



1ª Edição (11/10/2018)

Quais são os canais de comunicação com os investidores?

Entrevistado: Geraldo Soares, Superintendente de RI do Itaú Unibanco.

Começa agora a sua imersão no mundo dos investimentos, está no ar o Investcast, o podcast do Itaú Unibanco para acionistas bem informados.

Compartilhar conhecimento está no DNA das empresas de vanguarda agora nesta era digital, não é? E é justamente esse o propósito do nosso *podcast*, compartilhar o conhecimento que o Itaú Unibanco detém. Eu sou o Cassio Politi, e tenho o prazer de apresentar essa edição de número um do Investcast Itaú Unibanco.

Cassio Politi: O nosso convidado de hoje é o Geraldo Soares, Superintendente de Relações com Investidores do Itaú Unibanco, na nossa conversa eu comecei falando com o Geraldo Soares sobre as ferramentas de comunicação que as empresas de capital aberto mantêm, por exemplo, o site.

Geraldo Soares: O site de relações com investidores é fundamental que ele tenha histórico nele. Por quê? Porque uma pessoa ela tem que conhecer a história da companhia, ela tem que conhecer a trajetória, qual é a jornada que essa companhia está fazendo. E quando ela consegue ter o histórico, um bom site de relações com investidores, a pessoa que está interessada nesse site buscar informações que ela consiga acompanhar o que a companhia fez no passado, o que ela realmente cumpriu, e quais são os pontos de projeções para o futuro, né? Para a pessoa conseguir avaliar adequadamente se ela vai investir ou não naquela ação, naquela empresa. Evidentemente o conteúdo é o principal, mas a maneira de mostrar esse conteúdo pode ser modificada, pode ser de uma forma melhorada e colocada numa linguagem, fazer uma comunicação segmentada para cada público que tem interesse na companhia. Então isso é uma necessidade hoje dos sites de relações com investidores e o nosso está indo muito nessa linha, de buscar ferramentas novas, tecnologia nova, para fornecer informações cada vez melhores, mais úteis, rápidas e adequadas para o mercado investidor.

Cassio Politi: É uma forma de criar a confiança entre o investidor e a empresa? Esse seria um principal atributo?

Geraldo Soares: Para você entender uma empresa você tem que conhecer a jornada dela, você tem que conhecer de onde ela veio, o que ela fez, qual o caminho que ela trilhou para chegar onde está né. Ela não chegou aonde ela está simplesmente aqui, "caiu do céu", certo? É uma coisa muito mais trabalhada, você tem que olhar o histórico para você entender como que ela chegou lá. E eu acho importantíssimo o histórico no sentido de você olhar o que a empresa prometeu no passado, se ela cumpriu ou não. Se ela é uma empresa que já vem cumprindo tudo o que ela tem falado com o mercado, isso é um bom sinal que ela possivelmente vai continuar fazendo isso. E isso também demonstra, o histórico da companhia, qual a importância, qual a relevância que ela tem com o mercado de capitais, com os acionistas, com os investidores. Uma companhia que tem o foco no mercado investidor ela vai dar, vai fornecer o histórico para o mercado de capitais, para os acionistas e os investidores, para ele conseguir comparar as coisas e conseguir avaliar adequadamente se ele deve ou não deve investir. Vamos lembrar que sempre a tomada de decisão de comprar uma ação, vender uma ação ou manter uma ação é do investidor, né? A tomada de decisão é sempre dele. O que um site de relações com investidores,



e o que a área de relações com investidores tem que fazer é fornecer o conteúdo adequado, o melhor conteúdo possível, o maior número de informações possível para uma boa tomada de decisão daquele investidor, de uma forma transparente, adequada e ética.

Cassio Politi: É uma era, né? De mudança muito rápida, de novidades o tempo todo. Como isso ajuda, como uma empresa de capital aberto como o Itaú pode usar isso no relacionamento com os investidores?

Geraldo Soares: Eu acho que potencializa de uma forma até exponencial. Eu acho que nós temos novas ferramentas, novos instrumentos, novas tecnologias que potencializam chegar melhor ao investidor, e fazendo ser o mais acessível possível para ele utilizar da forma que ele quiser. O *Podcast* é um bom exemplo, se você for pensar a três, quatro anos atrás não era uma ferramenta que era amplamente utilizada e hoje é uma ferramenta muito utilizada por muitas pessoas para fazerem várias atividades, para aprender algo, para ouvir uma música, enfim, ouvir uma reportagem. O *Podcast* hoje é uma ferramenta que está sendo muito utilizada pela sociedade em geral, então a área de RI tem que estar muito atenta nesse momento digital e ao mesmo tempo em que dá acessibilidade para a maneira que ele quiser utilizar a ferramenta, certo? Se o *Podcast* for realmente uma coisa interessante para o mercado investidor, ele vai poder ouvir o que ele está conversando a qualquer momento, correndo, em casa, no final de semana, enfim, ele pode fazer a qualquer momento, fazendo ginástica, na academia. E isso nos ajuda muito, eu acho que ajuda tanto nós para fazer chegar uma mensagem, como para o potencial investidor ou acionista nosso, para ele ver uma mensagem e entender o que está acontecendo com a empresa. Então eu acho que a questão digital é fundamental para a gente potencializar a comunicação e dar acessibilidade da forma que o usuário quiser.

Cassio Politi: É, hoje 25% dos americanos ouvem *Podcast* regularmente, 50% já ouviram pelo menos uma vez. Então, depende um pouco também da tecnologia tornar acessível isso, os carros populares nos Estados Unidos já saem com dispositivo de *Podcast*. Aqui a gente chega lá em poucos anos. E eu acho que aplicativos também vão nessa linha, né? Vocês tem notado muito o uso de Apps por parte do investidor para buscar informação? Não só nos aplicativos das instituições como aqueles que tratam do mercado financeiro de uma forma geral.

Geraldo Soares: Ah, sem dúvida os Apps são cada vez mais utilizados, as pessoas elas querem comodidade, querem rapidez, agilidade para acessar informação, e nós temos que dar essa acessibilidade para eles de diversas formas. Então, o nosso site, por exemplo, é um site responsivo, então eu posso ver o site no *desktop*, no *lpad*, no *mobile* né, no telefone *smartphone*, enfim, e o App é outro aplicativo, uma outra ferramenta, digamos assim, para auxiliar a pessoa a acessar onde ela quiser, da forma que ela quiser. Vamos lembrar que o App a pessoa pode baixar, ela pode estar num avião, ela pode estar em um lugar que nem tem acesso à internet, e ele pode estar olhando as informações que nós divulgamos, ou seja, estamos gerando conhecimento para a pessoa a qualquer momento estar ligada na acessibilidade que o Banco está fornecendo para ela, para ela olhar essa informação, analisar essa informação e fazer a tomada de decisão dela. Eu acho que o grande jogo aqui, as grandes palavras desse jogo, são acessibilidade por um lado né, as ferramentas que te dão a acessibilidade, e dar o potencial de chegar a informação de uma forma exponencial ao usuário. Quem vai decidir se essa ferramenta é adequada ou não é o usuário né, mas nós temos que fornecer para ele a possibilidade dele acessar dessa forma.



Cassio Politi: A gente acabou na nossa conversa aqui naturalmente indo para os canais, mas lá atrás você falou de: conteúdo né, como uma pedra fundamental de um projeto como esse. O desafio, na visão de vocês, seria o que? Manter o investidor interessado nas informações da empresa? Esse seria o grande desafio ou não?

