A maior empresa de cartões do País abandona sua marca e adota o nome de um recordista das piscinas para enfrentar pela primeira vez a competição no mercado. Vai dar certo?

Sai Visanet, entra Cielo

JULIANA SCHINCARIOL

O QUE LEVARIA UMA EMpresa líder de mercado, presente em 1,5 milhão de pontos de venda e com negócios que chegam a quase R$ 55 bilhões por trimestre, a jogar fora sua marca? À primeira vista, isso não faria nenhum sentido, mas foi o que aconteceu com a Visanet, a maior empresa de cartões do País, que passará a se chamar Cielo. A marca, que significa céu em italiano e espanhol, é também o sobrenome do maior atleta brasileiro na atualidade - o nadador e recordista mundial dos 100 metros, César Cielo. Ele foi escolhido justamente porque, pela primeira vez em sua história, a Visanet terá que competir. E as braçadas de Cielo serão vitais para que a empresa enfrente a concorrência da principal rival, a Redecard, ou de novos concorrentes no mercado brasileiro de cartões de crédito ou de débito. Em agosto deste ano, a Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça, decidiu que a Visanet não terá mais exclusividade, a partir de junho de 2010, nas transações com cartões Visa - e, se infringir a determinação, estará sujeita a multas de R$ 300 mil/dia. "É um novo tempo de competição e vamos ter que nos adaptar a ele", disse o presidente da empresa, Rômulo de Mello Dias, na terça-feira 10, ao anunciar a nova identidade visual da empresa,

A partir de agora, a maquininha da Cielo, usada por milhões de comerciantes pelo Brasil afora, aceitará negócios com cartões MasterCard e também de outras bandeiras - e, em contrapartida, os cartões Visa também poderão ser aceitos nas máquinas da Redecard ou de outras empresas que também queiram ingressar neste mercado. Isso significa que as duas companhias, que têm mais de 90% do mercado de cartões brasileiros, não terão mais mercados cativos. Na prática, uma empresa poderá pular na piscina da outra. "O nadador simboliza a idéia de que não há limites para o crescimento", diz o presidente da Cielo. E esse reposicionamento da empresa foi também uma resposta à principal concorrente. Há algumas

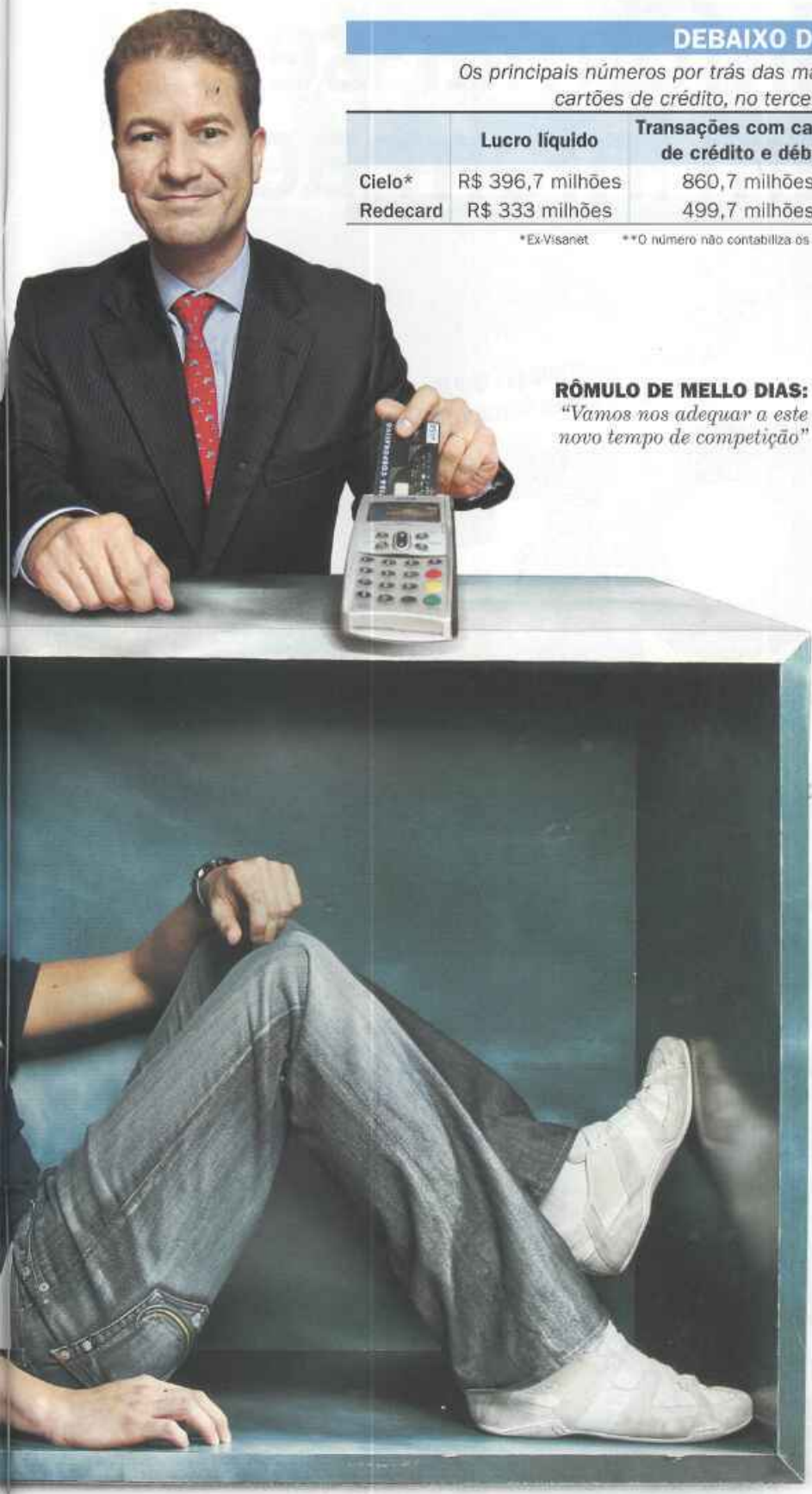
A empresa contratou **César Cielo, o mais bem-sucedido nadador brasileiro,** para continuar na liderança

