

Tribanco lucra 55% mais no semestre

tribanco

O lucro líquido do Tribanco (Banco Triângulo S.A.) **cresceu 55% no primeiro semestre deste ano**. E esse não é o único motivo que temos para comemorar. É certo que 2020 não tem sido nada fácil para o país, com a pandemia de Covid-19 que nos entristece e a milhões de brasileiros, mas aproveitamos o momento de cuidados e providências com os funcionários – que passaram a atuar em home office – para promover mudanças em benefício dos clientes, acelerando a digitalização.

Promovemos um redesenho organizacional, o que nos ajudou a ganhar mais eficiência otimizando e digitalizando processos.

Mudamos o foco da visão do Tribanco da orientação por produtos para a orientação para clientes. É uma mudança pequena no discurso, mas grande na prática, como tem dito nosso CEO, Ricardo Batista. Essa reorganização possibilitou o planejamento de novos produtos e serviços para integrar cada vez mais nossos clientes aos canais digitais.

Um dos reflexos da nova fase foi constatado pelo Banco Central. Nossa Ouvidoria foi a primeira colocada no Ranking de Qualidade das Ouvidorias realizado pelo órgão, onde são observados critérios como prazo médio de respostas, reclamações sobre a qualidade da resposta e quantidade de demandas procedentes, bem como a filiação à plataforma Consumidor.Gov.

Além disso nossos clientes pessoa física passaram a contar com a Triconta – um superapp que une as vantagens de uma conta totalmente digital com a solidez do cartão Tricard.

A Unica, nossa empresa de aquisição, alcançou a marca de **R\$ 1 bilhão**

em faturamento e atingiu mais de 3 mil lojas ativas.

O Tribanco faz parte do SIM (Sistema Integrado Martins). Fechamos o semestre com mais de 859 mil clientes, sendo 828,1 mil pessoas físicas e 31 mil pessoas jurídicas. O SIM é composto pelo Martins S.A. - um dos maiores atacadistas do país -, a Rede Smart de supermercados, a Tricard, a Tripag (Unica), a Tribanco Corretora de Seguros, e o Tribanco.

Mas os bons resultados não param por aí.

No primeiro semestre de 2020, por meio da Tribanco Seguros, o número de apólices ativas subiu 8,0%. A Tricard registrou faturamento de R\$ 1,6 bilhão, uma alta de 1,3% na comparação semestral. Nos cartões destinados à pessoa jurídica - Cartão Super Empresarial – houve aumento de 6,1% no faturamento.

Os ativos totais do Tribanco subiram 18,9% em comparação com dezembro de 2019. O patrimônio líquido registrado foi de R\$ 489,9 milhões. Os Ratings Nacionais de Longo e de Curto Prazos emitidos pela Fitch Ratings obtiveram nota A (bra) e a classificação de risco emitida pela RiskBank foi BRMP1 (-), o que reflete o prudente gerenciamento de risco e a adequada qualidade dos nossos ativos.

Apesar de o semestre ter sido atípico pelo enfrentamento da Covid-19, o lucro líquido do Tribanco alcançou R\$ 10,5 milhões, **um aumento de 55% sobre o mesmo período de 2019**, mostrando a solidez da nossa base de clientes e das nossas operações.

Mais informações em www.tribanco.com.br



Desempenho consolidado do Tribanco no 1º semestre de 2020

Conectamos o cliente com os benefícios da era digital

O futuro é agora e nós queremos vivê-lo junto com os nossos clientes. Conectá-los com os benefícios das ferramentas digitais tem sido uma das nossas principais missões nos últimos anos, e, no primeiro semestre, demos passos fundamentais nesse processo de transformação.

A criatividade tem sido uma das marcas do nosso trabalho há mais de 30 anos, e é com base nessa virtude que continuamos a elaborar soluções para contribuir com o desenvolvimento, o fortalecimento e a prosperidade de toda a cadeia do varejo brasileiro.

Nesse sentido, reforçamos a nossa integração com o Grupo Martins - referência no segmento atacadista-distribuidor – para atuar ainda mais em sinergia com outras empresas da holding, provendo serviços de acordo com as necessidades dos clientes e proporcionando uma experiência muito mais fluida e descomplicada a eles.

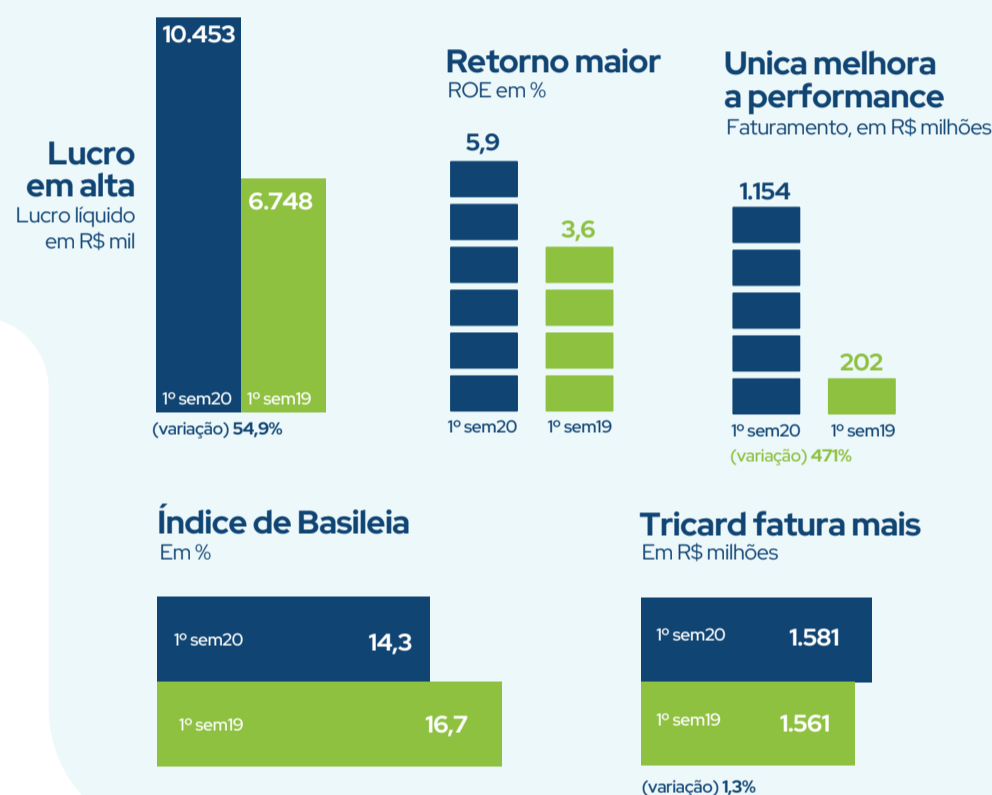
Como resultado desse trabalho, lançamos a primeira carteira digital destinada a varejistas, a Triconta Martins, uma plataforma que possibilita o acesso de lojistas a um completo leque de soluções, como as ofertas de produtos do atacadista e serviços financeiros, como um cartão múltiplo, uma maquininha de cartões e opções de seguros.

