

ENTREVISTA

Renato Lulia

Diretor de RI e Inteligência de Mercado, Itaú Unibanco

Itaú Unibanco

proatividade e transparência nas Relações com Investidores

O Itaú Unibanco venceu o Prêmio APIMEC IBRI 2020 na categoria “Melhor Prática e Iniciativa de Relações com Investidores Large Cap” com foco na proatividade e transparência. A evolução no número de investidores pessoas físicas fez com que a área de Relações com Investidores do banco realizasse estudos para buscar se comunicar com o novo público, tendo como objetivo fazer com que “*todos os investidores tenham acesso às mesmas informações sobre a companhia e compreendam a sua estratégia*”, afirma Renato Lulia, diretor de Relações com Investidores e Inteligência de Mercado do Itaú Unibanco.

por **RODNEY VERGILI**

O Itaú Unibanco organizou uma equipe especialmente dedicada para atender ao perfil de investidor pessoa física dentro da área de RI. “A partir disso, reformulamos inteiramente nosso site, que agora traz mais conteúdo multimídia, como podcasts, vídeos trimestrais sobre a divulgação de resultado e até mesmo um “glossário” de termos mais técnicos usados no nosso balanço, para traduzir a linguagem financeira para um público mais amplo”, detalha Lulia, destacando que a proatividade, frequência e transparência nas comunicações têm contribuído significativamente para a cobertura do banco por analistas e investidores.

Este ano, buscando atender às necessidades de investidores, índices e agências de rating ESG, o Itaú Unibanco passou a publicar uma planilha de indicadores que reúne mais de 180 métricas ESG, melhorando a acessibilidade à informação e permitindo uma análise granular dos seus dados. “O processo de comunicação e relacionamento com o público investidor é, antes de tudo, um compromisso com a transparência das informações”, enfatiza Renato Lulia.

A seguir, acompanhe a íntegra da entrevista com o Diretor de RI e Inteligência de Mercado do Itaú Unibanco.

RI: Como o aumento no número de investidores pessoas físicas impactou na área de Relações com Investidores do Itaú Unibanco?

Renato Lulia: O crescimento da base de investidores na Bolsa de Valores, em especial em ativos de renda variável, foi percebido por muitas das empresas de capital aberto. No caso do Itaú Unibanco, esse fenômeno foi bastante expressivo: saímos de uma base de cerca de 250 mil investidores no início de 2020 – que já era um número bastante significativo – para algo próximo de 500 mil investidores com ações do Itaú em carteira em 2021. Os investidores pessoas físicas demandam uma comunicação diferente por parte das empresas, principalmente na forma, mas também em conteúdo. Esse, aliás, é o nosso principal desafio: apesar

dessas diferenças é preciso garantir que os grandes investidores institucionais, os grandes fundos de investimento, e as pessoas físicas tenham acesso às mesmas informações sobre a companhia e compreendam a sua estratégia.

RI: Houve a criação de canais de interlocução com os investidores pessoas físicas? Houve estratégia de comunicação específica para investidores pessoa física?

Renato Lulia: Dentro desse desafio de comunicação com investidores, a primeira questão que precisamos considerar é o nível de conhecimento. Muitos desses investidores pessoas físicas ingressaram no mercado de capitais há pouco menos de um ano e ainda têm pouca familiaridade com materiais muito técnicos. Voltamos para a prancheta para repensar a forma e o conteúdo dessas comunicações para atender a essa demanda. Iniciamos o trabalho com o mapeamento das melhores práticas no mercado nacional e internacional nas Relações com Investidores. Dentro desse mapeamento, consideramos toda a agenda ESG, especialmente o pilar da transparência na comunicação, que é uma premissa fundamental para nós. Com base nas informações que colhemos montamos, então, um time especialmente dedicado para atender a esse perfil de investidor dentro da área de RI. A partir disso, reformulamos inteiramente nosso site, que agora traz mais conteúdo multimídia

“

Iniciamos o trabalho com o mapeamento das melhores práticas no mercado nacional e internacional nas Relações com Investidores. Dentro desse mapeamento, consideramos toda a agenda ESG, especialmente o pilar da transparência na comunicação, que é uma premissa fundamental para nós.”

dia, como podcasts, vídeos trimestrais sobre a divulgação de resultado e até mesmo um “glossário” de termos mais técnicos usados no nosso balanço, para traduzir a linguagem financeira para um público mais amplo.

