



CSU INVESTOR DAY

Outubro/2015

CONSIDERAÇÕES GERAIS

Esta apresentação pode incluir declarações que representem expectativas sobre eventos ou resultados futuros de acordo com a regulamentação de valores mobiliários brasileira e internacional. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela Companhia de acordo com a sua experiência e o ambiente econômico e nas condições de mercado e nos eventos futuros esperados, muitos dos quais estão fora do controle da Companhia.

Fatores importantes que podem levar a diferenças significativas entre os resultados reais e as declarações de expectativas sobre eventos ou resultados futuros incluem a estratégia de negócios da Companhia, as condições econômicas brasileira e internacional, tecnologia, estratégia financeira, desenvolvimentos dos clientes, condições do mercado financeiro, incerteza a respeito dos resultados de suas operações futuras, planos, objetivos, expectativas e intenções, entre outros. Em razão desses fatores, os resultados reais da Companhia podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos nas declarações de expectativas sobre eventos ou resultados futuros.

As informações e opiniões aqui contidas não devem ser entendidas como recomendação a potenciais investidores e nenhuma decisão de investimento deve se basear na veracidade, atualidade ou completude dessas informações ou opiniões. Nenhum dos assessores da Companhia ou partes a eles relacionadas ou seus representantes terá qualquer responsabilidade por quaisquer perdas que possam decorrer da utilização ou do conteúdo desta apresentação.

AGENDA

- ① A Companhia.....pág.04
- ② Meios Eletrônicos de Pagamentos.....pág.09
- ③ *Contact Center* e BPO de Atendimento.....pág.14
- ⑤ Marketing, *Loyalty* e *E-commerce*.....pág.18
- ⑥ Soluções de Infraestrutura e TI.....pág.42
- ⑦ C360 – Inteligência de Mercado.....pág.49
- ⑧ Desempenho Financeiro e Operacional.....pág.53

CSU: MAIS DE 20 ANOS EM CONSTANTE EVOLUÇÃO

1992

Marcos Ribeiro Leite cria a CardSystem:
Processadora INDEPENDENTE de meios eletrônicos de pagamento.

1996

1ª empresa do País a trabalhar com as **3 bandeiras internacionais** simultaneamente.

VISA

AMERICAN EXPRESS

MasterCard

1997

Entrada da *Advent (private equity)*.
Aquisição da UPSI Informática.
CardSystem LTDA transforma-se em **S.A.**

2013

Inovação e Sinergia:

Desenvolvimento das novas frentes.

opte+

CSU.ITS

C.360

2010

Abertura do mais moderno site de *contact center* em Barueri (SP): Alphaview.
Lançamento da plataforma Acquirer.

2006

1ª empresa do segmento a abrir capital:

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada **IGC**

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado **ITAG**

CARD3 NOVO MERCADO
BM&FBVESP

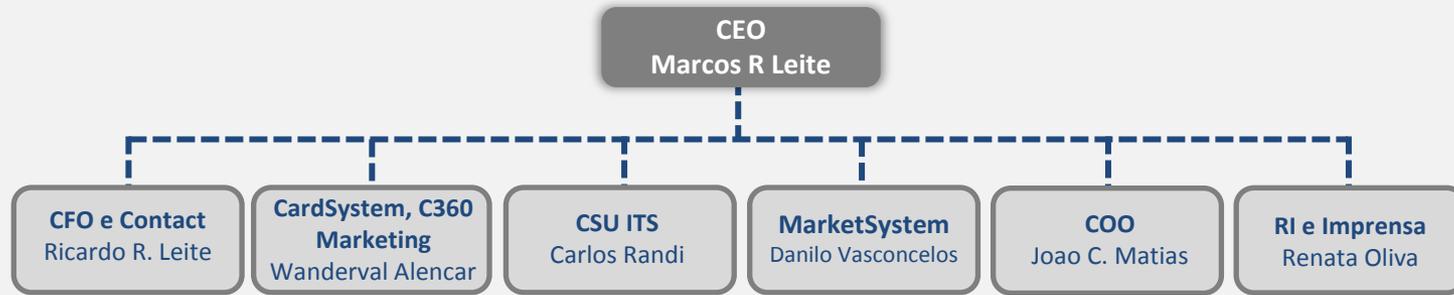
2014

Expansão do OPTe+ marca a entrada da CSU no mercado **B2C**: *e-commerce* com programa de fidelidade próprio.

