

Formação Bancos investem em cursos para atender público exigente

Cresce a certificação entre os executivos do mercado

Angela Ferreira

Para o Valor, de São Paulo

Certificações, habilidades técnicas e comportamentais. Os bancos esperam muito mais do que conhecimento financeiro dos executivos que atendem aos clientes private. "O mercado financeiro sempre foi muito mais volátil, e as mudanças mais urgentes começam aí", avalia Olavo Henrique Furtado, coordenador de pós-graduação e MBA da Trevisan Escola de Negócios. "Por isso, mais do que ter uma formação diferenciada, o executivo desta área precisa criar mecanismos intangíveis de relacionamento", afirma.

"O nosso público é muito exigente, viajado e informado. É preciso ter alinhamento de estratégias, cenários, produtos e tecnologias para conquistar a satisfação dos clientes", avalia João Albino Winkelmann, diretor do Bradesco Private.

Para atender a demanda pela especialização crescente dos executivos deste segmento, os bancos investem constantemente em programas, cursos, especializações e certificações dos seus profissionais. O mercado quer um profissional que conheça finanças e tenha habilidade de comunicação, pois ele irá atender clientes de alta renda ou que tenham uma poupança relevante.

O profissional deve ter um grau de instrução elevado, pois a pessoa que fará o atendimento deste tipo de cliente precisará de um bom nível de conhecimento geral, além dos específicos (finanças, tributação, conhecimentos jurídicos básicos, tributação e administração).

"Afinal, seus clientes muitas vezes são empresários que, eventualmente, vão querer debater sobre o seu dia a dia. Este relacionamento é relevante para que o executivo entenda a situação do cliente e possa tomar a melhor decisão de

alocação", observa Mário Amigo, professor da Fipecafi (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras).

O Banco Santander trouxe um curso específico de private desenvolvido pela equipe da instituição na Espanha. "Trazemos os professores da Espanha para ministrar este treinamento de três dias para os traders, que inclui desde relacionamento comportamental com cliente, passando pelo processo de sistematização das vendas, o que você faz depois da visita, como você especifica as decisões tomadas. Com isto, vamos criando um padrão mais uniforme de trabalho", explica Marcos Schalders, superintendente do private do Santander.

Os bancos Itaú Unibanco e Bradesco apostam no desenvolvimento do executivo nas bases da instituição. "Eu não preciso ir ao mercado procurar profissionais, eu busco dentro da 'Universidade Bradesco'", diz Albino,

que comenta que novos profissionais são procurados e treinados dentro do universo de 96 mil funcionários do banco.

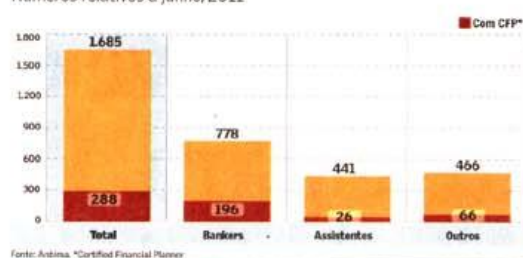
O Itaú Unibanco adota a mesma estratégia, mas dá preferência, segundo Paulo Meirelles, diretor do private bank do banco, por aqueles profissionais que já possuem o CFP (Certified Financial Planner).

A principal certificação dos executivos do private banking é o CFP, uma certificação de distinção, de caráter não obrigatório, que concede aos profissionais certificados, padrão internacional de conduta ética e responsabilidade na prestação de serviços de planejamento financeiro pessoal.

"A consequência natural do amadurecimento do mercado e do setor é precisar dar maior qualidade ao sistema como um todo, e isto inclui a qualidade do ponto de vista da regulação e dos profissionais que atendem estes clientes", explica Osvaldo Cervi,

Profissionais de atendimento

Números relativos a junho/2011



Fonte: Anbima. *Certified Financial Planner

membro do Comitê de Private Banking da Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), que tem como premissa auto-regular o segmento de private.

A expectativa do comitê, que congrega 22 instituições, é de que, até o final de 2015, pelo menos 50% dos profissionais do segmento tenham esta certificação. Hoje, o setor possui aproximadamente 600 profissionais certificados.