RI: Pode citar estratégias adotadas para aumento da cobertura do Itaú Unibanco?

Renato Lulia: Além da já mencionada adaptação do conteúdo, que ficou mais didático e acessível, também ampliamos a distribuição dessas informações para outros canais. O nosso Investcast – podcast que tem como objetivo educar investidores e analistas sobre o banco – também está disponível em outras redes, como Spotify. Por fim, ao lado da reformulação de conteúdos e canais, mudamos também a frequência da comunicação. Mantemos nosso site de RI com atualizações mensais, sempre trazendo conteúdos relacionados aos lançamentos de produtos, parcerias e iniciativas institucionais do Itaú Unibanco. Essa proatividade, frequência e transparência nas nossas comunicações têm contribuído significativamente para a cobertura do banco por analistas e investidores.

RI: O trabalho home office de alguma forma impactou a produção de relatórios e apresentação de dados econômico-financeiros e operacionais para subsidiar áreas estratégicas do Banco? Foi possível mesmo com a pandemia e trabalho home office cumprir os prazos de divulgação de informações aos órgãos reguladores e autorreguladores?

Renato Lulia: A pandemia acabou, de certa forma, acelerando o movimento do trabalho remoto, para o qual o banco já estava caminhando. Com o apoio da tecnologia, planejamento e dedicação das nossas equipes, cumprimos todos os prazos regulatórios para as comunicações obrigatórias ao mercado, mesmo no período de transição. Importante reconhecer o trabalho dos reguladores, que permitiram algumas flexibilizações de prazos no período.

RI: O Itaú Unibanco participa historicamente de índices como o Dow Jones Sustainability Index World. Houve preparação para participar em outros índices do mercado de capitais?

Renato Lulia: O protagonismo do banco no índice de Sustentabilidade da Dow Jones remonta a 1999. Somos a única empresa da América Latina a estar nesse índice desde a sua criação. Temos um histórico semelhante com o ISE, o índice de Sustentabilidade da B3, a bolsa brasileira, em que também estamos presentes desde a primeira carteira.

“

O protagonismo do banco no índice de Sustentabilidade da Dow Jones remonta a 1999. Somos a única empresa da América Latina a estar nesse índice desde a sua criação. Temos um histórico semelhante com o ISE, o índice de Sustentabilidade da B3, a bolsa brasileira, em que também estamos presentes desde a primeira carteira.”

”

Além desses dois índices (DJSI e ISE), estamos representados nas carteiras dos seguintes índices: *Bloomberg Gender-Equality Index (GEI)*; *Carbon Disclosure Project (CDP)*; *Forests* (em piloto em 2021); *Índice de Carbono Eficiente (ICO2)*; e *Vigeo Eiris (V.E)*. Também mantemos um trabalho proativo no atendimento de *frameworks* do mercado, com ajustes e adaptações em nossos reportes e relatórios sempre que necessário. Alguns dos *frameworks* atendidos pelo banco incluem: *AA1000 Stakeholder Engagement Standard*; *Global Reporting Initiative (GRI)*; *Princípios de Responsabilidade Bancária (PRB) - UNEP FI*; *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) - Financial Stability Board (FSB)*; *Value Reporting Foundation*; *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*; e *International Integrated Reporting Council (IIRC)*. Por fim, também, contribuimos com informações adicionais para *ratings* de mercado baseados em informações públicas do banco. Dentre essas contribuições, vale destacar: *MSCI ESG Rating (Morgan Stanley Capital International ESG Rating)*; *Sustainalytics ESG Risk Rating*; *Sustainable Fitch and ESG Ratings – FitchRating*; *FTSE Russell ESG*; *Institutional Shareholder Services ESG (ISS ESG) – Oekom*; e *MOODY’s ESG*.

