



Natal, quarta-feira, 5 de Novembro de 2008

Itaú e Unibanco anunciam fusão

O Itaú e o Unibanco anunciaram ontem a fusão de suas operações, uma união que, em curto prazo, não afeta os correntistas, mas sim o mercado. A operação cria o maior grupo financeiro do Hemisfério Sul e os eleva, juntos, à posição de maior banco do país e de 17º no mundo. “É o primeiro passo para nos tornarmos global players”, disse em teleconferência Pedro Moreira Salles, presidente do Unibanco, sobre o apetite das companhias para galgar espaço lá fora.

No Rio Grande do Norte, apenas o Itaú conta com sete agências, das quais quatro na capital e três entre Mossoró, Parnamirim e São Gonçalo do Amarante. O Unibanco também está presente na capital e na região interiorana do estado. Segundo Salles, a fusão é fruto de conversas que tiveram largada há 10 anos, mas que se intensificaram com o crescimento atingido pelo Santander, após a aquisição do Banco Real. Em comunicado à imprensa, as instituições informaram que foram necessários 15 meses de conversa antes do fechamento do negócio. Os controladores da Itaúsa - braço de participações do Itaú - e Unibanco constituirão uma holding em modelo de governança compartilhada. A presidência do Conselho de Administração ficará com Salles e o presidente executivo será Roberto Egydio Setubal, hoje presidente do Itaú.

A união não deverá provocar demissões nem redução no número de agências, ressaltou Setubal, durante a teleconferência. “É mais provável que somemos o que temos hoje”, frisou e pontuou que ainda é cedo para medir os impactos da fusão sobre os clientes. Ele garantiu, entretanto, que os atendimentos continuarão fluindo normalmente. Sinalizou com a possibilidade de integração das redes de caixas eletrônicos, mas a mudança terá de esperar que o Banco Central aprove a operação. Também sinalizou que será mantida a estratégia de atendimento segmentado, utilizada pelas duas instituições, e que, entre as vantagens para os correntistas estará o maior número de “produtos” no portfólio e também de pontos de venda.

“Em relação a preços e tarifas vamos ter que analisar, olhando para o mercado”, frisou o executivo, acrescentando que as companhias também deverão analisar, ainda, que marcas irão prevalecer após a união.

Para o consultor em branding da **GlobalBrands**, José Roberto Martins, está claro, no entanto, que o que será visto nas agências, após o período de transição - que, estima, vai durar cerca de dois anos - será o nome do Itaú. “Embora estejam falando que é fusão, é aquisição. O Itaú comprou o Unibanco”, completou ainda. Avaliando os impactos do negócio no mercado, ele disse que o grande perdedor foi o Bradesco, que dividia a liderança do setor privado com o Itaú. “Os dois tinham porte mais ou menos parecido. Agora como não existem outros grandes à venda no Brasil o Bradesco ficou com a linha de comunicação prejudicada. Ainda por cima terá de enfrentar a concorrência do Santander, banco que está crescendo e querendo mais.