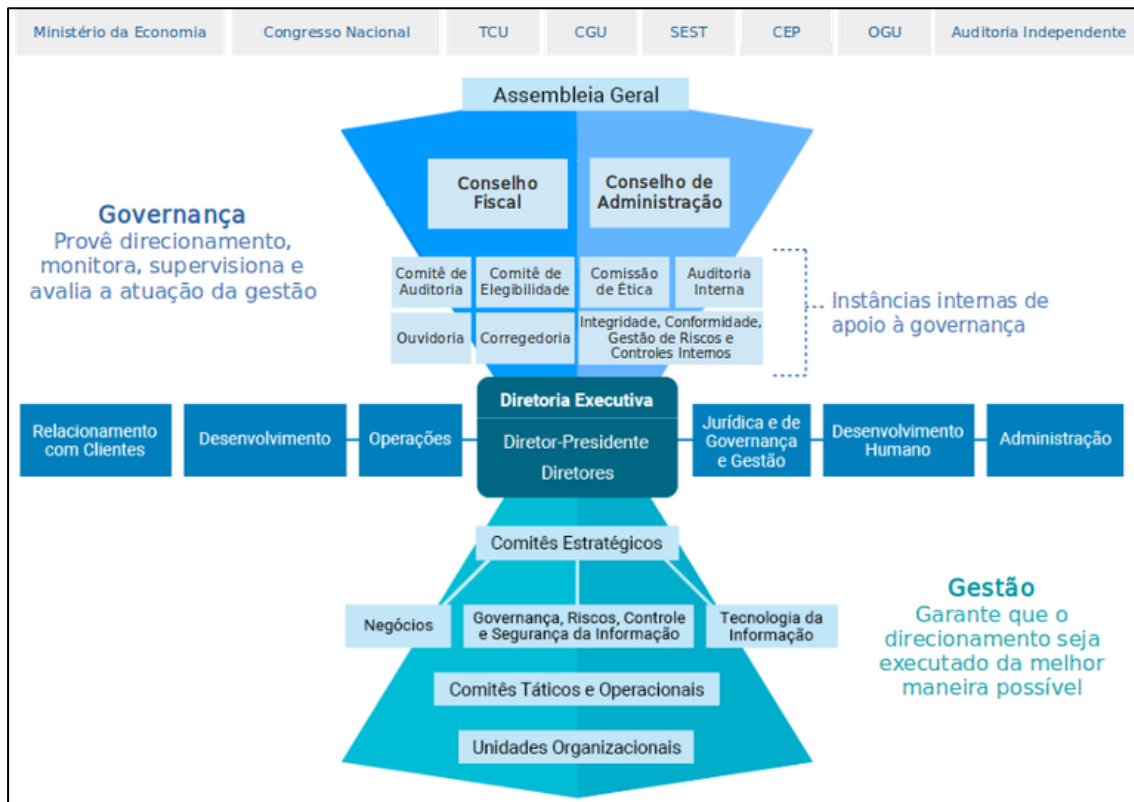
Em seu conceito, é uma prática simples e não muito complexa, mas ainda assim é pouco utilizada por algumas organizações, o que faz não ter um elo tão assertivo entre executivos e stakeholders.

Além de pontos positivos e tomadas de decisão, a transparência também prevê o compartilhamento de problemas ou desafios que estão prejudicando a empresa de alguma forma, fazendo com que fique aberto ao diálogo, as partes interessadas em resolver ambas as questões.

Para a corporação, o conceito de transparência é de total importância, tendo em vista a parte gerencial e estratégica da empresa, para que dessa forma sejam tomadas as devidas providências e decisões assertivas com base em dados e informações.

Ao pensar nos stakeholders, entendemos o quão importante é a prestação de informações para aqueles que, não apenas tomam os riscos como, em grande parte, ajudam em encontrar os rumos a serem tomados na empresa. “A transparência só é completa quando envolve a franqueza, que consiste em expor tanto os dados positivos como os negativos do desempenho da empresa.” (LAURETTI, 2013)

Figura 1 - Estrutura de Governança e Gestão.



