

## Demissões na fusão Itaú-Unibanco são inevitáveis, dizem especialistas

04.11.2008 | 16h26

### Bancos dizem que funcionários redundantes serão realocados, mas analistas acreditam que haverá cortes

Francine de Lorenzo

#### Publicidade

Embora Itaú e Unibanco tenham informado que não haverá demissões nem fechamento de agências com a união das duas instituições, especialistas em fusões e do setor financeiro são taxativos ao afirmar que não há como evitar o corte de funcionários. Como concorrentes, Itaú e Unibanco atuam nos mesmos segmentos, implicando numa grande coincidência de áreas. A maior sobreposição, no entanto, não se dará nas agências, mas nos altos cargos, afirma Antonio Bento Furtado de Mendonça Neto, vice-presidente da consultoria Solving Brasil. "Os dois terços superiores da pirâmide deverão ser mais impactados pela fusão porque não haverá como realocar todos." Áreas de retaguarda - como contabilidade, informática, jurídico e recursos humanos - serão unificadas, gerando excedente de mão-de-obra. O mesmo deve ocorrer com o departamento comercial e setores como análise de risco, pesquisa e gestão de recursos.

Nesta segunda-feira, em entrevista coletiva, os presidentes do Itaú, Roberto Setubal, e do Unibanco, Pedro Moreira Salles, disseram que o crescimento das instituições permitirá que funcionários sejam realocados, de forma a evitar cortes. Especialistas concordam que isso será possível "Nas agências, a tendência é sempre de expansão", diz Mendonça Neto. No entanto, a racionalização e unificação de outros processos levará a uma redução natural nos postos de trabalho. "Em todo processo de fusão e aquisição, o ganho de sinergia se dá exatamente com a eliminação das áreas duplicadas. Sempre há mais profissionais que o necessário, mesmo com o aumento no volume de clientes", explica Paulo Roberto Esteves, analista da corretora Gradual.

Os bancos afirmam que as negociações evoluíram muito rapidamente e que ainda não tiveram como calcular as sinergias. Segundo o jornal Valor, a corretora do Santander estima um ganho de 4 bilhões de reais para as duas instituições. Já o banco Morgan Stanley acredita, segundo a agência de notícias Bloomberg, que o valor de mercado combinado dos dois bancos deve aumentar em 15,5 bilhões de reais com a fusão.

Hoje, o Itaú conta com 69 mil trabalhadores e o Unibanco, com mais 35 mil.

Para o Sindicato dos Bancários de São Paulo, Osasco e Região está descartada qualquer negociação que envolva demissões. "Não aceitaremos dispensas em hipótese alguma. Se Itaú e Unibanco não garantirem os empregos, vamos nos mobilizar e paralisar as operações nos dois bancos", diz Luiz Cláudio Marcolino, presidente do Sindicato. Foi assim que a entidade garantiu os empregos dos funcionários do Banespa por cinco anos após a compra pelo Santander. Na ocasião da compra do Banco Real, a instituição optou por suspender novas contratações e tentar realocar funcionários redundantes.

### **Integração da marca**

Itaú e Unibanco ainda não revelam os planos para a marca do novo banco e entre os especialistas não há um consenso sobre qual seria a melhor alternativa. Alguns apostam na criação de uma nova marca, enquanto outros prevêm a continuidade de ambas. Há também quem acredite que a marca Itaú prevalecerá, levando o Unibanco aos poucos à extinção. "Esse foi o caminho seguido na maioria das unificações bancárias no Brasil", lembra Paulo Roberto Esteves, analista da corretora Gradual.

O Bamerindus, por exemplo, que durante anos permaneceu na memória dos brasileiros com o jingle "O tempo passa, o tempo voa, e a poupança Bamerindus continua numa boa" desapareceu após a incorporação pelo HSBC. O mesmo aconteceu com o Nacional. Em 1995, os ativos do banco que tinha como garoto-propaganda o piloto Ayrton Senna foram vendidos ao Unibanco. Já o Santander preferiu manter a marca Real até pelo menos 2010, quando deve acontecer a unificação de redes.

Enquanto não for finalizado o processo de reorganização interna, Itaú e Unibanco também devem continuar independentes. Passado esse período de ajuste, chegará a hora da decisão. "A melhor forma de manter a identificação dos clientes com o banco será criar uma nova marca incorporando os pontos positivos de cada instituição", avalia Rogério Sobreira, professor de Economia e Finanças da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio Vargas (EBAPE-FGV).

Para Mendonça Neto, os bancos poderão optar por manter parcialmente suas marcas, de acordo com a representatividade que têm no mercado, como fez o Bradesco quando comprou o Banco Mercantil de São Paulo. A instituição sustentou as operações da Finasa, que era uma das maiores financeiras do país. Aplicada a Itaú e Unibanco, a estratégia poderia ser válida para as seguradoras, uma vez que a Unibanco AIG que tem mais força no mercado que a Itaú Seguros.

Já o coordenador do MBA de Branding da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), **José Roberto Martins**, é mais radical e não vê chances de a marca Unibanco continuar existindo. "O Itaú tem uma marca muito mais forte, é a mais valiosa da América Latina. O Unibanco tem um certo peso, mas isso não o manterá no mercado. Foi assim com o Bamerindus, o Sudameris e até o BankBoston", ressalta. Para Martins, Itaú e Unibanco vivem uma situação

diferente de Santander e Real. Entre os dois últimos bancos, o mais forte no país é o Real, o que justifica a manutenção ou a migração gradual da marca - como aconteceu na compra do Banespa. "No caso de Itaú e Unibanco, a substituição deve acontecer de uma só vez, após a reestruturação. Nem mesmo a permanência de Pedro Moreira Salles no Conselho de Administração do banco deve evitar a substituição de Unibanco por Itaú", diz.