



12º Edição (08/01/2020)

Qual é a importância da centralidade no cliente?

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.

Esta é a edição de número doze do Investcast Itaú Unibanco, o meu nome é Cassio Politi, e hoje ao lado do Geraldo Soares, Superintendente de Relações com Investidores, nós vamos falar da centralidade no cliente. Geraldo é um prazer ter você aqui, obrigado por participar novamente.

**Geraldo Soares:** Oi Cassio, é um prazer estar aqui.

**Cassio Politi:** Geraldo, nós vamos falar hoje do Itaú Unibanco como um banco universal né, e um tema muito trabalhado, aqui muito abordado é a centralidade no cliente. O Banco tem hoje 55 milhões de clientes. Como faz pra atender a toda essa demanda?

**Geraldo Soares:** Nós somos um banco universal, que atende a todos os segmentos de clientes por meio de uma oferta completa de produtos e serviços financeiros. Eu acho que é importante frisar que nesses 55 milhões de clientes, inclui desde pessoa física até pessoa jurídica, idades que variam de 18 a mais de 80 anos de idade, desde baixa renda ao segmento *private*, desde microempresa às grandes corporações brasileiras, temos operações no Brasil e no exterior, que são atendidos tanto por canais físicos, como por canais digitais, remotos.

**Cassio Politi:** Então, é disso que eu queria que você falasse um pouquinho mais, como que o Itaú chega então a tantos clientes, a tantos perfis, por tantos canais?

**Geraldo Soares:** A gente oferece canais para os nossos 55 milhões de clientes das mais diversas formas, Cassio, ou seja, desde modelos físicos, agências físicas, temos caixas eletrônicos, temos atendimento via telefone, via internet, temos digital, inclusive agências digitais. Ou seja, o Banco ele é muito complexo, ele tem uma quantidade tanto de segmentos que nos acessam, nossos clientes são dos mais diversos segmentos, e temos todos os canais de comunicação com os nossos clientes de todos os tipos nós oferecemos também para os nossos clientes. Tão complexo quanto a segmentação de clientes são os canais que nós colocamos à disposição. Inclusive com parcerias com varejistas, grandes varejistas brasileiros, e plataformas abertas, que a gente começou a trabalhar recentemente, há alguns anos, onde nós oferecemos produtos e serviços, sejam de investimento ou sejam de seguros, confeccionados fora do Itaú. Então o Banco é muito complexo, primeiro ele tem uma quantidade de clientes muito grande, e para isso ele precisa também ter uma complexidade na forma, no canal de atendimento dessa gama de clientes diferenciados.

**Cassio Politi:** Eu imagino que o perfil também seja muito heterogêneo, como você já mencionou. De que forma é possível atender tantos perfis diversificados, mais especificamente, via canais digitais, Geraldo?

**Geraldo Soares:** O que nós estamos aprendendo, e aí que começa a questão da gente falar mais na centralidade do cliente, que é cada vez mais importante nós ouvirmos mais o cliente, entregar a solução adequada para cada tipo de cliente. Ou seja, nós temos agências digitais



para clientes que querem ser digitais, clientes que querem ser remotos, nós temos caixa eletrônico, nós temos modelos de atendimento personalizado para clientes que querem isso, nós temos agência física, ou seja, qual é a necessidade que o cliente tem nós temos que tentar atender isso da melhor forma possível, e sempre ouvindo o cliente para melhorar mais, cada vez mais esse atendimento. Não necessariamente isso significa que a gente vai diminuir a quantidade de agência física, ou aumentar agência digital, vai depender muito do tipo de necessidade, do tipo de relacionamento que o cliente quer ter com a gente.

**Cassio Politi:** Quem está nos ouvindo agora, ouve num Podcast, então a gente pressupõe que seja alguém digitalizado né. Mas a gente fica imaginando então qual é o futuro das agências físicas, porque quem é digital, como quem está nos ouvindo, tende a pensar que o futuro é 100% digital. Como é que o Itaú Unibanco enxerga o futuro das agências físicas?

**Geraldo Soares:** Sem dúvida nenhuma agência digital ela continua crescendo, a digitalização, eu não tenho dúvida em relação ao que vai acontecer, mas a gente tem que lembrar que a agência física, ela tem ainda muitas..., o atendimento a um tipo de público ainda vai acontecer muito via agência física. Vamos lembrar de algumas questões que eu acho fundamentais, uma delas é que a gente tem aumentado muito o crédito no Brasil nos últimos dez anos, cresceu 157% o crédito no Brasil, de todos os bancos brasileiros. Quando alguém olha esse número, acha que ele é muito grande, contudo, quando você olha o crédito no Brasil em relação ao PIB do país, ainda é muito baixo. Hoje o Brasil está na faixa de 47% do crédito sobre o PIB. Se você olhar uma África do Sul, por exemplo, que é um país também emergente é 75%, o Chile é 90%, então tem um espaço de crescimento no Brasil de crédito muito grande. E muitos dos créditos que a gente fala são créditos complexos, que vai, necessariamente, ter que ter um atendimento com outra pessoa do outro lado, discutindo assuntos. Um crédito imobiliário, por exemplo, é um crédito mais complexo, não é um crédito tão fácil, que você possa de uma forma digital resolver todo ele, muitos detalhes vão ter que ser resolvidos com a ação de uma pessoa, atualmente, pode ser que no futuro não seja, mas atualmente ainda é necessário ter o atendimento pessoal. Mas enfim, esse setor de crédito é um setor que vai crescer muito no Brasil, tem um grande espaço de crescimento, e eu acho que a agência física ainda será necessária em vários locais do Brasil para ajudar nesse crescimento do crédito no Brasil.