1S15

Processamento de **crédito consignado** através dos cartões do BMG.
Expansão da MarketSystem.

DIRETORIA



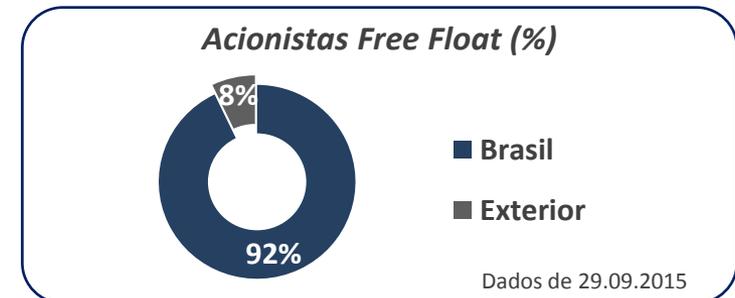
GOVERNANÇA CORPORATIVA

Nome	Cargo
Antonio Kandir	Presidente do Conselho
Antonio Martins Braga	Conselheiro Independente
Marcos Ribeiro Leite	Conselheiro
Rubens Antonio Barbosa	Conselheiro Independente
Susana Jabra	Conselheiro Independente

- Ações listadas no **Novo Mercado** da BMF&Bovespa (*mais elevado Índice de Governança Corporativa*).
- 100% *Tag Along*.
- Não possui *Poison Pills*.
- 4 membros independentes no CA (*incluindo o presidente do CA*).

