



case

**Todos pela Saúde:
Itaú Unibanco assume
protagonismo nacional
no combate à covid-19**

Prêmio Excelência e Inovação em PR
Troféu Jatobá PR 2020

contexto

O Itaú Unibanco é o maior banco privado do Brasil e uma das maiores empresas do mundo em ativos e valor de mercado.

são
95 anos de história,

emprega mais de
90 mil colaboradores

e tem
55 milhões de clientes
em todo o País, estando direta ou indiretamente presente na vida de grande parte da população brasileira.

Mas seus objetivos vão muito além de oferecer serviços bancários de qualidade e gerar valor para seus mais de 240 mil acionistas diretos. A organização entende ser um agente de transformação e atua para ser líder em performance sustentável e em satisfação de clientes, gerando impacto positivo para todas as pessoas com quem se relaciona e para a sociedade como um todo.

Diante dos desafios trazidos pela covid-19 e da crise humanitária sem precedentes gerada pela pandemia, o banco criou em tempo recorde o Todos pela Saúde, uma aliança para ajudar a enfrentar a doença e seus efeitos perversos, sociais e econômicos, sobre a sociedade brasileira.

A iniciativa foi aprovada por unanimidade pelo conselho de administração do Itaú e contou com a doação, pelo banco, de

R\$ 1 bilhão

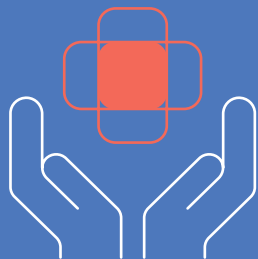
maior quantia já destinada por uma organização privada a uma causa social na história do capitalismo brasileiro.

A esse valor, foram somados mais R\$ 200 milhões doados pelas famílias dos principais acionistas do banco.

Nas palavras de seu presidente, Candido Bracher, o Itaú Unibanco nasceu e cresceu no Brasil, e nenhuma empresa pode ser melhor do que o país onde ela atua.

“O Brasil é a nossa casa e precisamos cuidar dela”

O Todos pela Saúde reuniu notáveis na área de saúde, sob liderança de Paulo Chapchap, doutor em clínica cirúrgica pela Universidade de São Paulo e diretor-geral do Hospital Sírio-Libanês, com autonomia para decidir sobre a destinação dos recursos doados pelo banco. O desenho dessa organização foi pensado para que as decisões estratégicas do comitê pudessem ser respaldadas pelas melhores premissas técnicas e científicas, em benefício da saúde pública, prioritariamente.



integrantes do Todos pela Saúde:



paulo chapchap

Diretor-geral do hospital Sírio Libanês, formado pela Faculdade de Medicina da USP e Doutor em Clínica Cirúrgica



pedro ribeiro barbosa

Diretor-geral do Instituto de Biologia Molecular do Paraná, Professor e Pesquisador da Fiocruz



maurício ceschin

Ex-Diretor-presidente da ANS e médico gastroenterologista formado pela Faculdade de Medicina de Santo Amaro



eugênio vilaça mendes

Consultor do Conselho dos Secretários de Saúde



drauzio varella

Médico oncologista, formado pela USP, cientista, escritor e ex-diretor do serviço de imunologia do Hospital do Câncer



sidney klajner

Presidente do Hospital Albert Einstein, cirurgião do aparelho digestivo e coloproctologia e mestre pela Faculdade de Medicina da USP



gonzalo vecina neto

Fundador da ANVISA, professor da Faculdade de Saúde Pública da USP e consultor em saúde pública

Inédita pela grandiosidade financeira e de propósitos, bem como pela tempestividade com que foi decidida, a doação foi um marco na história da filantropia no País. Materializou em ação os valores da organização, inspirando outras empresas e pessoas físicas a assumirem parte também da responsabilidade no enfrentamento da pandemia.

Mas o desafio de comunicar essa iniciativa para a sociedade não era pequeno.