Fonte: SEPRO, 2020.

Não apenas baseado em leis, ou fiscalização governamental, a transparência prevê a disseminação de informações precisas e abrangentes, para tomada de decisões daqueles que, de alguma forma, estão em poder de decisão dentro da empresa.

No gerenciamento de crises, e tomada de decisões complexas, quanto maior for a exposição e troca de informações mais assertivas entre os envolvidos, maior a facilidade de análise na hora da decisão entre os responsáveis.

Na década de 1990 com o avanço da economia brasileira, o aumento de investidores vindo do exterior se tornou mais comum, fazendo com que empresas brasileiras começaram a serem listadas em bolsas de valor ao redor do mundo, mas principalmente nos Estados Unidos, tornando cada vez mais comum o contato com acionistas que mantinham práticas mais avançadas do que o mercado brasileiro estava acostumado.

Com o aumento de investidores estrangeiros, o acionista brasileiro se viu capaz de reivindicar seus direitos no que se refere às decisões e acontecimentos internos da empresa.

A transparência não se mostra muito comum dentro de algumas empresas, por alguns acontecimentos que são muitas vezes normais dentro de uma empresa, como por exemplo a demanda entre todas as áreas de uma empresa, o que faz com que o alinhamento dessa

comunicação tenha que estar muito bem alinhado com aqueles que estejam dispostos a compartilhar informações importantes para que a troca se gere resultados mútuos.

O aumento de empresas Brasileiras que buscam avançar nas boas práticas da governança corporativa, se mostra crescendo de alguns anos para cá, o que é de extrema importância para um mercado evoluído e que apenas tende a ganhar com seus princípios, mas ainda assim um mercado atrasado se comparado com algumas práticas do exterior.

Com a velocidade das informações nos dias atuais, a avaliação e mensuração dos dados obtidos, é levado como principal objeto de estudo em uma mudança significativa ou quando uma decisão deve ser tomada, portanto com essa evolução, todos aqueles que são partes interessadas na empresa, têm o costume de utilizar as informações obtidas para encontrar maneiras de justificar ou buscar as soluções.

Nesse sentido, a transparência (disclosure de informações), dedica especial atenção nas informações, principalmente aquelas de alta relevância que impactam os negócios e que envolvem resultados, oportunidades e riscos (ROSSETTI; ANDRADE, 2014, p.140)

Deve-se também o aumento da concorrência em prol do mesmo mercado, o que faz com que as organizações se atualizem em seus pilares de governança, para serem dessa forma mais assertivos ao tomar as decisões.

O sucesso das decisões, coloca em perigo toda e qualquer parte envolvida na organização, tendo em vista que, os acionistas assumem grandes riscos quando uma nova ação deve ser tomada por aqueles que gerenciam sua empresa.

Dessa maneira, a exclusão de dados que podem não ser vistos com bons olhos, se faz muito presente em organizações que não acompanham as boas práticas, fazendo com que não haja um bom controle e análise na hora de escolher novos caminhos que serão explorados pelos gestores.

Com essa grande escala de informação, é necessário a cultura e os pilares da governança estarem alinhados em todos aqueles que de alguma forma, têm acesso aos dados para que sejam analisados e levados em consideração para que consigam ser apresentados da melhor e mais completa maneira.

3 Metodologia

A base da pesquisa realizada em ambos os sites seguiu um padrão bibliográfico e documental.

A Pesquisa bibliográfica é norteada pela revisão da literatura sobre as teorias de um trabalho científico, na qual utiliza-se com base em livros, artigo de jornais, sites da internet entre outras fontes.

A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação. (BOCCATO, 2006, p. 266)

Além da base de dados da pesquisa bibliográfica presente neste estudo, utilizamos a pesquisa documental que visa analisar os dados obtidos em uma análise para tratar os dados e oferecer resultados lógicos, sendo consideradas apenas fontes primárias de dados para estudo.