RI: Houve ênfase na divulgação de iniciativas vinculadas a fatores ASG (Ambiental, Social e Governança)?



A incorporação da agenda ASG (ou ESG) faz parte do “core business” do Itaú Unibanco há muitos anos. Essa agenda é relevante para nós não apenas por uma questão de chancela dos nossos relatórios, mas principalmente porque é bom para os negócios do banco.



Renato Lulia: A incorporação da agenda ASG (ou ESG) faz parte do “core business” do Itaú Unibanco há muitos anos. Essa agenda é relevante para nós não apenas por uma questão de chancela dos nossos relatórios, mas principalmente porque é bom para os negócios do banco. O compromisso com essa agenda se traduz em clientes mais satisfeitos, negócios mais sustentáveis e, no fim do dia, melhores resultados para o banco. Em 2019, assumimos Compromissos de Impacto Positivo, que orientam nossa tomada de decisão e nos ajudam a integrar o tema ESG em nossas práticas de negócios, operações e relações com as partes interessadas, incentivando uma visão mais ampla dos riscos inerentes aos nossos negócios e as oportunidades potenciais para geração de impacto positivo. No Itaú Unibanco, o Relatório ESG é a principal peça de publicação com indicadores ambientais, sociais e de governança e ele é fundamentado em padrões internacionais de reporte, que conferem maior comparabilidade aos dados. Nosso Relatório ESG 2020, contempla detalhes sobre nossa estratégia de Compromissos de Impacto Positivo, com metas e métricas reportados para todos os assuntos materiais da nossa agenda. Finalmente, estamos sempre atentos às demandas do mercado. Buscamos inovar em forma, qualidade e até mesmo frequência com que reportamos informações ESG. Acreditamos que o Relatório ESG ou de Sustentabilidade não deve ser a única oportunidade para falar do tema. Inserimos nas divulgações trimestrais de resultados do Itaú os principais avanços da estratégia ESG, destacando, sobretudo, sua conexão com a agenda de negócios. Além disso, produzimos materiais

que complementam as divulgações tradicionais e que permitem maior profundidade em temas específicos, como *papers* de Finanças Climáticas e Investimento Sustentável. Este ano, buscando atender às necessidades de investidores, índices e agências de *rating* ESG, passamos a publicar uma planilha de indicadores que reúne mais de 180 métricas ESG melhorando a acessibilidade à informação e permitindo uma análise granular dos nossos dados.

RI: Além do desenvolvimento de conteúdo nos canais de comunicação de RI, houve aumento nas consultas da mídia impressa e eletrônica?

Renato Lulia: Sem dúvida. O trabalho proativo de comunicação de Relações com Investidores tem impacto também no interesse e visibilidade da companhia na mídia. Em 2020, quase dobramos as oportunidades de interação com mídia impressa e eletrônica envolvendo a área de Relações com Investidores, considerando entrevistas, comunicados, publicações em canais eletrônicos e teleconferências para divulgação de resultados. E, dado o ritmo deste ano, certamente cresceremos ainda mais as interações.

RI: Há acompanhamento da concorrência para análise do mercado, observando oportunidades e demandas de investidores e prospects? Ocorre um processo de identificação do perfil dos investidores para definir estratégias de divulgação da empresa e elaborar apresentação institucional e ampliar o processo de captação de recursos?

Renato Lulia: Esse processo de comunicação e relacionamento com o público investidor é, antes de tudo, um compromisso com a transparência das informações. Com esse foco, nosso objetivo é garantir que os atuais investidores – e também os potenciais interessados em investir – tenham acesso a todas as informações necessárias sobre o nosso negócio, nos canais e formatos mais adequados, para que possam tomar suas próprias decisões de investimento.

RI: Houve dificuldade para dialogar com o público interno para obter informações para disponibilizar para os investidores?