Mas, há quem já esteja antecipado ou se preparando para tanto. De acordo com Cervi, o Banco do Brasil pretende ter 90% do pessoal da área comercial certificada até 2015.

Já o Credit Suisse Hedging-Griffo (CSHG) pretende ter 100% dos seus profissionais com CFP até o fim de 2012, diz Marco Abrahão, diretor de private banking do

CSHG. Segundo ele, o banco tem um modelo de treinamento de profissionais que vai além das certificações, como a CPA-20 e o CFP, e visa também desenvolver suas habilidades técnicas e comportamentais, além de adequá-las cada vez mais à cultura da companhia, tornando-os multiplicadores.

"Oferecemos cursos in company para obter certificação, além de treinamentos focados em comunicação e wealth planning. Cada um dos integrantes da nossa equipe recebe acompanhamento individual de um mentor, que está entre os profissionais mais antigos da casa. Além de transmitir a nossa cultura, esse mentor deve estabelecer as metas e alinhar as expectativas da CSHG com o profissional, seja ele uma pessoa em início de carreira ou mais experiente", diz Abrahão.

Economia aquecida cria oportunidades profissionais

De São Paulo

Mesmo em meio à crise que atinge os Estados Unidos e a Europa, a perspectiva de manutenção do bom desempenho da economia brasileira deverá continuar gerando novos milionários e aquecendo o mercado de private banking no Brasil. A opinião é dos analistas desse mercado.

Em decorrência deste cenário positivo, a movimentação de profissionais que atuam no segmento de private banking também deverá continuar aquecida. "Quando a conjuntura de crescimento econômico se combina com uma alta taxa de juros básica, gera-se expectativa absolutamente única de investimento no mundo inteiro. E o resultado será

a manutenção do aquecimento neste mercado para os profissionais do setor", avalia Marcos Rimolli Próspero, sócio da Robert Wong Consultoria Executiva.

A opinião dele é corroborada pelas expectativas dos diretores de private banking dos principais bancos que atuam no Brasil. Bradesco e Itaú Unibanco afirmam que vão aumentar a quantidade

de profissionais do setor até o fim deste ano. Segundo João Albino Winkelmann, diretor do Bradesco Private, a perspectiva é de contratar mais 18 profissionais até o final deste ano.

Paulo Meirelles, diretor do private bank do Itaú Unibanco também confirma esta tendência, mas ao contrário de Winkelmann, ele não faz uma projeção

para os próximos períodos. Os dois executivos, no entanto, fazem coro ao afirmar que a estratégia deles é recrutar os profissionais dentro do banco de talentos da própria instituição.

De uma forma diferente dos dois, Marcos Schalders, superintendente de private bank do Santander, adianta que o banco, além de olhar para a sua base,

também busca oportunidades no mercado.

"Quando eu vou ao mercado, estou olhando do ponto de vista estritamente técnico. Além da experiência, busco qual é o conhecimento de investimentos que o profissional tem, qual é a capacidade analítica de olhar uma informação do cenário econômico local e internacional, qual é a capacidade dele de ligar produtos e serviços a estes cenários, qual é o conhecimento que ele tem de aspectos fiscais, tributários e planejamento sucessório, e também qual é o conhecimento que este profissional tem do setor de previdência. Porque no dia a dia com os clientes, estes questionamentos surgem com frequência. Por isso procuro o profissional que consiga unir conhecimento técnico com habilidades interpessoais, que crie empatia com o cliente e que conquiste rapidamente a sua confiança. E, principalmente, que tenha uma relação com o banco, pensando em um contrato de longo prazo", explica.

Quem também acompanha as oportunidades oferecidas no mercado são os co-heads do BTG Pactual. "Não temos meta de contratação, mas estamos sempre conversando com o mercado para saber se há alguma oportunidade interessante, pessoas que tenham perfil para se aculturar ao banco", comenta Rogério Pessoa, co-head de wealth management do BTG Pactual.

"Este ano fizemos uma aposta em um executivo da concorrência que exercia a função de aconselhamento na área de tributos e o trazemos como banker", diz Pessoa. "Mesmo tendo como política trazer os backoffices do banco para a linha de frente, não deixamos de buscar pessoas que tenham uma sofisticação maior, um entendimento de mercado maior do que a média para ser