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes/Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. (GIL, 2002, p. 45)

Os sites escolhidos para a análise são os sites de relacionamento com investidores do banco Bradesco e banco Itaú, ambas empresas se enquadram no nível 1 de governança corporativa e estão presentes na B3, bolsa de valores brasileira.

Seguindo como base a experiência e usabilidade de ambos os sites, dentro do site o usuário deve ter acesso a todas as informações pertencentes a essa empresa, dessa maneira a empresa é responsável por escolher as formas de divulgação das informações ao usuário e a facilidade que terá na hora de visualizar o que é importante para a sua jornada, a fim de obter as informações que está buscando.

A comunicação utilizada deve seguir os padrões estabelecidos, por meio de uma análise do público, sendo acessível para qualquer usuário com suas diferenças, corporais e ou cognitivas.

O design contido no site deve facilitar a visão do usuário perante as informações e ser diretamente agradável, coerente e atrativo. Jakob Nielsen e Donald Norman resumem a experiência do cliente como uma forma de interação total entre o usuário final e a empresa, sendo ela responsável em demonstrar as melhores maneiras de atender as necessidades dos usuários finais. (NORMAN, 2006)

Existe uma grande importância na experiência do usuário na hora de navegar no site, sendo assim a empresa tem a obrigação de se comunicar de forma efetiva com o seu cliente,

ainda mais quando falamos de um relacionamento direto com aqueles que acreditam no potencial da empresa, quanto mais clara for a informação e mais rápida for a navegabilidade para que seja transmitida uma comunicação direta o site aumenta em credibilidade com seus stakeholders.

Sendo uma gama grande de pontos específicos que compõem uma boa experiência, as empresas terão sempre que buscar um feedback efetivo para potencializar o repasse dessas informações.

Referindo-se a análise dos sites, foram sustentados e separados em 4 pontos de grande importância para um investidor dentro dos sites de relacionamento com investidores de empresas, com base na governança corporativa e o nível em que as empresas se enquadram. Baseando-se ainda na facilidade de navegação do site e clareza das informações presentes em cada página, além dos métodos e redes disponibilizadas para a comunicação que ambas as empresas, disponibilizam para a visualização das informações, os itens elencados foram:

1. Aba de governança corporativa;
2. Aba de cotação das ações;
3. Aba de relatórios de resultados;
4. Aba de contato com representantes.

4 Análise de Resultados

Em relação a informações de governança corporativa dentro do site, é possível notar que o Bradesco disponibiliza um menu superior exclusivo para governança corporativa, que somente passando o mouse sobre, automaticamente é aberta uma aba com todas as opções disponíveis relacionadas a governança corporativa da instituição, desde estrutura acionária, até reuniões.

Por outro lado, no site do Itaú é necessário clicar no menu principal, depois em governança corporativa, e então o site direciona para uma página com as opções disponíveis.

Em ambos os sites a opção de governança corporativa é acessível, porém no site do Bradesco a opção é visualizada como botão no menu principal, já no banco Itaú é uma opção dentro do menu principal.

O menu de visualização dentro da página do Bradesco, é trabalhado com um design chamativo, e aparecem informações importantes para alguns usuários, que buscam apenas informações mais diretas, do que a estrutura geral da governança corporativa em si.

Por dentro da página de governança corporativa das duas instituições, é disponibilizado a estrutura de governança corporativa e regulamentos e políticas e compliance, porém na página

do Bradesco é possível encontrar mais opções disponíveis, como assembleias gerais, estrutura acionária, canais de denúncia, conselhos e diretoria.