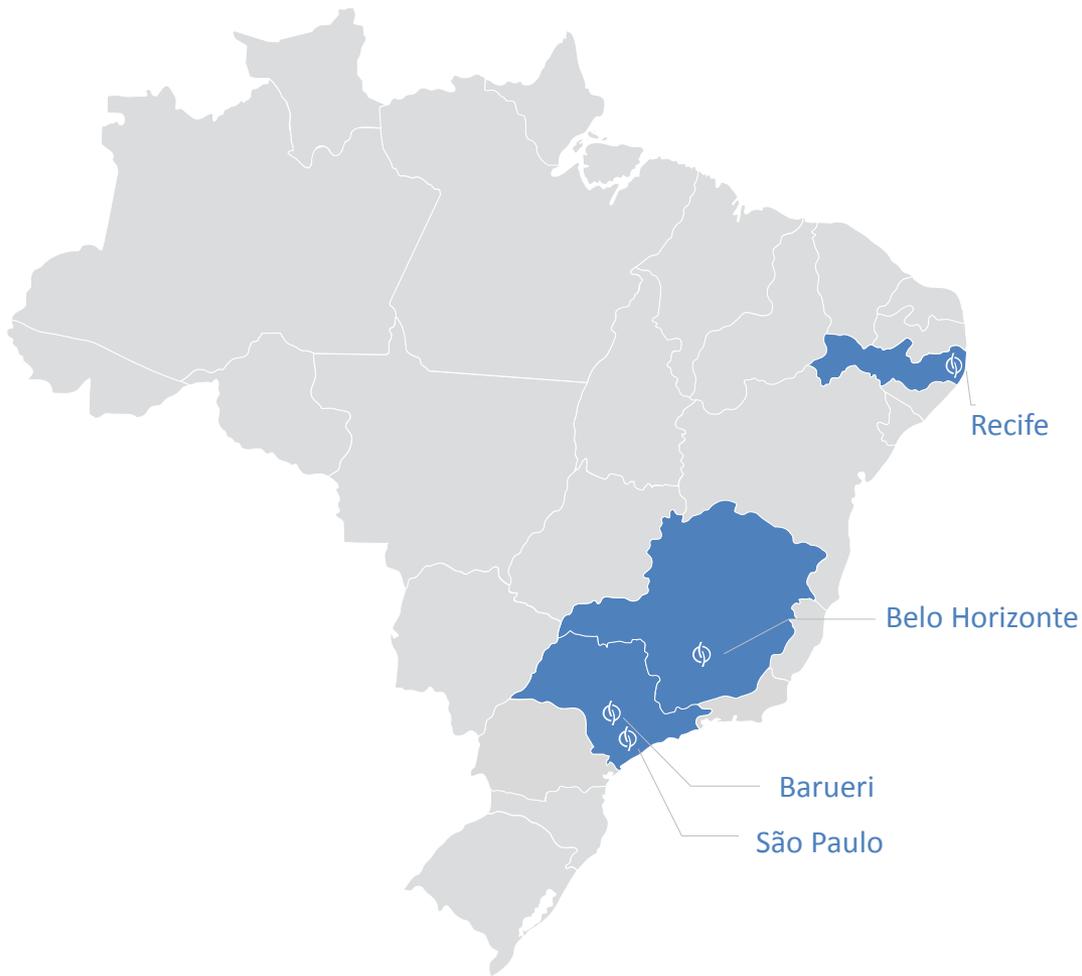
ESTRUTURA ACIONÁRIA

Acionista	Quantidade Ações ON (mil)	% Capital Social
Controle	26.369	63,1%
<i>Free Float</i>	14.877	35,6%
Tesouraria	553	1,3%
Total	41.800	100,0%





7.000 colaboradores em **4 unidades** pelo Brasil.



Unidade Recife I e II

- *Call center.*



Unidade Belo Horizonte

- CPD principal.
- Desenvolvimento.
- Sistemas e Tecnologia.
- Área de produção.



Unidade Barueri: Alphaview

- *Call center.*
- CSU ITS *data center.*
- Administrativas.
- Instituto CSU.



Unidade Faria Lima

- *Marketing.*
- MarketSystem.
- Comercial.
- Relações com Investidores.



ATUAÇÃO NO MERCADO

 CSU.CardSystem

Processamento e Administração de Meios Eletrônicos de Pagamento

 CSU.Contact

Call center

 CSU.MarketSystem

Fidelidade e e-commerce

EVOLUÇÃO PARA NOVOS NEGÓCIOS:

O *know how* adquirido em **mais de 20 anos de atuação no mercado** levou a CSU à **expansão das suas atividades para outras frentes de negócios correlacionadas.**



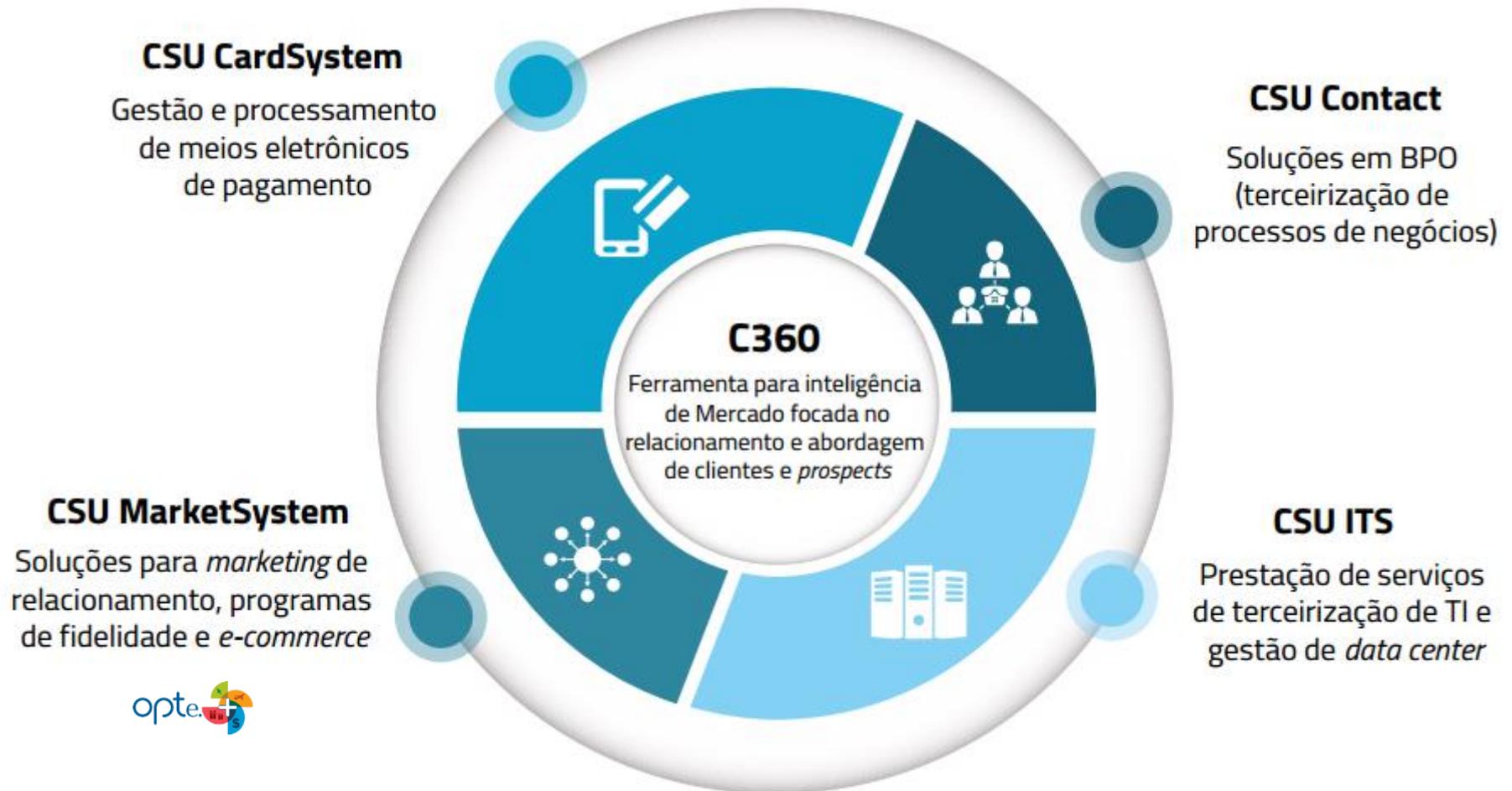
Plataforma tecnológica para programas de **fidelização** e **e-commerce** (B2B – Shopping Corporativo – e B2C www.optemais.com.br).