Outro dado que eu acho que é bem relevante é que o Brasil melhorou muito a bancarização, que é um nome feio né, Cassio, bancarização, o que significa isso, a quantidade de pessoas economicamente ativas que tem conta em banco. Então a gente melhorou muito isso, mas ainda tem um espaço gigantesco pra aumentar a bancarização no Brasil, existe uma parte da população em alguns estados e regiões do Brasil que precisam entrar no sistema bancário brasileiro, no sistema financeiro brasileiro, principalmente em regiões que precisam crescer bastante ainda, ter um nível de crescimento econômico, etc e tal. Então, voltando ao crescimento econômico, eu não tenho dúvida que algumas regiões do Brasil serão viabilizadas a abertura de agências para essas regiões porque vai ter um movimento econômico maior, sendo necessário você ter agências físicas nessas regiões.

**Cassio Politi:** O Itaú Unibanco está sempre se movimentando rumo à transformação digital, que é algo hoje muito *in voga* no Brasil todo e eu acho que no mundo todo, né. Como é que vocês, no Banco, estão evoluindo em relação a essa questão?

**Geraldo Soares:** Eu gosto sempre de falar uma coisa quando se fala digital é: o que o cliente quer ser digital? O cliente ele quer ser remoto, ou seja, ele fazer uma operação no horário que



ele quiser, no momento que ele quiser, para conveniência dele, ele pode estar jantando com a esposa ou a esposa com o marido, ele pode estar no parquinho com o filho, ou pode estar na casa da mãe dele, enfim, com os amigos no bar, e resolver uma questão financeira, ou seja, o cliente ele tem que saber, ele tem que escolher o momento dele, a experiência dele, o momento que ele quer utilizar o sistema financeiro. E nesse sentido o que os bancos têm que fazer cada vez mais é buscar ser digital de verdade, porque quando o cliente acessa, seja remotamente falando com uma pessoa ou utilizando canais totalmente sem intervenção humana, ele quer que as questões dele sejam resolvidas naquele momento que ele está procurando. Nesse sentido, todos os sistemas de um banco têm que estar muito digitalizados, tem que ser resposta rápida, tem que ser a informação no momento que ele quer, que o cliente deseja, etc e tal. Então o Itaú está trabalhando muito nesse sentido, vamos lembrar que nós temos as nossas agências digitais, que vão em horário estendido, então você, Cassio, pode ligar em uma agência nossa, tem agência nossa que fica aberta até as dez, onze horas da noite, falar com uma pessoa, resolver um problema, ou acessar nossos canais digitais, que é 24 horas no ar. Então essa questão digital, eu sempre coloco que é uma questão, a conveniência do cliente trabalhar remotamente, ele não precisa ir na agência, ele pode fazer de qualquer lugar que ele desejar, e o Itaú tem investido muito nessa digitalização para dar respostas e ter sistema suficiente pra ser ágil, rápido, para atender esse cliente no momento que ele quiser. Só para você ter uma ideia, nos últimos anos, nos últimos três anos nós investimos, tivemos um aumento no investimento em tecnologia de 60%, então é um investimento muito representativo. Comparativamente, o aumento de custo do Banco foi de 11% no mesmo período, então a gente aumentou custo 11% e aumentou investimento em tecnologia em 60%, para você ver a importância que nós estamos dando para tecnologia, e transformar o Banco cada vez mais digital, para ele responder rapidamente o que o cliente está demandando.

**Cassio Politi:** Quando você aumenta o investimento em 60% em tecnologia eu imagino que venham iniciativas interessantes como fruto disso. Você pode citar algumas delas?

**Geraldo Soares:** A quantidade de produtos e serviços cada vez mais digitais demonstram que nós estamos fazendo, é uma quantidade muito representativa que as pessoas podem acessar e olhar e isso nos nossos relatórios, nos relatórios de administração, relatório anual integrado, então tem uma quantidade bem grande. Eu vou só citar rapidamente algumas aqui para lembrar as pessoas, né, um exemplo é o teclado Itaú, que é uma ferramenta que permite ao cliente fazer transferência de dinheiro pelo celular sem precisar sair do aplicativo que estiver utilizando, como o WhatsApp e outros aplicativos de conversa, então auxiliou bastante a maneira do nosso cliente operar. Operamos em parcerias com grandes empresas de tecnologia, como ApplePay, SamsungPay, PayPal, GooglePay, enfim, fazendo várias parcerias para a gente cada vez mais facilitar a vida do cliente. E lançamos agora recentemente, já tá entrando em produção em escala no nosso "iti", o Itaú tecnologia e inovação, que é uma plataforma nova no Brasil, uma plataforma de carteira digital, a gente chama de *wallet* digital, é o equivalente a uma carteira digital, onde as pessoas vão poder pagar as suas contas usando QRCode. Então a gente está investindo em tecnologia, lançando produtos, como eu disse, eu dei só três exemplos aqui rapidamente, mas é um investimento muito significativo que nós estamos fazendo visando disponibilizar para o nosso cliente várias formas dele utilizar os canais do Banco para se relacionar com o que ele quiser.

**Cassio Politi:** Geraldo, muito obrigado, por dar mais essa explicação, essa aula né, sobre os aspectos que envolvem o Itaú, e espero você em futuras edições aqui do Investcast.



**Geraldo Soares:** Muito obrigado, e até a próxima.

**Cassio Politi:** Você ouviu o Geraldo Soares, Superintendente de Relações com Investidores do Itaú Unibanco. Eu espero você nos próximos programas. Até lá.