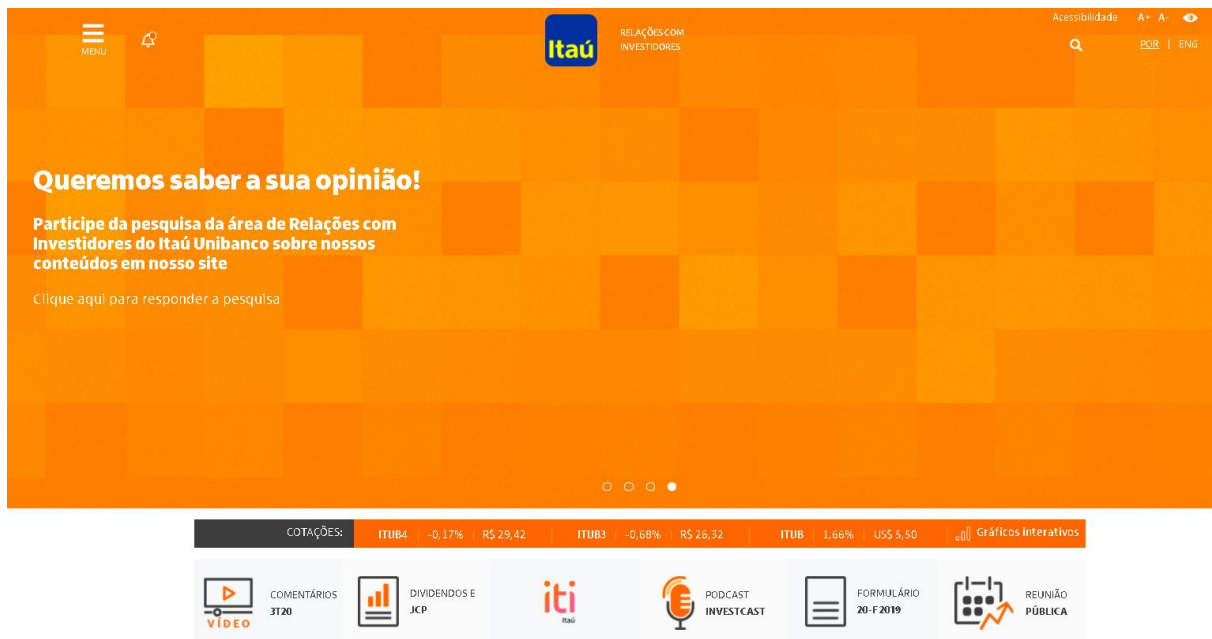
4.1 Cotações

Conforme a análise dos dados obtidos, entre os sites se verifica que o banco Itaú demonstra informações que são importantes e podem passar um feedback rápido para o usuário de forma mais completa e abrangente, como demonstrado na imagem abaixo, a empresa libera aos usuários métodos variados de suas atualizações para que o usuário fique na mesma página quanto ao resultado da empresa, no presente momento.

Como demonstrado na figura 2, é disponibilizado cotações em tempo real das ações da empresa que estão listadas na B3. Abaixo das cotações o usuário pode se atualizar conforme as fontes liberadas pela empresa como um vídeo da atualização trimestral, pagamento de dividendos, podcast ou relatório para investidores focado no último ano de resultados, além de poder acessar o calendário de reunião com os investidores.

