

28/06/2023 10:12:18 - EMPRESAS

EXCLUSIVO: SANTANDER LANÇA BLACK CORPORATIVO E MIRA 30% DE CRESCIMENTO NO SEGMENTO EM 2023

Por Matheus Piovesana

São Paulo, 28/06/2023 - O Santander Brasil investiu para que seus cartões estejam nos bolsos de clientes de alta renda na pessoa física, e agora, quer chegar à carteira deles também na pessoa jurídica. O banco está lançando um cartão corporativo com a Mastercard voltado a altos executivos. A iniciativa faz parte de uma estratégia para crescer 30% no segmento de cartões corporativos neste ano.

Cartões corporativos são aqueles utilizados pelas empresas, e há duas finalidades principais: a compra de insumos ou produtos e também o custeio de gastos dos funcionários durante o período de trabalho. É nesta segunda categoria que se encaixa o novo cartão, que pertence ao segmento Black da Mastercard, acima do platina.

O banco tem investido em um segmento em que vê um campo grande e ainda inexplorado. Em maio, a carteira de crédito em cartões corporativos no Brasil era de R\$ 34 bilhões, de acordo com o Banco Central. O volume representava apenas 6,8% do visto na carteira de pessoas físicas, de R\$ 504,9 bilhões, mas o crescimento foi mais rápido: 33% em um ano. O cartão para pessoa física teve um aumento de 16%.

"O grande apelo é ter um grande capital de giro. Uma empresa pode ter até 50 dias entre a data da compra e o pagamento da parcela", diz o diretor de Cartões e Pagamentos Digitais do Santander, Rogério Panca.

O novo cartão tem os benefícios tradicionais do Black, como seis acessos às salas VIP LoungeKey no Brasil e fora dele, acesso ilimitado às salas da Mastercard no aeroporto de Guarulhos (SP) e assistências de viagem, entre outros. Pode ser gerido através do aplicativo de cartões do Santander, o Way, e chega em paralelo ao lançamento dos cartões corporativos virtuais, aqueles em que o número muda a cada compra.

Em busca das transações

No mercado de cartões, incluídas também as pessoas físicas, o Santander abocanhou uma fatia próxima a 10% no primeiro trimestre deste ano, de acordo com dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs). O banco é um dos quatro maiores emissores do País.

Em todos os segmentos, o foco do Santander é conquistar mais transações, mas de forma seletiva. Entre pessoas físicas, o banco tem privilegiado a venda de cartões a clientes que já conhece, e nos últimos dois anos, investiu no segmento de alta renda, que tem inadimplência mais baixa. Passou a emitir cartões com a bandeira American Express. Agora, o esforço de venda de cartão corporativo para executivos complementa a estratégia.

Nos cartões corporativos, Panca afirma que os investimentos foram intensificados nos últimos três anos, com a criação de cartões para empresas de diversos portes. No atacado, que atende às grandes corporações, a área de cartões tem contato próximo com os profissionais que atendem às companhias, os chamados *bankers*, para identificar oportunidades. "Projetamos chegar a 15% de mercado neste ano, é um número que consideramos estratégico", diz ele.

Boanerges Ramos Freire, consultor e presidente da Boanerges & Cia, especialista no mercado de pagamentos, afirma que diferentemente do segmento de pessoas físicas, em que há pesos-pesados bem definidos, os cartões corporativos têm competição menos definida. "Não me ocorre nenhuma empresa que tenha destaque nesse mundo, e isso também é uma oportunidade", diz.

29/Jun/2023 16:57

Papel secundário

Segundo o especialista, essa oportunidade existe porque os bancos têm dado pouca atenção ao cartão corporativo. "É quase uma extensão, uma adaptação do que tem no mundo de cartão pessoa física para pessoa jurídica", diz ele.

Ao contrário do que aconteceu entre pessoas físicas, de acordo com o especialista, nem mesmo os bancos digitais que trabalham com clientes PJ mudaram este cenário. "Eles recorreram a produtos que já estavam desenhados, e no fundo, não fizeram esse trabalho de base, de desenhar soluções sob medida."

Nas grandes empresas, o meio de pagamento mais utilizado não tem nada de novo: é a Transferência Eletrônica Disponível (TED). Não à toa, é a TED que movimenta o maior valor financeiro entre os meios de pagamento no País: foram R\$ 3,7 trilhões em maio, segundo o BC, bem acima dos R\$ 1,3 trilhão do Pix, que em quantidade de transações, é o maior entre todos.

Contato: matheus.piovesana@estadao.com