C.360°

Plataforma para **relacionamento com clientes através de multicanais digitais**: SAC, vendas, cobrança, ativação, retenção e outros.

CSU.ITS

Prestação de serviços de **BPO/TI**:
Hosting gerenciado, *colocation*, *cloud computing* e serviços consultivos de TI.





MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO

MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTOS

11-13% crescimento do mercado para 2015 (ABECS).

74% da população brasileira bancarizada/+ 5 p.p. em 12 meses (CardMonitor).

30% da população brasileira possui algum meio eletrônico de pagamento (ABECS).

MERCADO DEFENSIVO

- **Baixa penetração.**
- **Taxas de crescimento de dois dígitos.**
- **Oportunidades:**
 - ✓ Cartão Consignado.
 - ✓ Cartão Convênio.
 - ✓ Expansão para o varejo (*private labels*).
 - ✓ Banco regionais.

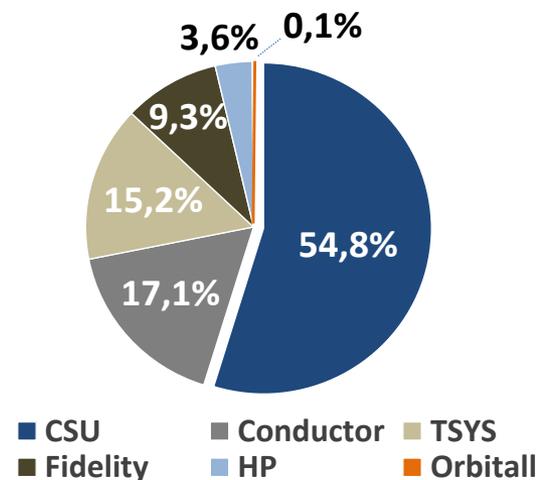
POSICIONAMENTO CSU CARDSYSTEM

13% crescimento anual da base de cartões faturados processados pela CSU no 2T15

55%* do mercado endereçável (excluindo os grandes bancos) é processado pela CSU.

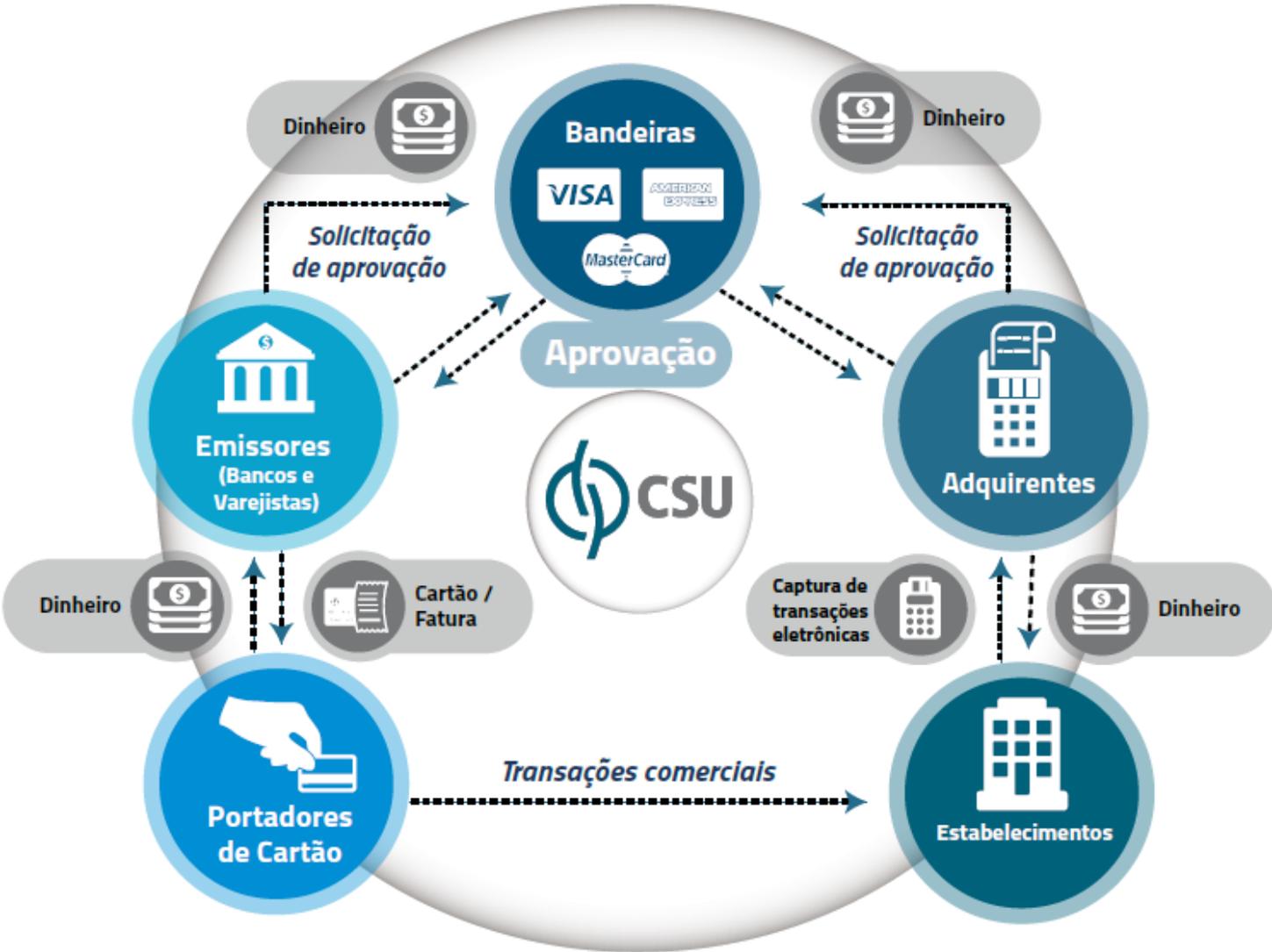
17 milhões de cartões faturados no 2T15.

MERCADO ENDEREÇÁVEL
(Market Share)



*Estimativas CSU e Card Monitor. Mercado Endereçável CSU.

A CSU POSSUI PAPEL CENTRAL NO NEGÓCIO DE TRANSAÇÕES ELETRÔNICAS NO BRASIL.



KNOW HOW

- ✓ Especializada no **processamento e administração de meios eletrônicos de pagamento.**
- ✓ Companhia **INDEPENDENTE**: possibilita aos bancos e varejistas emitirem seus próprios cartões.