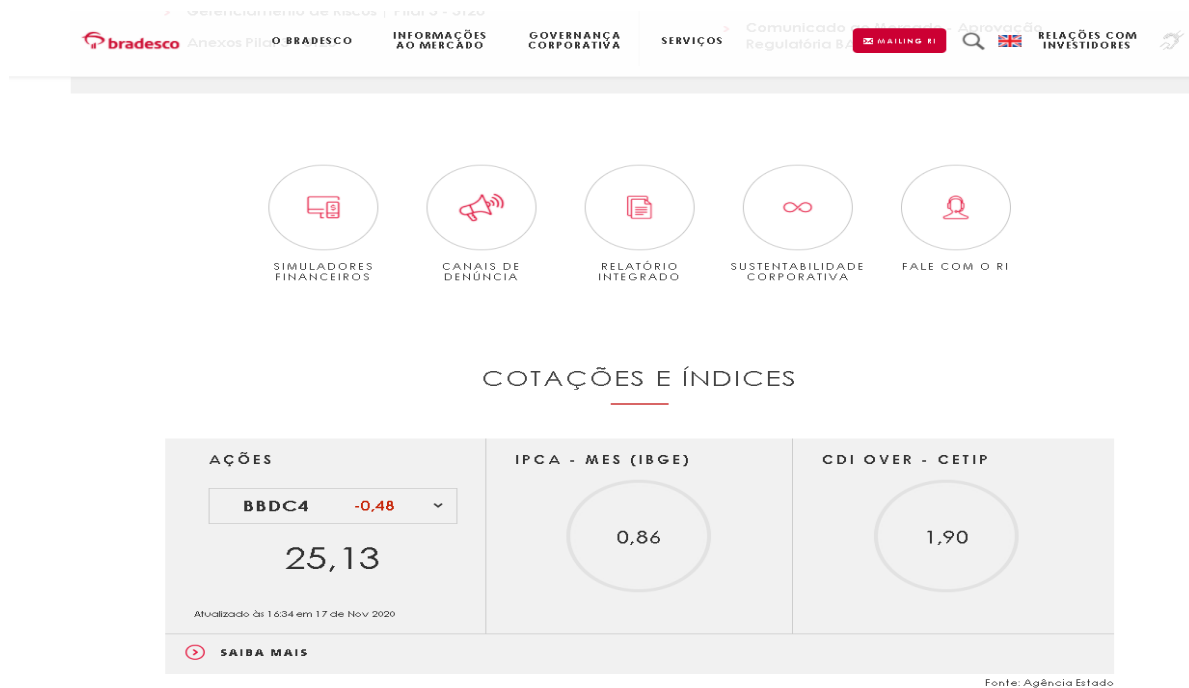
O banco Bradesco por sua vez trabalha de forma diferente, quando se trata da divulgação de suas cotações, para o usuário visualizar a informação o mesmo deve descer a sua página mais da metade, para que visualize os resultados atuais, como demonstrado na figura 3.

Figura 2 - Pesquisa de relacionamento com investidores do site do Itaú.



Fonte: Site ITAÚ, 2020

Figura 3 - Página de cotações e índices do site do Bradesco.



Fonte: Site BRADESCO, 2020.

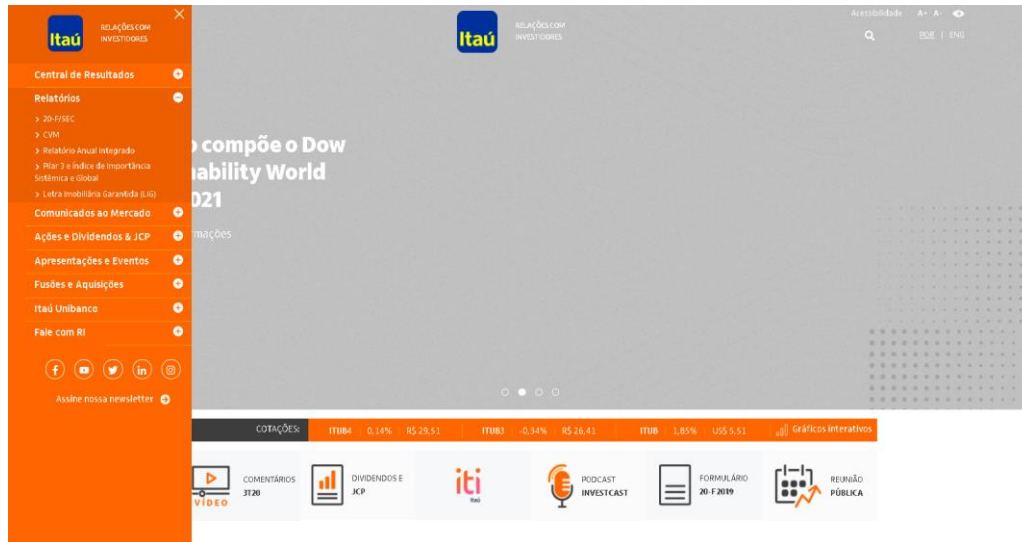
Como na figura 3 a empresa também divulga a sua cotação atual, mas não entrega dados visualmente tão abrangentes quando o Itaú, para que o usuário visualize outras cotações como: BBDC3, o mesmo tem que realizar uma ação para mudar a sua visualização.