Também lançamos um super app focado em nossos clientes pessoa física que certamente irá marcar a disputa das contas digitais no Brasil. Estamos indo além das nossas fronteiras enquanto instituição financeira para levar um verdadeiro ecossistema digital em que o cliente poderá acessar não apenas os nossos serviços, mas também os de outros segmentos, como telemedicina, consórcios, planos de saúde e odontológicos e entretenimento. Com essa inovação, queremos gerar a inclusão financeira e social de milhões de pessoas e promover o pequeno e médio varejo em todo o Brasil.

Tendo o cliente como eixo central da nossa operação, investimos em tecnologias que nos permitem conhecer ainda mais suas necessidades. Adquirimos empresas dos ramos de customer behavior, inteligência e análise de dados que certamente contribuirão para que sejamos ainda mais assertivos, ágeis, próximos e surpreendentes no nosso relacionamento. A integração de organizações de outros ramos também nos possibilita ampliar o portfólio e qualificar a nossa proposta de valor.

Iniciativas como essas, entre outras, nos colocam de vez na era do open banking, o que nos estimula a sermos ainda mais transparentes e competitivos. A partir de outubro, integraremos o PIX, do Banco Central, e os clientes do Sistema Martins já estarão aptos a cadastrar suas chaves para usar plataforma de pagamentos instantâneos. Estamos abertos e queremos empoderar nossos clientes para que possam desfrutar dos benefícios que oferecemos da maneira que lhe for mais conveniente – de modo que sejam respeitadas as diretrizes dos órgãos reguladores e as novas regras da Lei Geral de Proteção de Dados.

Todas estas grandes conquistas consolidaram uma fase importante para nós e nossos clientes e nos impulsionam a alcançar marcos ainda maiores em nossa trajetória. Com dinamismo, agilidade e a criatividade de sempre, seguiremos em busca das soluções capazes de proporcionar uma experiência digital com o Tribanco cada vez melhor. Assumimos esse compromisso aqui, pois o futuro é agora.



Contas digitais que traduzem revoluções

Ultrapassar fronteiras, ir além e sair da zona de conforto para levar inovações aos nossos clientes. Foi com base nessas premissas que lançamos no primeiro semestre a Triconta, conta digital do Tribanco, que torna ainda mais descomplicado, ágil e dinâmico o relacionamento com nossos correntistas.

Temos convicção de que, com este lançamento, estamos escrevendo um novo capítulo na história da disputada batalha das contas digitais no Brasil. Mais do que transpor os nossos serviços para um aplicativo, criamos um super app voltado a atender nossos clientes pessoa física, que em breve reunirá nossas soluções financeiras com ofertas de outros serviços, como telemedicina, consórcios, planos de saúde e odontológicos e entretenimento, através de parcerias.

Com a nossa atuação digital, queremos proporcionar conveniências e transformar a relação dos nossos correntistas com as finanças de maneira individualizada, considerando as particularidades de cada um. Ao mesmo tempo, buscamos gerar transformações socioeconômicas e impactos positivos reais na sociedade. Estamos levando as novas tecnologias bancárias para as classes C, D e E e para o pequeno e médio varejista em todo o Brasil.

Essa estratégia vem sendo aplicada de maneira consistente e sólida, apoiada na expertise, na capilaridade e no reconhecimento adquirido pelo Grupo Martins ao longo de décadas. O acesso que temos ao ecossistema deste que é um dos maiores atacadistas-distribuidores do país é um importante diferencial, com o qual alcançamos centenas de milhares de varejistas nos lugares mais remotos e nas grandes cidades brasileiras.

Nesse processo de expansão digital – e ainda inspirados no conceito de marketplace virtual - também lançamos, no primeiro semestre, a Triconta Martins, uma carteira digital que possibilitará o acesso dos nossos clientes varejistas a um completo leque de soluções em uma única plataforma. Temos orgulho em afirmar que esta é a primeira experiência de digital wallet destinada exclusivamente ao varejo brasileiro.

Tais inovações foram desenvolvidas com um grande objetivo principal: oferecer condições para que nossos clientes possam se desenvolver e alcançar seus objetivos da maneira mais fácil possível. Assim, queremos tornar nossos laços de confiança ainda mais fortes para evoluirmos juntos.