PRODUTOS

CARTÕES DE CRÉDITO

CARTÕES PRÉ PAGOS

CARTÕES CONSIGNADOS

PRIVATE LABEL

CO-BRANDED

HÍBRIDOS

CARTÕES DÉBITO

CARTÕES CONVÊNIOS

VANTAGENS COMPETITIVAS

KNOW-HOW



INDEPENDÊNCIA



SEGURANÇA



AGILIDADE & QUALIDADE



Certificação PCI-DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) definido pelas principais bandeiras do mercado.

RESGUARDA A CONFIDENCIALIDADE E INTEGRIDADE DOS DADOS DO PORTADOR DO CARTÃO.

Volumes de Compras por parte dos Emissores (em milhões)



Número de Transações de Adquirência (Base 100)



Serviços aos Emissores (Bancos e Varejistas)

- Processamento
- Autorização
- Prev. à Fraudes
- *Contact Center*
- Controle Operacional
- *Back Office*
- Embossing de Cartões
- Gestão de Faturas

Serviços aos Adquirentes

- Gestão da operação
- Processamento
- Prevenção e Fraude
- Gestão de Rede
- *Charge Back*

⁽¹⁾ 2015TD: dados anualizados, data base Ago15.



CONTACT CENTER E BPO DE ATENDIMENTO

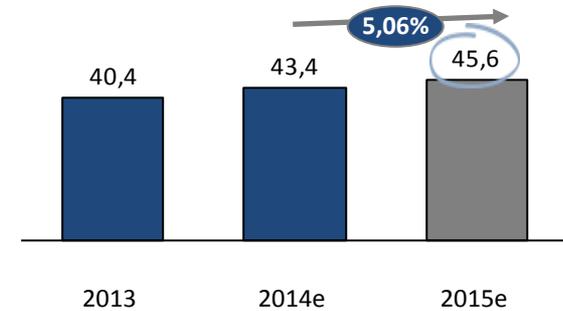
PROJEÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO PARA 2015:

Operações terceirizadas devem faturar

R\$ 15,5 bilhões (2015e):

Crescimento de 3,73% vs. 2014.

Faturamento total Mercado Call Center – Brasil
Terceirizado e Internalizado (R\$ bilhões)



Fonte: E-Consulting Group

POSICIONAMENTO CSU CONTACT

Ranking

17º

PA's totais (Considerando ranking que elenca as 100 maiores empresas do Brasil)

15º

Faturamento total (R\$ 207,7 milhões da faturamento CSU Contact em 2014).

Fonte: Call center inf. Dados de 2014.

FOCO

Operações de
MAIOR COMPLEXIDADE e
MAIOR VALOR AGREGADO
com **MARGENS SUPERIORES.**

Unidade especializada na terceirização de *contact center*, via posições de atendimento ou canais digitais:

SMS, *voicer*, redes sociais, *e-mail*, *web*, “reclame aqui”, *chat* e outros.

Telemarketing
Receptivo ou Ativo

Ativação

SAC / Help
Desk

Cobrança

Back Office

Retenção /
Fidelização

- **Sinergia** com as demais unidades de negócios.
- Foco em **operações de maior valor agregado**.

MÍDIAS
SOCIAIS



BACK
OFFICE



PRÊMIOS 2014 ⁽¹⁾

- CSU Contact: *Transformando clientes críticos em clientes satisfeitos com recuperação de receita* (ouro)
- CSU Contact: *Virando o Jogo na Cobrança em Sergipe/ Banco do Brasil* (bronze)
- CSU Contact: *Entender para Atender* (prata)
- CSU Contact: *Melhor Atendimento Via Redes Sociais*

⁽¹⁾ Nota: Todos os prêmios recebidos estão disponíveis em: www.csu.com.br



Praça de Alimentação dentro da Companhia.



Universidade Corporativa



25 mil m² de ambiente operacional.



10 m da estação de trem da CTPM/Metrô.



A smiling woman with long brown hair is sitting on a light-colored sofa. She is wearing a white top and white pants. She is holding a credit card in her right hand and has several brown paper shopping bags around her. The background is a bright, slightly blurred indoor setting.

**MARKETING DE RELACIONAMENTO,
*LOYALTY E E-COMMERCE***

MERCADO DE ATUAÇÃO - Fidelidade

Mundo

10.000

Programas de Fidelidade
~ 8%a.a.

7,6 bilhões

Membros de Programas
~ 12%a.a.