Renato Lulia: O Itaú Unibanco sempre teve uma cultura de transparência na comunicação com sua base de acionistas. Independentemente do regime de trabalho – presencial, remoto ou híbrido –, essa cultura já permeia toda a organização, o que nos permitiu manter esse fluxo de comunicação entre as áreas core do banco e a equipe de Relações com Investidores.



As exigências de distanciamento social, se por um lado impediram a realização de eventos e encontros presenciais, por outro trouxeram oportunidades de produzir conteúdo em formatos e canais que ainda eram poucos explorados pelo banco.



RI: Houve dificuldade para participar da organização da Assembleia de acionistas, call de resultado e Investor Day e gerenciar a base acionária?

Renato Lulia: Não chamaria de dificuldade, mas sim de necessidade de adaptação. As exigências de distanciamento social, se por um lado impediram a realização de eventos e encontros presenciais, por outro trouxeram oportunidades de produzir conteúdo em formatos e canais que ainda eram poucos explorados pelo banco. Para citar um exemplo marcante, realizamos em junho deste ano o Itaú Day, evento 100% virtual, com transmissão ao vivo, em que proporcionamos aos investidores uma “radiografia” da nossa companhia e da nossa estratégia de negócios, com apresentações do nosso Conselho de Administração, do nosso presidente, Milton Maluhy e de todos os membros do Comitê Executivo. A transmissão do Itaú Day já foi assistida por mais de 100 mil pessoas, uma audiência que seria impossível atingirmos com um evento presencial.

RI: Favor citar outros Prêmios já ganhos pela Área de Relações com Investidores do Itaú Unibanco.

Renato Lulia: O Itaú Unibanco foi o vencedor nas categorias “Melhor Prática e Iniciativa de RI” e “Melhor Profissional de RI” (Geraldo Soares, superintendente de Relações com Investidores) da edição de 2020 do Prêmio APIMEC IBRI. Dentre

Prêmio APIMEC IBRI

O Prêmio APIMEC IBRI tem como objetivo reconhecer por votação direta dos analistas de investimentos credenciados e associados pela APIMEC Brasil e associados efetivos do IBRI: companhias, profissionais de Relações com Investidores, analistas de valores mobiliários e casas de análise de investimento, com o objetivo de estimular o desenvolvimento das áreas, disseminar melhores práticas e iniciativas, além de valorizar os profissionais do mercado escolhidos para receber a Premiação. O 1º Prêmio APIMEC IBRI anunciou os vencedores de sua primeira edição em 07 de dezembro de 2020.

Vencedores - os vencedores de cada uma das cinco categorias do Prêmio APIMEC IBRI 2020 foram: *Melhor Analista de Valores Mobiliários: Eduardo Rosman; Melhor Casa de Análise de Valores Mobiliários: Banco BTG Pactual; Melhor Profissional de Relações com Investidores: Geraldo Soares; Melhor Prática e Iniciativa de Relações com Investidores Small/Middle Cap: Banco ABC Brasil; Melhor Prática e Iniciativa de Relações com Investidores Large Cap: Itaú Unibanco.*

A solenidade do 2º Prêmio APIMEC IBRI está prevista para 07 de dezembro de 2021, às 18:30. A premiação de abrangência nacional é realizada pela APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais) e pelo IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores). A escolha é feita por meio de votação on-line. A votação é direta e realizada por analistas “Pessoa Física” credenciados e associados pela APIMEC Brasil, além de associados efetivos do IBRI.

nossas premiações mais recentes, fomos destaque do ranking da Institutional Investor, grupo editorial líder mundial em conteúdos e pesquisas voltados para o mercado financeiro. Entre todos os bancos da América Latina avaliados em 2020, ficamos em primeiro lugar em 6 das 8 categorias avaliadas, e em segundo nas outras 2. Anualmente, a publicação conduz uma extensa pesquisa de opinião com analistas, gestores de investimento e executivos de instituições financeiras de todo o mundo para escolher as melhores iniciativas de relacionamento com investidores e os melhores profissionais da área em cada setor e região. **RI**