

ITAÚ UNIBANCO

conclui migração e clientes passam a ter rede integrada de atendimento



Antes mesmo de completar dois anos da maior fusão do sistema financeiro brasileiro, o Itaú Unibanco concluiu em outubro a integração de toda sua base de atendimento pelo Brasil. No total, mais de 1.200 pontos do Unibanco foram migrados, criando uma rede de quase 5 mil unidades em todo o País, todas com a marca Itaú. O trabalho foi realizado em seis meses e chegou a ter 500 obras simultâneas/mês. Nesse período, a comunicação com os mais de 4 milhões de correntistas foi intensa. Informações detalhadas sobre os novos dados de conta corrente, senhas, produtos e canais de atendimento foram enviadas com pelo menos um mês de antecedência à mudança.

“Tenho muito orgulho de completar a integração das agências nesse período. Essa conquista é resultado do esforço de cada um dos nossos 106 mil colaboradores, que contribuíram para que essa grande operação fosse concluída em tempo recorde. E quem se beneficia são os nos-

sos mais de 40 milhões de clientes, que ganham uma rede totalmente integrada e com forte capilaridade”, celebra Roberto Setubal, presidente do Itaú Unibanco.

Mais do que integrar a rede de atendimento, o Itaú Unibanco se lançou no desafio de criar um novo conceito de atendimento. Em agosto de 2009 foi feito um piloto de migração em quatro agências e, em dezembro do mesmo ano, foi contratada a consultoria inglesa Allen, uma das líderes mundiais especializadas em branding e design.

“A missão era desenvolver um novo conceito de atendimento para as agências, algo que unisse pontos positivos dos dois lados, agregando modernidade, transparência e proximidade, sempre com foco na satisfação dos nossos clientes”, afirma Geraldo Carbone, vice presidente do Itaú Unibanco. “Este novo modelo também serviu para o teste de um conjunto de novas aplicações de tecnologia a serviço do cliente, que agora serão gradualmente expandidas para toda a rede”. Esse



novo conceito de atendimento será implementado na expansão das agências e, também, em centenas delas que serão reformadas em 2011.

2 anos de fusão

O tamanho da fusão, por si só, já trazia desafios de grande porte. O negócio criou uma organização líder em uma série de negócios, como private bank, cartões, banco de investimento, financiamento de veículos. “Mais que atuar sob esta nova perspectiva, tínhamos um compromisso com a integração das culturas, a preservação das melhores práticas, a motivação dos colaboradores e, principalmente, o cuidado com o cliente. Ao mesmo tempo em que desenhamos o novo conceito, nos esforçamos para garantir uma transição segura, consistente e que já traduza os benefícios que a consolidação de uma operação desta envergadura traz e ainda trará”, afirma Setubal. A fusão foi anunciada em 3 de novembro de 2008. Já em janeiro do ano seguinte, a integração começou com os caixas eletrôni-

cos, que passaram a se comunicar e oferecer operações aos clientes dos dois bancos. Logo em seguida, as tarifas foram unificadas pelo menor valor e em março de 2009 foi decidido um cronograma para início das migrações. A partir daí, inúmeras áreas do banco foram envolvidas para garantir que os correntistas do Unibanco pudessem realizar todas as suas operações usuais normalmente em meio ao processo de migração. A partir desse plano, o ritmo da migração aumentou. Ao longo desse período, foram migradas agências em 25 Estados mais o Distrito Federal e as equipes do banco trabalharam em mais de 300 cidades pelo Brasil. “Em toda essa operação mobilizamos mais de 650 fornecedores e, com isso, contribuimos também para o desenvolvimento do País por meio da geração de empregos diretos e indiretos. Foram 150 construtoras, mais de 1,6 mil pessoas envolvidas somente em logística e transporte”, comenta Carbone.

A área de Tecnologia trabalhou com uma equipe de 6 mil pessoas, em cerca de 2.500 projetos, adaptando sistemas e infra-estrutura. Os trabalhos consumiram mais de 3 milhões de horas de trabalho – pessoal interno e empresas parceiras. Foram contratados 3.100 novos circuitos de comunicação, para dar maior capacidade no suporte a integração de agências, postos de atendimento bancário e caixas eletrônicos. Os centros de processamentos de dados foram integrados no início de 2009, modernizados nestes dois anos e, quando comparados a 2008, têm capacidade de processamento 65% maior e 25% a mais em número de servidores.

O reconhecimento desse esforço também se dá pelo mercado. Apesar do foco na migração e seus desdobramentos, o banco se manteve no Índice Dow Jones de Sustentabilidade, sendo o único da América Latina presente em todas as 11 edições. Outro forte indicador, o valor de mercado do banco cresceu 79%, passando de R\$ 108 bilhões ao

final de dezembro de 2008 para R\$ 193,3 bilhões em 18/10/2010, o que o mantém como 10º maior banco do mundo. Desde o anúncio da fusão até este mês, a ação do Itaú Unibanco em bolsa (ITUB4) valorizou 100,9%, contra 89% do Ibovespa.

