

Administradoras de cartões disputam jovens executivos

Rafael Sigollo

Empresas reestruturam as áreas de marketing, vendas e relacionamento com investidores para enfrentar o acirramento da concorrência.

A quebra da exclusividade entre as principais bandeiras como Visa, Mastercard e American Express e as chamadas empresas de adquirência como Cielo e Redecard, além da chegada de novos players como a Getnet, mudou radicalmente o setor de cartões no segundo semestre deste ano.

Como o lojista passou a ter poder de negociação, as companhias, que antes tinham espaço garantido, agora precisam disputar mercado entre si. A necessidade de se reestruturarem para enfrentar essa nova realidade abriu vagas para executivos com experiência não apenas na área financeira, mas também em marketing, vendas e relacionamento com investidores.

"As maiores oportunidades são para profissionais que saibam lidar com o cliente. É preciso trabalhar em parceria com os estabelecimentos, ter foco no resultado, conhecer a lógica dos canais de distribuição e os aspectos voltados à inteligência de mercado", afirma Jorge Maluf, sócio-diretor da consultoria em recrutamento Korn/Ferry no Brasil.

Por terem estruturas mais enxutas do que os bancos, as companhias de cartões oferecem boas chances de desenvolvimento interno e crescimento mais rápido na carreira, atraindo assim executivos mais jovens. "É possível encontrar gente com menos de 30 anos de idade em cargos de comando e de gestão, como coordenadores", afirma Maria Carolina Rezemini, da Hays, que recruta para média e alta gerência.

De acordo com ela, o salário compatível com o setor financeiro tem sido um importante fator de atração, sendo que a parte variável normalmente supera os valores oferecidos pelos bancos de varejo. Para Maluf, a tendência é de que a recente competitividade do segmento faça com que as companhias atrelem cada vez mais a remuneração variável ao desempenho. "Para cargos de diretoria, esse valor pode chegar a 60% da remuneração anual", afirma.

Na Cielo, a preparação para enfrentar esse novo momento começou há dois anos, quando grande parte dos gestores começou a ser substituída. Além da economia aquecida, com a chegada de parte da população à classe C e da transformação da indústria de cartões, a própria empresa passou a investir em atividades mais abrangentes como pagamentos eletrônicos e operações via celular. A administradora de cartões encerrou o terceiro trimestre com lucro líquido de R\$ 488,1 milhões, uma alta de 23% perante os R\$ 396,7 milhões registrados no mesmo intervalo do ano passado.

"Antecipamos a reformulação da nossa estratégia. Lidamos com alta tecnologia, precisamos de mão de obra qualificada e líderes capacitados. Sabíamos que a disputa por talentos aumentaria muito", explica o vice-presidente de desenvolvimento organizacional da Cielo, Roberto Dumani.

Segundo ele, a média de idade na empresa está em torno dos 35 anos e o bônus anual para os executivos está diretamente ligado à performance individual e ao sucesso da organização. Para atrair os melhores profissionais, a Cielo investe também no aprimoramento dos colaboradores e no bom ambiente de trabalho. Além disso, abriu seus processos seletivos para outras indústrias.

Para Maria Carolina, da Hays, isso é um reflexo das novas necessidades das administradoras, como saber fazer um plano de negócios e ter visão analítica. "Além disso, é importante também falar outro idioma e ter conhecimentos financeiros", diz.

Na opinião de Dumani, no entanto, o mais importante é que os candidatos se identifiquem com os valores da empresa e tenham dinamismo para atuar em um mercado altamente competitivo. "O restante podemos construir", diz.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 8 dez. 2010, Eu & Investimentos, p. D10.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais