



# O negócio é inovar

**Geração de valor para os clientes é a palavra de ordem na rotina das instituições financeiras. Como usar a tecnologia a favor disso é o que Banco Real está se propondo ao expor para o público dispositivos e ferramentas que ainda estão em fase de testes, mas que devem ser adotados em grandes proporções ainda neste ano**

16

FILA PARA PAGAR AS CONTAS, DIFICULDADE PARA ENCONTRAR UM DETERMINADO SERVIÇO NA PÁGINA NA INTERNET, FALTA DE TEMPO PARA PASSAR NA AGÊNCIA E PEGAR O CARTÃO QUE JÁ ESTÁ DISPONÍVEL. Quem possui uma conta bancária sabe bem a dor de cabeça que esse tipo de situação causa. E preciso paciência do cliente e cuidado da instituição financeira para não perder os correntistas para a concorrência que está logo ali na

esquina. Por essas razões, os bancos têm procurado investir recursos para oferecer mais conveniência e inovação aos seus usuários. As críticas são concisas e dizem respeito geralmente às filas. Capacidade para gerar novas idéias e, a partir daí, transformá-las em negócios é o que move boa parte dos quadros dos grandes bancos que atuam no País. Ainda mais quando se trata de algo que permite uma redução de custos significativa em processos e aumente a margem de lucro sobre cada

produto ou serviço oferecido. E inovação é um jogo de acerto e erro, de aprendizagem. O risco é intrínseco ao processo de inovação.

No caso específico dos bancos, a inovação é levar as coisas simples de tecnologia usadas no dia-a-dia pelas pessoas para um ambiente muito mais regulado e que exige um alto grau de segurança. E essa é uma das prioridades do Banco Real. A empresa criou uma área de inovação dentro do departamento de tecnologia da informação para trazer novidades aos clientes.

Esse grupo foi estimulado a produzir uma série de conceitos e pilotos de dispositivos e ferramentas até então desconhecidos do grande público. Alguns deles puderam ser vistos durante um mês na matriz do banco, localizada no coração financeiro da capital, a Avenida Paulista.

O Real montou um estande para testar diversas novidades e sentir a reação do público usuário de seus serviços e, porque não, até dos próprios colaboradores. A matriz, além de ter uma grande estrutura, recebe visitas diárias de executivos e funcionários de outras agências. Por estarem na linha de frente de contato com os clientes, podem ajudar a aprovar ou aprimorar a utilização desses novos recursos. "O banco está em um momento de ouvir o cliente e queríamos colher impressões, verificar possíveis ajustes, ou seja, capturar os desejos de nossos usuários", revela o superintendente de tecnologia da informação do Real, Cláudio Almeida Prado. "Foi uma experiência muito positiva", completa o executivo. A tecnologia está disponível no

mercado, mas coloca-la dentro do ambiente bancário e corporativo com itens de segurança, sigilo e privacidade muito maiores é um grande desafio. Muitas das plataformas estão ainda em estágio de maturação dentro das áreas de negócios. Isso significa que estão prontas para ser utilizadas, mas precisam ser analisadas por uma gama de profissionais do banco. Isso ajuda a identificar novas formas de uso e geração de valor de fato para os clientes. "É uma abordagem diferente, coloca a tecnologia para funcionar e, a partir daí, explora o uso dela, assim provocamos as áreas de negócios", ressalta Prado.

Há, na verdade, dois aspectos fundamentais para que tudo isso funcione. O primeiro é operar o banco, abrir e fechar as agências, seguir as rotinas contábeis. O outro é transformar a instituição, pensar à frente, dar saltos de qualidade no atendimento ao público interno e externo. O lado operacional diário é sempre o mais visível, se não funcionar, as pessoas lembram facilmente.

O lado das mudanças e inovações muitas vezes não fica

claro. Quando essas duas vertentes estão consolidadas em um espaço - inovação no ambiente de TI - as áreas de negócios ficam mais confortáveis no sentido de que há um avanço e que poderão participar mais. "É uma parceria que gera resultados para os clientes, mas, sobretudo, para as áreas de negócios da empresa", avalia o superintendente de tecnologia do Real.

A expectativa gerada para os usuários a partir da exposição dessas novas tecnologias pode ser arriscada. Mas o banco prefere encarar essa questão de maneira positiva, isto é, como "um problema bom". Isso porque as dicas e colocações dos usuários ajudam a priorizar e dar rumo para os avanços tecnológicos. Afinal, alguma vez uma empresa perguntou para você o que achava de um determinado produto antes que ele fosse lançado no mercado? **EB**

## Parceiros desafiados

O Real está em um processo de terceirização grande de sua infra-estrutura de tecnologia e conta com o suporte de grandes parceiros como Accenture, IBM e TCS para citar apenas algumas. E muitas dessas tecnologias expostas vieram daí. O banco procura sempre desafiar esses parceiros a traduzir soluções de outros mercados para o financeiro. "A IBM, por exemplo, tem uma série de soluções para o varejo. Então como trazer

isso e aplicar no banco?", conta Prado. E o superintendente de tecnologia da informação se prende a um único compromisso com esses fornecedores: se a tecnologia for viável, trazer redução de custos e melhoria de processos, ela será implantada rapidamente e em larga escala. "Por ter vindo de empresas de tecnologia, sei que em muitos casos a tecnologia surge para resolver um problema. O que queremos é inverter o ciclo", finaliza.