Jovens elegem Itaú Unibanco como uma das empresas dos sonhos para trabalhar

Pelo terceiro ano consecutivo, o Itaú Unibanco foi apontado por jovens de todo o Brasil como uma das Empresas dos Sonhos para se trabalhar. O banco foi a única instituição financeira que figurou entre as dez primeiras posições no ranking da pesquisa realizada pela Companhia de Talentos, consultoria especializada em programas de estágios e trainees no Brasil e América Latina, em parceria com a NextView e a TNS.

Durante todo o mês de abril, mais de 35 mil universitários e recém-formados de todo o país responderam à nona edição da enquete e citaram, espontaneamente, 2.500 empresas, de todos os segmentos, elegendo as mais atraentes. “O levantamento realizado pela Cia. de Talentos é uma referência. Estar consecutivamente entre as favoritas demonstra que o Itaú Unibanco está sendo reconhecido pelo mercado por seu modelo de atração, gestão, desenvolvimento e retenção de talentos”, afirma Adriano Lima, Diretor de Gestão Corporativa de Pessoas do Itaú Unibanco.

Para alcançar este patamar, a instituição aposta em ferramentas como indicadores e metas de performance, educação corporativa, parcerias com renomadas instituições de ensino e envolvimento direto de subordinados com os gestores. “Buscamos conhecer os nossos colaboradores para aprimorar as competências técnicas e comportamentais de cada um e permitir que eles contribuam com o nosso negócio de forma plena. Um plano de carreira

baseado em autodesenvolvimento é um diferencial que atrai talentos e garante vantagem competitiva para o banco”, observa Lima.

Isso vai ao encontro do que os entrevistados almejam. Entre os fatores apontados como motivos de escolhas das empresas dos sonhos estão bom ambiente de trabalho, desenvolvimento profissional, qualidade de vida, crescimento profissional e boa imagem no mercado. Outro dado interessante revelado pela pesquisa promovida pela Companhia de Talentos é o aumento do interesse pela atuação no mercado financeiro, que saltou da quinta para a terceira posição entre os segmentos favoritos.

E nesse cenário o Itaú Unibanco se destaca também por seus sólidos programas de treinamento, benefícios e remuneração meritocrática, que ajudam os seus colaboradores a se manterem motivados e comprometidos. “Cerca de 40% do nosso quadro de funcionários é composto por profissionais da Geração Y. Confiamos no potencial deles e valorizamos as idéias inovadoras que nos propõem, pois sabemos que eles vão nos ajudar a impulsionar o crescimento do banco, especialmente no mercado internacional”, conclui Lima.

Itaú inova na web e cria rede social para empresários

Utilizadas por mais de 65% dos usuários de internet, as redes sociais se consolidaram como uma ferramenta de relacionamento. De olho nesse potencial, o Itaú desenvolveu a Comunidade Empresas, ferramenta digital voltada para empresários que tem como objetivo criar um ambiente colaborativo entre empresas de diferentes portes, segmentos e setores.

A Comunidade Empresas será aberta a todo o público – independentemente de ser cliente do banco – e estará no ar para os clientes Empresas do Itaú a partir de 30 de novembro. Empresários que não

são clientes poderão acessar mediante convite de algum cliente (via Comunidade) ou convite de um gerente comercial do Itaú. A ferramenta fomentará a troca de experiências, tendências, melhores práticas e cases de sucesso entre o público empreendedor, além de ser um meio para gerar novos negócios entre os participantes. A troca de conteúdo entre empresários de todo o País se dará por meio de fóruns, comunidades segmentadas e espaço para contar a trajetória de seu negócio. O ambiente também terá conteúdo sobre temas gerais relacionados ao mundo dos negócios, mercado financeiro e empreendedorismo, além de disponibilizar espaço para tirar dúvidas com especialistas do Itaú.

“Ao disponibilizar a ferramenta ao público empresarial, o Itaú tem a intenção de provocar a colaboração dos participantes, o surgimento e a disseminação de idéias e práticas vencedoras e inovadoras, além de possibilitar a concretização de negociações e disponibilizar conteúdo de interesse para os participantes”, afirma João Carlos Borduqui, superintendente da área Empresas do Itaú.

A iniciativa, inovadora para o mercado brasileiro, não segue apenas uma tendência mundial como também está alinhada com os valores da instituição financeira, que tem como foco auxiliar os seus clientes na sustentação do seu negócio. Para isso, o conteúdo disponível na Comunidade Empresas será produzido por empresários que são referência em diferentes setores, como turismo, saúde, franquia, construção civil, educação, entre outros, por especialistas de mercado e por executivos da instituição.