Geraldo Soares: Uma companhia aberta no Brasil ou no exterior ela gera uma quantidade de informações inimaginável, uma quantidade gigantesca de informações, e as pessoas não têm acesso tanto à informação, a informação está disponível, mas talvez ela não esteja no formato mais adequado para as pessoas acessarem, e talvez não só no formato como na linguagem adequada. A gente gera muita informação para os órgãos reguladores, seja no Brasil, seja nos Estados Unidos. Qual que é o nosso projeto aqui? Além do conteúdo que eu já tenho nos sites, que já vai ser utilizado nesse novo site nosso, a gente tem um potencial muito grande, e esse é o projeto, de transformar essas informações mais regulatórias, mais jurídicas, mais pesadas, digamos assim, em uma linguagem um tanto quanto formal, numa linguagem mais acessível, uma linguagem mais segmentada, direcionada ao público de investidores, que ele consiga entender aquela informação de uma forma bem amigável. E isso a gente só consegue fazer tendo um conteúdo adequado, um bom conteúdo, uma boa geração de informações, que nós temos, o nosso problema é transformar esse conteúdo adequado numa informação acessível e amigável. E com a tecnologia, com todo esse desenvolvimento e com a parceria que nós estamos com a RIWeb, eu tenho certeza de que a gente vai atingir esse objetivo, possivelmente na fase dois do site, da gente estar mostrando essas informações nessa nova linguagem. Vou te dar um exemplo, se você olhar há dois anos atrás, se você fosse ler sobre a política de remuneração do Banco, era um texto "juridiquês" puro, né. Era natural que a empresa escrevesse daquele jeito, né, e sinceramente era um texto muito difícil de ser entendido por uma pessoa que não fosse ligada a recursos humanos. A gente modificou totalmente esse texto, de uma forma muito mais amigável, usamos muitas imagens, usamos infográficos para demonstrar isso, para ser uma linguagem amigável para qualquer pessoa conseguir entender, qualquer não iniciado no assunto entender aquele assunto que é complexo, não é um assunto muito simples. Ele é complexo, mas você pode demonstrar de uma outra forma, ser acessível a linguagem a qualquer pessoa entender aquele assunto que é fundamental para uma tomada de decisão se ele quer continuar ou não em uma empresa. Qual é a política de remuneração de todos os executivos da empresa, como que a empresa remunera seus executivos. É fundamental a pessoa entender isso, e a gente fez em uma linguagem totalmente diferente. Então, qual é a nossa trajetória, a jornada que nós estamos iniciando agora com o lançamento desse novo site? É transformar todo esse conteúdo complexo num conteúdo amigável, num conteúdo acessível, num conteúdo para as pessoas conseguirem entender. Não estamos transformando num conteúdo simples, não é isso, ok, mas sim um conteúdo amigável, que um não iniciado consiga entender o que está acontecendo.

Cassio Politi: A comunicação ela está em mão dupla né, eu acho que isso que mudou da fase em que provavelmente o Itaú se comunicava por meios impressos, por publicações oficiais apenas, e hoje está aí, você fala e ouve e essa é uma arte que a gente tem que dominar. Então em situações muito específicas, por exemplo, em um *split*, desdobramento de ações que é feito, como que é a reação por exemplo, numa situação dessa, estou pegando apenas uma como exemplo, mas eu sei que existem várias, como é em um *split* uma reação, e como vocês lidam com reações positivas e eventualmente adversas?



Geraldo Soares: Você fez uma consideração que eu acho fundamental. A comunicação hoje é de mão dupla, concordo plenamente com o que você está falando, né. A empresa ela tem que ser porosa, a empresa ela tem que saber ouvir o cliente e as colocações dos clientes, sejam acionistas, sejam investidores, seja qualquer tipo de pessoa que tiver interessada na companhia, a empresa tem que saber ouvir, levar isso para dentro dela, repensar e modificar alguma coisa necessariamente. Então essa mão dupla é fundamental. E nesse novo site que nós estamos divulgando, a gente está colocando ferramentas novas que só a tecnologia permite isso hoje, que a gente já está saindo um pouco, ok continua o telefone, continua e-mail, mas eu estou colocando novas ferramentas, por exemplo, uma ferramenta que nós estamos disponibilizando nesse novo site de relações com investidores é o *chatbot*. Esse *chatbot* vai permitir com que as pessoas, além do telefone, além de e-mail, além dos canais usuais de comunicação que ela tem com a área de relações com investidores, ela possa online falar com a nossa área, tirar dúvidas, esclarecer questões etc. e tal. Mas eu acho que vamos, não especificamente o desdobramento, mas pensando em Fatos Relevantes que a empresa tenha, evidentemente quando eu divulgo um Fato Relevante, isso gera decisões de comprar, manter ou vender ação da companhia com certeza, né. O Fato Relevante ele influencia de modo ponderável a tomada de decisão do investidor, do acionista, qual posição que ele vai ter em relação à ação devido a divulgação de um Fato Relevante. Então o Fato Relevante, evidentemente que nós temos que ser muito didáticos, muito amigáveis, numa linguagem muito acessível, totalmente voltado para o grande mercado. Vamos lembrar que o Itaú tem 130 mil acionistas hoje no mercado de uma forma direta, e tem mais de 1 milhão de acionistas de uma forma indireta, que são pessoas que têm, ou em fundos de investimentos - ele aplica no fundo de investimento e aquele fundo aplica no Itaú -, ou em fundos de pensão - os grandes fundos de pensão aplicam em ações -, então, se eu pegar são 130 mil acionistas que têm diretamente ações do Banco e tem mais de 1 milhão que têm indiretamente ações do Banco. Essas pessoas têm que ser informadas a todo tempo o que o Banco está fazendo e quais são as características, qual é a jornada que o Banco está fazendo daqui para a frente. Então o Fato Relevante é fundamental, e é fundamental ele ser adequadamente divulgado ao mercado. De novo, todas as ferramentas vão nos auxiliar mais ainda a chegar nesse mercado investidor, dando acessibilidade para ele, dando informação para ele, para ele tomar a decisão de uma forma adequada.

