

# Finanças

**Bancos** Reforço alavancará crédito para comércio exterior, pequenas e médias empresas e imobiliário

## HSBC faz aumento de capital de R\$ 1 bi

Vanessa Adachi  
De São Paulo

Não faltaram bancos de investimento interessados em fazer uma oferta de ações do HSBC Brasil depois da bem-sucedida operação do Santander Brasil no ano passado. Mas a matriz do banco inglês, que está bem capitalizada e em situação muito diferente da maioria dos bancos americanos e europeus, resolveu mandar dinheiro para a sua subsidiária brasileira. Na virada do ano, o Banco Central aprovou um aumento de capital de R\$ 1 bilhão no banco. Com isso, o capital total do banco atinge R\$ 15,5 bilhões.

"Esse dinheiro será usado para alavancar nossas operações de crédito", afirma Conrado Engel, o presidente do HSBC Brasil. O índice de Basileia passará de 13,3% para 15%, ampliando a folga de capital da instituição para emprestar. O índice de nível I (que considera apenas o capital em relação aos ativos) passará de 9,2% para 11,4%.

De acordo com Engel, com essa injeção de recursos será suficiente para sustentar o crescimento do banco nos próximos três anos. No cálculo, ele leva em conta que o próprio banco gerará lucros que reforçarão o capital no período e que a instituição também fará novas emissões de dívida subordinada (dívidas que ajudam a compor o índice de Basileia).

"Depois de três anos vou precisar ligar de novo para o Mike", brinca Engel, referindo-se a Michael Geoghegan, CEO mundial do banco, que em passagem pelo Brasil em outubro afirmou que, se a subsidiária precisasse de capital, bastava pegar o telefone e pedir. Lá fora, o banco fez uma bem-sucedida



Engel, presidente do HSBC, diz que crédito imobiliário representa 70% do ativo de varejo do banco na Ásia, arte apenas 5% aqui: "Crescimento será de 40% ao ano"

oferta de ações no ano passado.

Como a maioria dos bancos, o HSBC também projeta crescimento de 20% do crédito neste ano e, de acordo com Engel, o banco pretende empregar o capital para crescer os empréstimos em três frentes: financiamento ao comércio exterior, crédito a pequenas e médias empresas e financiamento imobiliário para o cliente pessoa física.

Na área de "trade finance", o banco vai abrir agora no começo do ano uma "brazilian desk" em Xangai, na China, para atender empresas brasileiras que exportam

para chinesas e vice-versa. Dois executivos brasileiros acabam de ser mandados para lá — outros dois foram para Hong Kong para capturar investidores asiáticos interessados em aplicar no mercado brasileiro.

O HSBC espera crescer em 30% as operações de crédito para pequenas e médias empresas neste ano. Hoje, há uma base de 350 mil clientes neste segmento, com operações de R\$ 4,5 bilhões. A intenção, portanto, é fechar 2010 com quase R\$ 6 bilhões nesta carteira.

"A terceira prioridade é o crédito imobiliário, que esperamos que

crezca 40% ao ano nos próximos anos", diz Engel. "Quando eu era responsável pelas operações de varejo do banco na Ásia, 70% do ativo era de crédito imobiliário. Aqui, só 5% dos ativos de pessoas físicas estão nesse segmento", diz. Atualmente, a carteira do banco está em torno de R\$ 2,7 bilhões.

Na atividade de varejo, o HSBC vai orientar cada vez mais a sua atuação para um público de mais alta renda. "Com a consolidação bancária ocorrida aqui, temos que escolher os mercados em que vamos atuar e atender um público com interesses globais

nos dá vantagem competitiva."

O número de agências do banco será mantido ao redor de 900, mas neste ano o HSBC pretende fechar algumas deficitárias e abrir entre 20 e 30 agências do segmento Premier, que atende público com renda superior a R\$ 8 mil mensais.

Na mesma linha, o banco lança ainda no primeiro trimestre o segmento Advance, que vai pagar pessoas com renda entre R\$ 3,5 mil e R\$ 8 mil. "Queremos pessoas na faixa etária entre 35 e 40 anos, em fase de acumulação, com potencial para se tornar Premier no futuro", diz Engel.

## Banco negocia com Redecard e Cielo para credenciar

De São Paulo

O HSBC vai decidir nas próximas semanas qual a estratégia a seguir na área de cartões, mais especificamente no segmento de credenciamento de estabelecimentos para aceitação do plástico. O que está em jogo é a defesa de sua base de clientes que faz vendas no cartão, como lojistas, e as receitas geradas por eles.

O banco avalia a possibilidade de tornar-se ele próprio um ad-

quirente. Ou seja, fazer diretamente o credenciamento dos lojistas, possibilidade que se abriu com o fim da exclusividade da bandeira MasterCard com a Redecard e da Visa com a Cielo (antiga VisaNet). O HSBC já tem autorização da MasterCard para habilitar lojas a aceitar cartões com sua bandeira e poderia obter licença semelhante da Visa.

Mas, alternativamente, o banco também negocia com as duas grandes credenciadoras brasilei-

ras (Redecard e Cielo) uma parceria. O banco faria o credenciamento de sua clientela e contrariaria as empresas para processar as operações. "Com isso, teríamos participação na receita", explica Conrado Engel, presidente do HSBC. "A decisão será tomada logo", completa.

A segunda opção parece ser a mais provável quando Engel mesmo informa que mundialmente o HSBC vendeu suas operações de credenciamento, o chamado "acquiring", para a Global

Payments, uma das líderes mundiais do segmento. "Esse é um negócio que pressupõe escala, porque a margem é baixa."

O que realmente interessa ao HSBC e aos demais bancos é ter acesso ao fluxo financeiro gerado pelas vendas com cartão, ou seja, assegurar que os lojistas manterão suas contas correntes no banco. Por isso é importante não deixar a guarda aberta para a concorrência em tempos de liberação no mercado de credencia-

mento. "Isso é muito importante porque os empréstimos para pequenas e médias empresas são feitos em cima dos recebíveis de cartão. Então, o segredo é fazer o credenciamento", afirma o executivo. "A fidelidade do cliente é muito maior quando seu fluxo financeiro está dentro do banco."

Atualmente, o HSBC tem 150 mil estabelecimentos comerciais em sua base de clientes. A instituição tem uma base de cartões emitidos de 5 milhões. (VA)

Auditoria e Consultoria

Terco  
Grant Thornton  
www.terco.com.br

ANNA CAROLINA NEGRU/VALOR