Em questão de divulgação dos relatórios o site não demonstra tanta abrangência quanto os métodos de divulgação dos resultados, apenas um relatório integrado dos anos anteriores, fazendo com que a divulgação trimestral seja colocada em outro local do site, atrapalhando a facilidade de visualização das informações.

4.2 Relatório de Resultados

Apesar disso, em ambos os sites contém a visualização completa de todos os relatórios liberados durante os últimos anos:

Figura 4 - Menu de relatórios do site do Itaú.



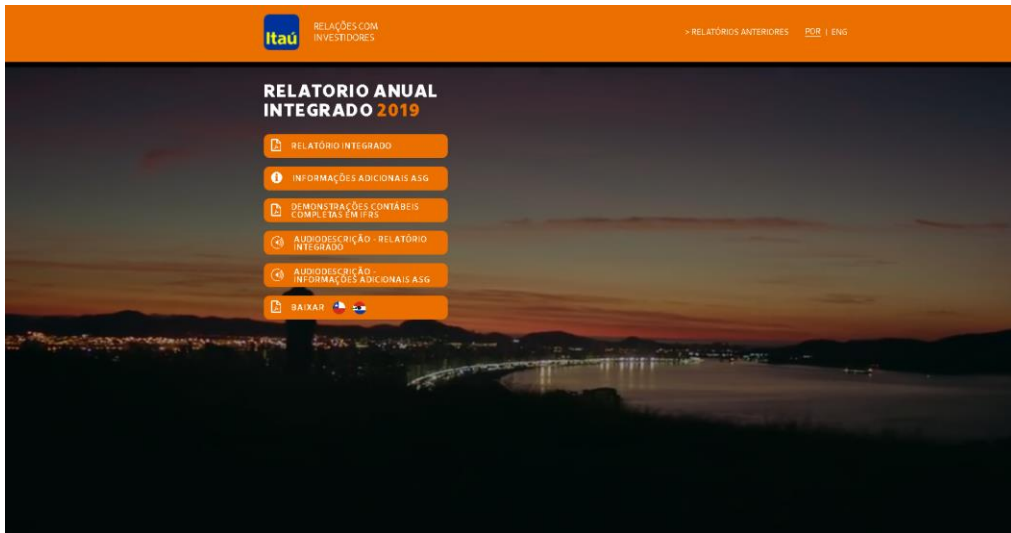
Fonte: ITAÚ, 2020

O Itaú, como visto na figura 4 faz a separação através da listagem de cada conteúdo do relatório e seus tipos, como visto do lado esquerdo da imagem é separado pelo tipo de relatório que o usuário deseja visualizar, porém não é feito em uma página específica o que pode dificultar a visualização, dependendo do dispositivo que está sendo utilizado. Para que o usuário possa baixar o relatório, primeiro deve abrir a sua página para encontrar o botão de download ou selecionar o link para compartilhamento manualmente, como demonstrado na figura 5.

Como visualizado na página do relatório anual, o Itaú libera outros meios de se atualizar sobre os relatórios da empresa, como audiodescrição e a leitura em outros dois idiomas, além dos idiomas nativos do site em modo geral que são português e inglês.

O Bradesco por sua vez, utiliza uma subpágina específica para a visualização de todos os resultados, fazendo com que o usuário tenha uma maior facilidade podendo escolher relatórios específicos dentro de um período, conseguindo baixar diretamente da página ou compartilhar com terceiros o link de visualização, como demonstrado na figura 6.