A despeito do ineditismo, a mídia sempre foi – e ainda é – tradicionalmente avessa a mencionar marcas em contexto positivo (especialmente a eletrônica). Conseguimos romper essa barreira, conquistando exposição e reconhecimento à altura da doação.

a atuação do Todos pela Saúde se dá por meio de quatro eixos:



informar

campanhas de incentivo ao uso de máscaras; orientação da população para higiene das mãos e etiqueta da tosse; valorização das iniciativas de solidariedade da sociedade civil.



cuidar

apoio aos gestores públicos estaduais e de grandes municípios na estruturação de gabinetes de crise; capacitação e apoio aos profissionais de saúde em melhores práticas, protocolos e terapêuticas; uso de telemedicina para monitoramento de casos e apoio aos profissionais de saúde; ampliação da capacidade e eficiência em estruturas hospitalares referenciadas; compra e distribuição de insumos estratégicos, além da mobilização de equipamentos e recursos humanos.



proteger

mapeamento das necessidades mais urgentes de Estados e Municípios para doação de equipamentos de proteção individual e testagem para profissionais de saúde; testagem populacional para orientar ações de saúde pública.



retomar

colaboração para o desenvolvimento de estratégias visando a um retorno seguro às atividades sociais e programas de monitoramento da população com risco elevado.

estratégia

Empregando no esforço de combate à covid-19 as mesmas premissas que norteiam o dia-a-dia do negócio – como ética, transparência, agilidade para tomar decisões, gestão responsável e performance sustentável –

o Itaú anunciou o lançamento do **Todos pela Saúde** com foco claro na saúde pública,

mudando o eixo dos debates sobre o papel do setor privado na crise e posicionando o banco como grande protagonista da cidadania corporativa.

A iniciativa envolveu colaboradores do banco de áreas diversas, numa frente ampla de trabalho reunindo **profissionais de relações públicas, relações governamentais, relações institucionais, tecnologia, marketing, logística, finanças, compras e jurídico.**

Todo esse time multidisciplinar ajudou a colocar a iniciativa de pé e a viabilizar a operação, além de ter atuado também como agente multiplicador, a partir de um discurso único e alinhado, sob coordenação da área de Comunicação Corporativa.

A comunicação teve início com o engajamento de formadores de opinião e participação direta da alta liderança e principais acionistas do banco.



Exame
Itaú: primeira responsabilidade das empresas é cuidar do País

Folha de S. Paulo
Itaú prepara doação de R\$ 1 bilhão para combater coronavírus



Estadão
O Itaú Unibanco vai doar R\$ 1 bilhão para combater o novo coronavírus



O Globo
Fundo de R\$ 1 bi do Itaú apoiará ações de estados e municípios no combate ao coronavírus

Valor Econômico
Itaú doa R\$ 1 bilhão e cria frente de combate ao coronavírus

Durante a coletiva, os especialistas responsáveis por conduzir a iniciativa deram explicações detalhadas sobre as prioridades de ação, reforçando o caráter emergencial do Todos pela Saúde em meio a uma crise humanitária gravíssima e que exigia a colaboração de todos, especialmente daqueles que têm mais condições de ajudar.

O Todos pela Saúde foi assunto de capa durante 3 dias consecutivos nos principais jornais brasileiros, com repercussão também em mídia internacional.

A coletiva teve participação de **58 jornalistas** de todas as plataformas de mídia e regiões do País, com transmissão ao vivo pelo Youtube (pico de 9.800 pessoas conectadas) e redes sociais, **levando a marca Itaú a um dos Trending Topics do Twitter.**

O lançamento para o público se deu, inicialmente, por meio de uma coletiva de imprensa online que reuniu o presidente do Itaú e todos os 7 integrantes do comitê diretivo do Todos pela Saúde, no dia 13/04. Na véspera, uma nota publicada na coluna de Elio Gaspari na Folha de S. Paulo, sob o título **“Itaú dá o exemplo”**, antecipava o anúncio do que seria “a maior iniciativa filantrópica já ocorrida no Brasil” e que ficaria “gravada na história da pandemia”, para “orgulho” dos fundadores do banco.



