



O MERCADO

A Credicard é líder de um mercado que ultrapassa a casa dos R\$ 120 bilhões em faturamento/ano. Há 35 anos tornou-se sinônimo de cartão de crédito no País, setor de extrema complexidade que envolve milhões de transações e usuários.

O mercado de cartões de crédito no Brasil mantém índices anuais de crescimento da ordem de 20%. Em 1994 cerca de 2,5% do consumo privado nacional era feito com cartões de crédito. Dez anos mais tarde,

e em Tecnologia.

A Credicard foi pioneira na oferta de soluções ao público de baixa renda. A maioria dos consumidores da faixa de renda de R\$ 300 a R\$ 500 mensais praticamente não tem acesso a outras linhas de crédito, contando apenas com o cartão de crédito para adquirir bens e serviços a prazo.

Em 2003, em continuidade a sua estratégia de inovação, lançou produtos e serviços inéditos vinculados ao cartão de

Ambiental (IstoÉ Dinheiro). Reconhecimento especial pelo atendimento aos funcionários foi feito pelo Great Place to Work Institute e Guia Exame/Você S.A., que classificaram a empresa como a 6ª Melhor Empresa para se Trabalhar no Brasil e 4ª Melhor para as Mulheres Trabalharem. Recebeu, ainda, o Prêmio Ibest.

HISTÓRIA

A história da Credicard, pioneira do setor no Brasil, está estreitamente ligada à disseminação do uso do cartão de crédito. Começa em 1970, quando o The First National City Bank (atual Citibank) lança o CityCard, com 15 mil cartões e 2 mil estabelecimentos filiados no Rio de Janeiro e em São Paulo. No ano seguinte, Itaú, Unibanco e Citibank lançam o cartão Credicard, em substituição ao CityCard e criam a Credicard, Cia. de Turismo, Promoções e Administração.

Em 1973 a Credicard já registrava mais de 180 mil contas ativas e 15 mil estabelecimentos filiados. Na década de 80 associa-se à Visa Internacional e torna-se sua emissora exclusiva no Brasil. Adquire também a franquia da bandeira Diners Club no Brasil e realiza alteração na parceria internacional, associando-se à MasterCard International.

Em 1991, com a abertura do mercado, a Credicard tornou-se a primeira emissora a lançar

cartões com validade internacional: o Credicard MasterCard Gold e o Diners Club International. A área de relacionamento com estabelecimentos comerciais é desmembrada, formando a Redecard. A seguir, cria a primeira bandeira de crédito totalmente brasileira, a RedeShop, sendo emissora exclusiva no Brasil.

Na virada do século a área de operações da Credicard é cindida, dando origem à Orbitall, maior processadora de cartões do país. Em 2001, a empresa lança o primeiro cartão de crédito pré-pago do mercado brasileiro: Credicard One, destinado aos adolescentes como alternativa prática à tradicional mesada. Em 2005 colocou no mercado



esse número se aproxima dos 10%, com mais de 52 milhões de cartões em circulação. A Credicard oferece aos clientes a diversidade de uma linha de produtos e serviços adequados a diferentes faixas etárias, renda e estilos de vida.

CONQUISTAS

Com foco no planejamento estratégico, a Credicard tem garantido a liderança deste mercado desde o seu surgimento, não apenas pelo volume das transações, mas também pela capacidade de inovação.

A base de 7,6 milhões de clientes é a mais ativa do mercado e concentra seus pagamentos nos cartões da empresa, apresentando gasto médio mensal 40% superior à média do mercado. Para manter-se competitiva e superar as expectativas dos clientes, investe continuamente em todas as frentes, superando os R\$ 300 milhões anuais, principalmente nas áreas de Vendas, Marketing

crédito: Pague Contas, Parcelamento de Fatura, Cash Back e Cartão Premiado. A estratégia de publicidade levou a empresa a ser uma das três finalistas do Prêmio Caboré, concedido pelo jornal Meio & Mensagem, na categoria Anunciante.

O destaque da Credicard no mercado garantiu, entre outras conquistas, os prêmios de Maior Empresa de Serviços Diversos e 2ª Melhor Empresa (Revista Exame – Guia Melhores e Maiores); A Mais Admirada do Setor (Carta Capital); Melhor do Brasil em Gestão da Responsabilidade Social e

EU  O MELHOR DA VIDA

o Crédito Pessoal Credicard, serviço pioneiro no setor.

PRODUTO

Manter a liderança, inovar, evoluir e fortalecer a marca no mercado de cartões de crédito são desafios contínuos para a Credicard. Com base em tecnologia avançada, a Credicard oferece produtos inéditos e supera, continuamente, as expectativas dos clientes.

Um exemplo é o Crédito Pessoal, serviço inovador da Credicard no mercado de cartões de crédito. Foi pioneira com o Pague Contas, serviço que permite aos clientes pagar por telefone ou internet contas e fichas de compensação. Outra iniciativa foi a introdução do parcelamento fixo da Fatura em 7 vezes, no ato do pagamento.