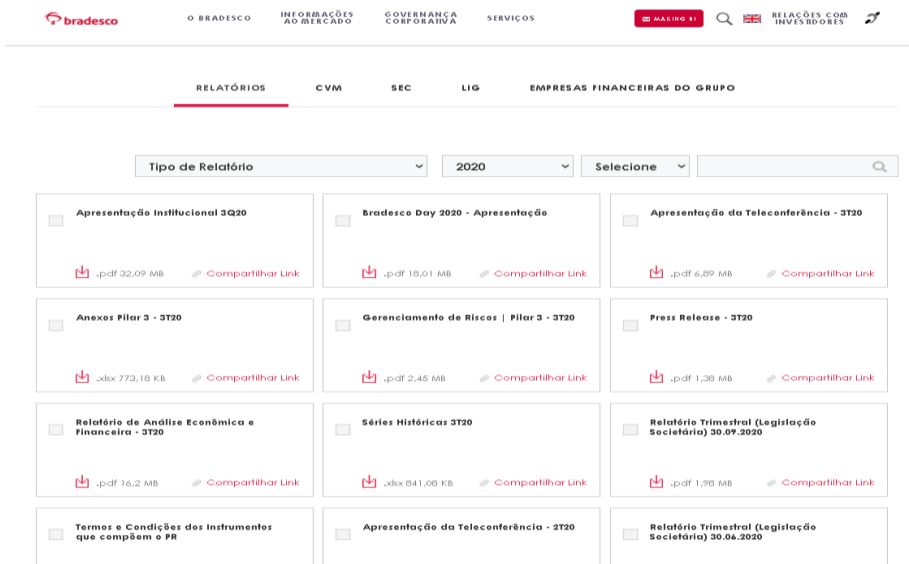
Figura 5 - Relatório Anual Integrado 2019.



Fonte: ITAÚ, 2020

A subpágina dos relatórios de resultados em modo responsivo para dispositivos celulares, demonstra para o usuário facilidade na hora de separar o tipo de relatório que está buscando, porém com menos meios para os usuários visualizarem as informações contidas, além de não liberar em outras línguas latino americanas.

Figura 6 - Página de relatórios do site do Bradesco.



Fonte: BRADESCO, 2020

4.3 Contato com Representantes

Considerando as informações de ambos os sites, os acionistas conseguem ter a liberdade de receber um contato direto com os representantes de ambas as empresas, podendo se

comunicar por um telefone ou e-mail. Mas comparando a localização dos contatos de ambas as empresas, o usuário que quer falar com um representante pelo banco Itaú tem maior dificuldade, tendo que navegar por abas do site até encontrar um número de telefone ou e-mail, sendo que em seu concorrente essa informação fica exposta de maneira prática, além de considerarmos que há uma gama maior de telefones para contato. O contato com representante é de extrema importância, pois caso o acionista precise da 2ª via do informe de rendimentos, a instituição precisa demonstrar transparência e disponibilizar com facilidade. No site do Itaú a informação sobre a 2ª via do informe de rendimentos também não é localizada com facilidade, ao contrário do concorrente que disponibiliza na página Fale com RI.

Nos dois sites é possível encontrar informações para contato dentro do menu principal, porém no site do Itaú após clicar em Fale com RI no menu principal, você ainda precisa clicar em Atendimento RI ou Serviços de Escrituração.

No site do Bradesco somente clicando em Fale com RI no menu principal você já obtém todas as informações necessárias para contato.

Conforme comparado entre os dois sites, foi constatado que a disponibilização de telefones cujo a cobrança é gratuita para quem realiza a ligação 0800, é apenas colocada à disposição pelo banco Bradesco, enquanto o banco Itaú, apenas libera um número comum para a ligação.

5 Conclusão

O objetivo do artigo é analisar dois sites de relacionamento com investidores, a fim de comparar como é feita a divulgação de informações, os layouts disponibilizados pelas empresas, quais canais de comunicação estão disponíveis para visualização dos relatórios e atualizações.

Ao decorrer da pesquisa, a análise de ambos os sites concluiu-se que a diferença entre suas estruturas é consideravelmente diferente, visto que o objetivo final é o mesmo, entregar aos investidores das empresas, informações de importância para a sua jornada, sendo considerada atualizações recorrentes, relatórios trimestrais, semestrais ou anuais e ainda assim, seguindo o que consta nas práticas de governança corporativa.

Como foi tratado no estudo, o layout disponibilizado se difere muito, quando considerado boas práticas de experiência do usuário, além da quantidade de meios que é disponibilizado para a visualização das informações como foi relatado no banco itaú, o que facilita investidores que buscam obter as informações por outros meios, como audiodescrição e podcasts.