Itaú Unibanco ocupa 1º lugar em ranking de transparência entre empresas listadas no Ibovespa

Pelo 4º ano consecutivo, o Itaú Unibanco se destacou como a empresa mais transparente do

Ibovespa, de acordo com a 4ª edição do Estudo e Ranking Anual, elaborado pela Management & Excellence (M&E). Esse é o resultado do desempenho nos 123 critérios objetivos que compõem o estudo, divididos em três áreas: Responsabilidade Social Corporativa, Governança Corporativa e Gestão Sustentável.

“Esse é mais um ranking que comprova nosso foco na performance sustentável, contribuindo para gerar ainda mais valor aos nossos clientes e acionistas”, afirma Alfredo Setubal, vice-presidente e diretor de Relações com Investidores do Itaú Unibanco.

O banco obteve índice de 95,93% dos critérios atendidos e já havia ocupado a primeira colocação em 2007, 2008 e 2009. A Itaúsa, por sua vez, ocupa este ano a 2ª colocação no Ranking, com índice de 95,12%.

O setor financeiro foi o que apresentou, como nos anos anteriores, a maior média setorial. É um setor que se diferencia dos demais pela qualidade na divulgação de informações e canais disponíveis. De acordo com estudo da M&E, apesar de apresentar relatórios extensos, o que é uma característica dos relatórios de maneira geral, é muito fácil ter acesso às informações e dados sobre as empresas. Todos os bancos que compõem a carteira do Ibovespa validaram o questionário e participam do Ranking.

Sobre o Ranking

Por meio do método Facts Only, as 55 empresas do Ibovespa foram avaliadas em 123 critérios extraídos de alguns indicadores nacionais e internacionais tais como a *Global Reporting Initiative* (GRI), ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), DJSI (Dow Jones Sustainability Index), entre outros, divididos em três áreas:

responsabilidade social corporativa (RSC), governança corporativa (GC) e sustentabilidade. De acordo com a atualização da metodologia, este ano, foram incluídas no Ranking apenas as empresas que devolveram o questionário devidamente validado.

Sobre a MANAGEMENT & EXCELLENCE

Fundada em 2000, em Madri, na Espanha, atua desde 2007 em São Paulo. É referência na América Latina na avaliação dos níveis de sustentabilidade das empresas, através da elaboração de Ratings de Sustentabilidade, estudos setoriais, educação executiva (parceria IBMEC), consultoria e ROS® – Return on Sustainability, índice de medição de retorno financeiro.

Euromoney elege Itaú Unibanco como melhor banco do Brasil e da América Latina

O Itaú Unibanco foi reconhecido pelo *Euromoney Awards for Excellence* como a melhor instituição financeira da América Latina e como o melhor banco do Brasil. Esta foi a décima segunda vez que a publicação, considerada uma das mais importantes do segmento financeiro em todo o mundo, apontou o banco como o principal do mercado brasileiro, e a terceira vez que o escolheu como o favorito da região.

A premiação, concedida anualmente pela revista britânica *Euromoney*, foi realizada no dia 8 de julho em Londres, e reuniu cerca de 450 executivos do setor. Desde 1992, a revista promove o prêmio a destaca as melhores instituições financeiras, distribuídas em categorias globais e regionais, com base em dados como rentabilidade, crescimento e eficiência, resultados, transparência e

inovação nos mercados em que atuam. “Ser reconhecido pela *Euromoney* durante todos esses anos nos enche de orgulho e aumenta ainda mais a nossa responsabilidade. Continuaremos focados na performance sustentável dos negócios e na satisfação dos clientes, sem perder de vista nosso compromisso com o desenvolvimento do País e de importantes mercados da América Latina onde temos redes de agências como Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai”, afirma Zeca Rudge, vice presidente do Itaú Unibanco.

Itaú lança fundo atrelado à inflação e com estratégia diferenciada

O Itaú lançou em dezembro produto inédito, com estratégia diferenciada. Trata-se do Itaú Estratégia Macro FI Renda Fixa, fundo que se posiciona em “inflação implícita”, resultado da diferença entre a taxa de juros dos títulos prefixados e o juro dos papéis corrigidos por índice de preços. O gestor tem a opção de ficar comprado em inflação quando tiver expectativa positiva para este mercado e, caso contrário, tem exposição ao CDI. O fundo busca, por análise de variáveis macroeconômicas, oportunidades advindas das diferenças de expectativas de inflação.

“O produto é ideal para diversificação de investimentos, já que possui estrutura diferente dos demais fundos da prateleira de Renda Fixa”, explica Ronaldo Patah, Superintendente de Renda Fixa do Itaú Unibanco. “É indicado a clientes que tenham tolerância a risco de mercado e buscam retorno superior ao CDI”, completa.

Distribuído apenas no segmento Private e para clientes institucionais, o Itaú Estratégia Macro FI Renda Fixa possui taxa de administração de 0,3% ao ano e taxa de performance de 30% do que exceder 100% do CDI. A aplicação inicial é de R\$ 50.000,00.