EVOLUÇÕES RECENTES

A Credicard ampliou as vantagens do cartão pioneiro lançado em 1997 para os consumidores de baixa renda, rebatizando-o como Credicard Brasil. O novo cartão oferece sorteios semanais e mensais pela Loteria Federal. Os clientes concorrem a R\$ 3 mil por semana e participam de um sorteio mensal, cujo prêmio é equivalente a 20 vezes o valor da fatura.

Um importante desafio vencido ao final de 2004 foi a conversão da administradora de cartões em instituição financeira, surgindo a Credicard Banco SA. O maior reconhecimento, entretanto, está refletido no índice de satisfação dos clientes, que situa-se em 85%, índice acima dos padrões internacionais no mercado.

COMUNICAÇÃO

A Credicard é reconhecida por investir em marketing agressivo com excelentes resultados. Em 2002 inova na comunicação com a campanha *O Melhor da Vida*, estrelada na primeira fase por Gisele Bündchen e Rodrigo Santoro.



Na sequência da campanha, que reforça o conceito *Quando você Credicard, o melhor da vida acontece*, a marca trouxe a alegria da cantora baiana Daniela Mercury durante o verão de 2005 e os divertidos Pedro Cardoso e Selton Mello para o segundo semestre do ano.

Tradicional patrocinadora da cultura, entre 1995 e 2004 contabilizou investimentos de cerca de R\$ 11 milhões. Entre as produções apoiadas figuram Central do Brasil, Orfeu, Gêmeas, Lavoura Arcaica, Carandiru, Redentor, Olga e Goleiro. É uma das viabilizadoras do Programa Extraordinário de Fomento ao Cinema Paulista.

Merece destaque o patrocínio ao Carnaval de Salvador, uma das maiores festas populares do Brasil. O gênero musical também é objeto de investimentos. Depois de assinar o patrocínio de *Les Misérables*, *A Bela e a Fera* e *Chicago*, que juntos reuniram público superior a 1 milhão de espectadores, a Credicard é a patrocinadora-master do musical *O Fantasma da Ópera*. Em 1999 inaugurou em parceria com a CIE Brasil, em São Paulo, o Credicard Hall, iniciativa pioneira de "naming rights" do País.

Na área de shows, entre os mais recentes projetos apoiados pela Credicard, está o patrocínio à turnê de Djavan. Em 2002, a empresa patrocinou a turnê nacional da dupla Sandy & Junior e, em 2003, da banda Kid Abelha. Em 2004, desenvolveu em conjunto com o Bourbon Street Music Club, em São Paulo, o projeto Credicard Vozes. O repertório inédito é um dos diferenciais do projeto que já apresentou shows de Daniela Mercury, Fernanda Abreu, Zélia Duncan, Zizi Possi, Sandy, Luiz Melodia, Ney Matogrosso, entre outros.

O apoio da Credicard ao esporte permite a realização do maior challenger de tênis do País, o Credicard MasterCard Tennis Cup, de Campos do Jordão, e o incentivo ao desenvolvimento de jovens talentos, por meio do Credicard MasterCard Junior's Cup. Patrocina também o piloto Augusto Farfus Jr., uma das promessas do automobilismo brasileiro, que hoje disputa o Campeonato Europeu de Turismo pela equipe Alfa Romeo.

VALORES DA MARCA

A Credicard é uma empresa comprometida com a legitimidade social de suas atividades, envolvendo todos os seus públicos de relacionamento: acionistas,



funcionários, consumidores/clientes, fornecedores, comunidade, governo, organizações não-governamentais e imprensa. É reconhecida em praticamente todas as áreas da moderna gestão empresarial. Isto se baseia na excelência da equipe, valores incorporados pela empresa ao longo de sua história e o compromisso social exercido por meio do Instituto Credicard.

A empresa acredita que parte da sua missão é colaborar para o crescimento e evolução do mercado brasileiro de meios eletrônicos de pagamento, uma vez que o mercado de cartões de crédito é fundamental para a economia do país. Ao investir no conhecimento das necessidades dos clientes, a Credicard amplia as vantagens do crédito a uma camada ainda maior da população brasileira.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE CREDICARD

- Primeira administradora de cartões de crédito do País, criada pela associação de três bancos: Citibank, Itaú e Unibanco.
- Foi pioneira na emissão de cartões com validade internacional no Brasil e também a primeira a lançar um cartão pré-pago, voltado para o público adolescente.
- Reconhecida e muitas vezes confundida com uma bandeira de crédito, a Credicard é um banco emissor de cartões, o maior do País.
- Emite cartões com as bandeiras Visa, Mastercard e Diners Club.
- Tem perto de 5,5 milhões de clientes, equivalente à população da cidade do Rio de Janeiro. Estes clientes possuem 7,6 milhões de cartões.