Considerando a separação das informações e a complexidade de acesso, ambos os sites seguem um padrão parecido, porém separado de formas individualmente diferentes por cada empresa.

A acessibilidade dentro dos sites é um costume visto com bons olhos por sistemas de ranqueamento de páginas, por exemplo, segundo dados do IBGE (2010) indica a proporção das pessoas com deficiência na população brasileira de 6,7%, portanto é de extrema importância a colocação de formas acessíveis para a visualização das informações, ambos os sites utilizam ferramentas para a acessibilidade de pessoas com deficiência, mas visto suas diferenças o site do Itaú consta com a acessibilidade em libras desatualizada, enquanto o site do Bradesco faz o uso da ferramenta de forma normal.

O principal desafio encontrado na pesquisa, foi verificar o nível no qual as empresas pertenciam, além de entender o que é exigido em cada um dos níveis, para que fosse feita a comparação final e constatação das informações.

Para futuras pesquisas, sugerimos acompanhar o processo de atualização no compartilhamento das informações, por empresas listadas na B3, visto que algumas companhias entregam a seus investidores diversas formas para se atualizar referente aos resultados da empresa, como visto no estudo em formato de podcast e livestream.

REFERÊNCIAS

BOCCATO, V.R.C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação.** Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, p. 266, 2006. Acesso em: 17 de Novembro de 2020.

BRADESCO, **Relações com investidores,** 2020. Disponível em: <https://www.bradesco.com.br/siteBradescoRI/Default.aspx>. Acesso em: 19 de Outubro de 2020.

ETHOS. **O princípio da transparência no contexto de governança corporativa.** 2013. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/5790/>. Acesso em: 23 de Outubro de 2020.

EXAME. **Os dados confirmam: boas práticas de governança valorizam ações.** Deloitte, 2020. Disponível em: <https://exame.com/negocios/os-dados-confirmam-boas-praticas-de-governanca-valorizam-acoes/#:~:text=%E2%80%9CA%20governan%C3%A7a%20corporativa%20%C3%A9%20t%C3%A3o,de%20Risk%20Advisory%20da%20Deloitte>. Acesso em: 19 de Outubro de 2020

IBGC. **Conheça os quatro princípios da governança corporativa.** Instituto de governança Corporativa, 2020. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/blog/principios-de-governanca-corporativa>. Acesso em: 19 de Outubro de 2020.

IBGC. O que é governança corporativa. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, 2020. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/conhecimento/governanca-corporativa#:~:text=Apesar%20de%20terem%20sido%20primeiramente,organiza%C3%A7%C3%A3o%20e%20para%20sua%20longevidade>. Acesso em: 19 de Outubro de 2020.

ITAÚ, Relações com investidores, 2020. Disponível em: <https://www.itaubank.com.br/relacoes-com-investidores/Home.aspx?linguagem=pt> Acesso em: 19 de Outubro de 2020.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisas, Editora Atlas, p. 45, 2002.

LAURETTI, Lélío, O princípio da transparência no contexto da governança corporativa, disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/5790/>, acesso em: 20 de Outubro de 2020.

NORMAN, Donald. O Design do Dia-a-Dia, Editora Rocco, 2006.

ROSSETTI, Andrade. Governança Corporativa e Compliance, Editora Senac, p.140, 2020.

SERPRO. Estrutura de governança e gestão, 2020. Disponível em: <https://www.transparencia.serpro.gov.br/governanca-corporativa/estrutura-de-governanca#:~:text=A%20estrutura%20de%20governan%C3%A7a%20e,relacionamento%20com%20as%20partes%20interessadas>. Acesso em: 19 de Outubro de 2020

UXINDIA. Ui and Ux, What is the difference? Wait, What will I tell if my client ask me this question? 2020. Disponível em: <https://www.uxindia.com/what-is-the-difference-of-ui-and-ux.html>. Acesso em: 17 de Novembro de 2020.