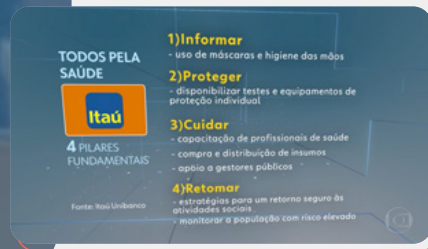


O Todos pela Saúde foi protagonista do quadro em sua estreia, nacionalmente, ocupando 4 minutos e 42 segundos no ar, num total de 11 minutos e 24 segundos de duração total do quadro em sua estreia. A exposição também se deu na versão regional no Amazonas, um dos Estados mais atingidos pela pandemia. A orientação editorial conquistada no Jornal Nacional foi estendida aos demais telejornais da TV Globo, bem como à programação do canal GloboNews e demais plataformas jornalísticas do grupo.

Vale enfatizar, ainda, a notoriedade que o **Jornal Nacional** dispensou à iniciativa: *pela primeira vez, o telejornal de maior audiência da TV brasileira quebrou um rigoroso protocolo editorial de não divulgar marcas privadas e reconheceu o nome Itaú pela grandeza de sua doação*, abrindo um precedente histórico para que outras companhias fossem depois também reconhecidas por suas ações sociais em um quadro novo – o **Solidariedade S.A.**, que ganhou da emissora versões nacional e regionais.



Meio & Mensagem
**Globo muda regra editorial e
exibe marcas no Jornal Nacional**



**Clique aqui para
assistir a matéria.**

linha do tempo com ações de comunicação



As ações de sustentação envolveram, a partir de então, o uso coordenado de múltiplas ferramentas, canais e plataformas para comunicação com diferentes públicos, com grande capilaridade.

Um dos recursos bastante usados foi o “rádio release”, veiculado em milhares de rádios comunitárias em todo o Brasil, levando comunicação às pessoas mais vulneráveis e com menos acesso à informação.

Por meio ainda de comunicados internos e externos, press releases, coletivas de imprensa, entrevistas exclusivas, vídeos, videoconferências, ações em redes sociais e com influenciadores, uso de canais próprios e criação de um site próprio, além de publicidade, estabelecemos um diálogo permanente e transparente com colaboradores, clientes, parceiros, imprensa, poder público e sociedade em geral.

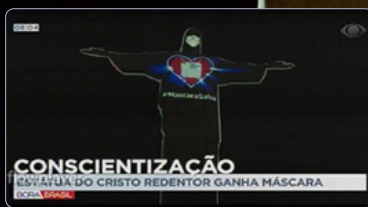
Na **esfera pública**, estabeleceu-se amplo contato com representantes do poder executivo nos níveis federal, estaduais e municipais em todo o País (governadores, prefeitos, secretários de saúde e outras autoridades) para união de esforços no combate à propagação do vírus e no socorro à população que contraiu a doença.

A comunicação com o **público interno** ganhou frequência inédita: o banco passou a divulgar vídeos semanais de seu presidente, já a partir do início da pandemia, e boletins diários sobre as ações do Todos pela Saúde em andamento.

O Globo
Cristo Redentor 'usa' máscara como conscientização contra o coronavírus

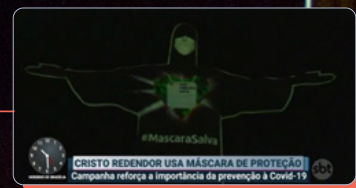
AFP
Brazil's Christ the Redeemer gets a facemask

Rede Bandeirantes



Reuters
Rio's Christ the Redeemer lit up to call for wearing masks

SBT



CNN Brasil



Los Angeles Times
Coronavirus live updates: Reopening will begin this week, Newsom says

Em outras frentes, foram veiculadas também **campanhas (mídia paga) institucionais** e de conscientização da sociedade para o uso de máscaras, com engajamento de influenciadores de grande alcance (como os cantores Roberto Carlos e Ivete Sangalo, entre outros), além de ações de ativação com ampla repercussão em mídia espontânea, a exemplo da projeção que cobriu com uma máscara o nariz e a boca do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro – o acontecimento mereceu capa do Los Angeles Times, menções de destaque na CNN Internacional, NBC News e nas principais emissoras de TV no Brasil.

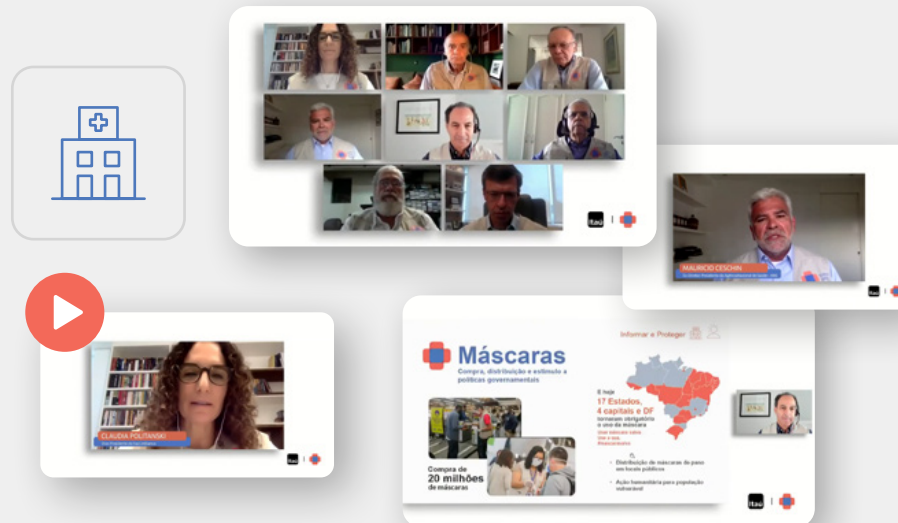
O Itaú foi também o primeiro a lançar logo com máscara nas redes sociais, no que foi seguido por outras grandes empresas brasileiras. A campanha liderada pelo banco ajudou a promover um amplo e intenso movimento que culminou com a obrigatoriedade do uso em todo o Brasil.

The Guardian
Rio's Christ the Redeemer statue is lit up as if wearing a protective mask. The message "Mask saves" is written in Portuguese

The Telegraph
Christ the Redeemer gets a face mask

Desde o seu lançamento, o Todos pela Saúde presta contas publicamente à sociedade sobre a destinação dos recursos. Essas informações são disponibilizadas para a opinião pública por meio de um site próprio (www.todospelasaude.org) e de comunicações sistemáticas para a imprensa.

Exatos 30 dias após o anúncio oficial da iniciativa, uma **segunda coletiva** foi organizada, mais uma vez com a presença de todos os seus 7 integrantes e também da vice-presidente do banco, para detalhamento das ações até então realizadas (dados quantitativos sobre doações de EPIs e equipamentos hospitalares por região, hospitais públicos beneficiados, testagens, doações para pesquisas, entre outras ações).



A força do chamado de solidariedade, a legitimidade do seu conselho de notáveis e a credibilidade associada ao Todos pela Saúde já em sua origem **dominaram a atenção da mídia e mobilizaram a opinião pública, estimulando doações adicionais de pessoas físicas e a adesão ao programa de outras empresas e organizações, como Accenture, Alpargatas, Braskem, Coteminas, Falconi e Magazine Luiza.** Da mesma forma, e ainda como consequência de uma comunicação efetiva e sobretudo empática, o Todos pela Saúde conseguiu angariar apoio também de influenciadores orgânicos – como Caco Ciocler e Luciano Huck.