Cassio Politi: Para a gente fechar, Geraldo, eu gostaria que você explicasse um pouco da remuneração aos acionistas, como é feito no Itaú, se repassa os lucros, né, que eu acho que isso é natural, uma pergunta até óbvia, mas também sobre os juros sobre o capital próprio, como é que o Itaú tem atuado em relação a isso.

Geraldo Soares: O Itaú, isso é uma pergunta bem interessante, porque o Itaú ele, em 2016 a gente alterou a nossa política de investimentos, a política de remuneração aos acionistas. Nós colocamos como regra básica que 35% do lucro do Banco vai ser distribuído no mínimo, e não existe máximo. Ou seja o que significa isso, significa que o Banco pode distribuir quase 100% do lucro, se assim for. E ele colocou, quando nós divulgamos isso via Fato Relevante, quando nós divulgamos essa nova política de remuneração, de pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio para os nossos acionistas, nós divulgamos que tudo ia depender de duas variáveis: o crescimento da Companhia, quer dizer, se o Banco está emprestando mais, dando mais crédito, se a economia brasileira está crescendo e o Banco crescendo a quantidade de empréstimos, ele vai pegar essa parte do capital e vai aplicar nos empréstimos evidentemente. E em relação à gestão de capital, eu não vou entrar em detalhes aqui, que é meio complexo, mas



aí são duas variáveis importantes que nós estamos considerando que são o crescimento da Companhia e a gestão de capital do Banco. Para você ter uma ideia, em 2016 nós distribuimos 45% do lucro em dividendos e juros sobre capital próprio, em 2017 nós distribuimos 71% do lucro líquido do Banco na forma de dividendos e juros sobre o capital próprio, no ano de 2017, para falar em termos de valor, não em percentual, foram R\$ 17,6 bilhões de pagamentos para os nossos acionistas em dividendos e juros sobre capital próprio. O que é que o Banco está dizendo? O Banco está dizendo o seguinte para os acionistas: se eu tiver um excesso de capital, se eu gerar mais resultado do que eu preciso, eu vou distribuir esse excesso para os meus acionistas. Foi isso o que o Banco divulgou em 2016 e fez com que a gente pagasse esse *quote* de 45% do lucro em um ano e 71% no ano seguinte, sendo uma das empresas que mais distribuiu dividendos e juros sobre capital próprio no mercado brasileiro. Na verdade, o ano passado, o ano de 2017, a empresa que mais distribuiu dividendos aqui foi o Itaú Unibanco. É uma política que continua, vamos prosseguir com essa política, o Banco continua gerando excesso de capital, esse ano já pagamos para os nossos acionistas em dividendos e juros sobre capital próprio R\$ 5,3 bilhões, só no primeiro semestre de 2018, e essa política prosseguirá no Banco nos próximos anos. Então, é fundamental essa política para o acionista saber como que a gente está remunerando ele, qual que é a maneira que a gente vai remunerar ele, né, e hoje nós temos como eu te disse o mínimo é 35% do lucro, e o máximo, não há máximo, vai depender do crescimento da Companhia.

Cassio Politi: Geraldo, muito obrigado por disponibilizar um pouco do seu tempo e muito do seu conhecimento aqui, que é extremamente valioso para acionistas e interessados no mercado de capitais de uma forma geral, obrigado então por nos receber aqui.

Geraldo Soares: Eu que agradeço, acho que o *Podcast* é uma oportunidade que a gente vai utilizar, essa ferramenta a gente vai utilizar muito nos próximos anos, nos próximos trimestres, para divulgar informações e vamos utilizar inclusive para educação financeira também, para os nossos interessados no Banco Itaú. Essa é a política do Banco, a educação financeira é uma coisa muito importante para o Banco, e a gente pretende utilizar essa ferramenta para potencializar cada vez mais, ajudar no conhecimento, ajudar no acultramento da população e das pessoas interessadas.

Cassio Politi: Nesta edição de hoje, número um do Investcast Itaú, nós conversamos com o Geraldo Soares, Superintendente de Relações com Investidores do Itaú Unibanco. Eu espero você nos próximos programas. Até lá!