DEBAIXO D'ÁGUA

Os principais números por trás das maquininhas de pagamentos com cartões de crédito, no terceiro trimestre de 2009

	Lucro líquido	Transações com cartões de crédito e débito	Volume financeiro transacionado	Pontos de venda
Cielo*	R$ 396,7 milhões	860,7 milhões	R$ 54, 176 bilhões	1,5 milhão**
Redecard	R$ 333 milhões	499,7 milhões	R$ 36,827 bilhões	922 mil

*Ex-Visanet **O número não contabiliza os TEFs, terminais utilizados por grandes redes Fonte: Empresas



RÔMULO DE MELLO DIAS: *"Vamos nos adequar a este novo tempo de competição"*

MONTAGEM SOBRE FOTO DE RACHEL GUEDES E JULIO VILELA

semanas, a Redecard lançou as primeiras campanhas publicitárias de sua história - fez um filme anunciando ter a máquina "mais democrática do Brasil" e também lançou promoções no programa *Domingão do Faustão*, da Rede Globo. "Assim que percebemos que o ambiente competitivo iria se intensificar, tentamos sair na frente com a nossa campanha", disse à DINHEIRO o diretor de planejamento estratégico da Redecard, Henrique Capdeville.

O idealizador dessa nova embalagem da Visanet foi o publicitário Roberto Justus, presidente da Young & Rubicam Brasil. **"A empresa vai botar a cara para fora e muita gente não sabia que ela é a maior rede de pagamentos do Brasil",** disse ele à DINHEIRO. Mas a escolha não é unânime entre os publicitários/"Não sei se é uma boa idéia associar a marca de uma empresa a um único nome", diz o professor de gestão de marcas da Escola Superior de Propaganda e Marketing, Ivan Pinto. "O tempo passa e hoje Cielo está numa posição. Amanhã pode estar em outra", pondera. Apenas para citar um exemplo, o maior nadador americano, Michael Phelps, recentemente teve de apresentar um pedido público de desculpas por consumir maconha. Outro esportista, André Agassi, acaba de confessar, numa biografia, o uso de anabolizantes. Espera-se que nada disso aconteça com César Cielo. Mas a aposta radical da Visanet, que captou mais de R$ 9 bilhões com seu IPO na Bovespa, realizado em junho deste ano, revela que a competição chegou mesmo, para valer no mercado brasileiro de cartões.

SCHINCARIOL, Juliana. Sai visanet, entra cielo. **Istoé dinheiro**, São Paulo, ano 12, n. 632, p. 92-93, 18 nov. 2009.