Iniciado em meados de abril, o Todos pela Saúde já havia empenhado cerca de 80% de sua verba no primeiro mês de atuação, e continua trabalhando para ajudar a identificar e suprir necessidades mais imediatas de hospitais da rede pública em todos os Estados brasileiros.

e deixará um legado relevante para o sistema:



transferência de conhecimentos de gestão

que ajudaram a aprimorar a capacitação dos profissionais de saúde do SUS.



desenvolvimento de aplicativo

que permite aos hospitais da rede pública ter controle apurado de leitos de UTI e EPIs, além de ajudar no diagnóstico mais ágil da covid-19.



criação de dois centros de processamento de testes moleculares para a detecção do novo coronavírus

em parceria com a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), no Rio de Janeiro e Fortaleza, que, juntos, terão capacidade de processar até 25 mil teste por dia – futuramente, esses centros poderão ser utilizados para a detecção de outras doenças.

investimento

Em razão da complexidade do projeto e do esforço de comunicação que precisou ser realizado especialmente no primeiro mês do Todos pela Saúde, foi criada uma força-tarefa para trabalhar com 100% de foco na iniciativa. Esse grupo de trabalho foi responsável por desenvolver as ações de comunicação, relações públicas e de relacionamento com a imprensa, e era composto por uma equipe dedicada e multidisciplinar da agência Weber Shandwick, que apoiou a área de Comunicação Corporativa do Itaú Unibanco entre os meses de abril a junho.



R\$ 322.000,00
(trezentos e vinte e dois mil reais)

resultados

cerca de

947 matérias publicadas*

em 5 meses e meio
- do lançamento
em 12/04 até 25/09



(*) Exposição conquistada em imprensa nacional e internacional (impressos, web, rádio e TV)

Do total de publicações no período:

26,4%
foram matérias inteiras sobre o tema



e em **52,7%**
o TPS recebeu citações relevantes



reconhecimento de políticos, concorrentes e formadores de opinião



Vera Magalhães ✓
@veramagalhaes • 13 de abr

Uma tremenda iniciativa. Maior doação filantrópica já feita no Brasil. Que os concorrentes também lancem as suas.



Itaú @itau • 13 de abr

O Itaú Unibanco nasceu e cresceu neste país. Por isso, não descansaremos enquanto não derrotamos a pandemia. Veja a live com participação do nosso presidente Candido Bracher no dia 13/04 às 10h em nosso canal no YouTube.

62,3%
de menções positivas em redes sociais



Santander Brasil
Nosso reconhecimento ao Itaú Unibanco no combate à covid-19.

NOSSO RECONHECIMENTO

"O anúncio feito hoje pelo Itaú, da criação de um fundo dedicado ao combate à covid-19, é uma notícia a ser celebrada por toda a sociedade. A cada dia fica mais claro que a pandemia em curso é um desafio que só será superado a partir de muita solidariedade, e que a atuação das grandes empresas, incluindo os bancos, é parte importante na construção de medidas que nos ajudem no curto prazo. É essa visão de comunidade, e da participação de voluntários, que tem pautado também a atuação do Santander nos locais onde estamos presentes, seja no Brasil ou nos maiores países da Europa, da América Latina e nos Estados Unidos. Este é um desafio de solidariedade, de comunhão, de valorização, de fazer, de doar. Trabalhar juntos para evitar o desemprego em escala é igualmente importante. Temos uma grande necessidade à frente e os aportes vistos até agora deverão persistir, respeitando-se a capacidade de cada empresa de avançar".

Sérgio Rial, presidente do Santander Brasil



Randolfe Rodrigues ✓
@randolfeap • 23 de mai

Acabaram de chegar ao Aeroporto de Macapá Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) encaminhados pelo Fundo Itaú Unibanco, através do movimento Todos Pela Saúde. Nossos agradecimentos ao Dr. Paulo Chapchap!



Luciano Huck ✓
@LucianoHuck • 12 de abr

Venho falando da cultura de doação, que a solidariedade deve ser mais contagiosa que o vírus. O Itaú Unibanco anunciará uma doação de R\$ 1 bilhão p o combate à Covid-19. Será a maior iniciativa filantrópica já ocorrida no Brasil. Ganham a ciência, a saúde pública e todos nós.