16,0 trilhões

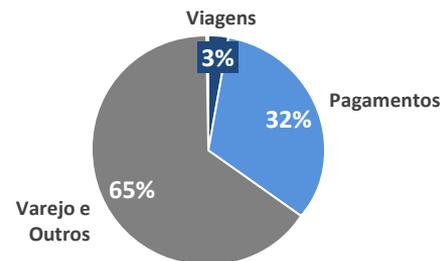
Pontos emitidos/ano,
equivalente a um valor de
US\$ 117 bilhões

48,0 trilhões

Pontos inutilizados,
equivalente a um valor de
US\$ 360 bilhões



Programas de Fidelidade



PONTOS em números

América do Norte

3.000

Programas de Fidelidade

2,3 bilhões

Membros de Programas

6,7 trilhões

Pontos emitidos/ano,
equivalente a um valor de

US\$ 51 bilhões

21,0 trilhões

Pontos inutilizados,
equivalente a um valor de

US\$ 154 bilhões



Pontos Emitidos



Membros acumulam **5.700** pontos por programa/ano, que valem ~**US\$ 42**.

1/3 dos pontos expiram.

MERCADO DE ATUAÇÃO - Fidelidade

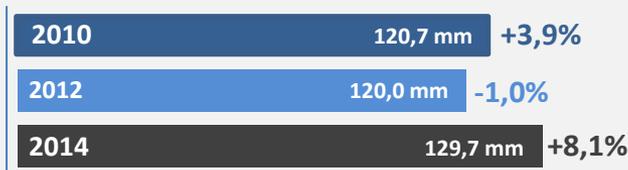
 Canadá:

✓ SUCESSO em todas as categorias*:

Varejo	↑12,3%
Financeiro	↑6,5%
Coalizão	↑3,7%
Viagens e Outros	↑1,7%

✓ CRESCIMENTO contínuo:

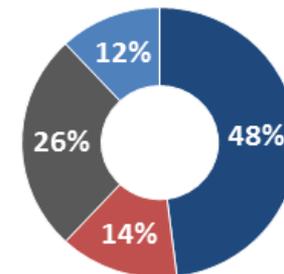
Total de membros canadenses cresceu 8,1% em 2014.



Total membros canadenses

129.730.000 membros em 2014

✓ Principais players*:



■ Varejo ■ Viagens/Outros
■ Financeiro ■ Coalizão

 Estados Unidos:

✓ A MÁ NOTÍCIA...

Uma vez inscritos, os membros geralmente... desaparecem.

As famílias americanas estão inscritas em média em **29** programas de fidelidade, mas é ativa em apenas **12**.



✓ A BOA NOTÍCIA...

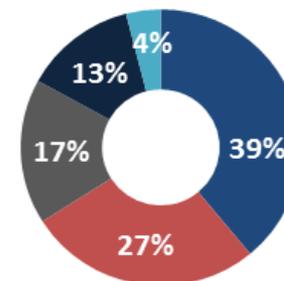
Os programas de fidelidade continuam crescendo.



Total membros americanos

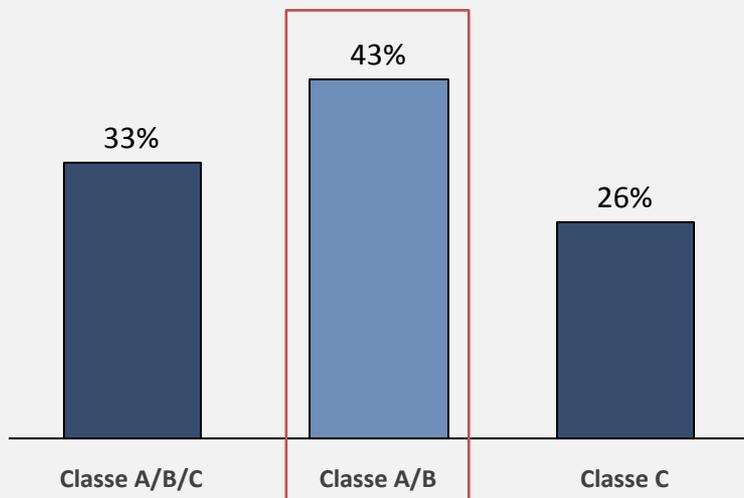
3.300.000.000 membros em 2014

✓ Principais players*:



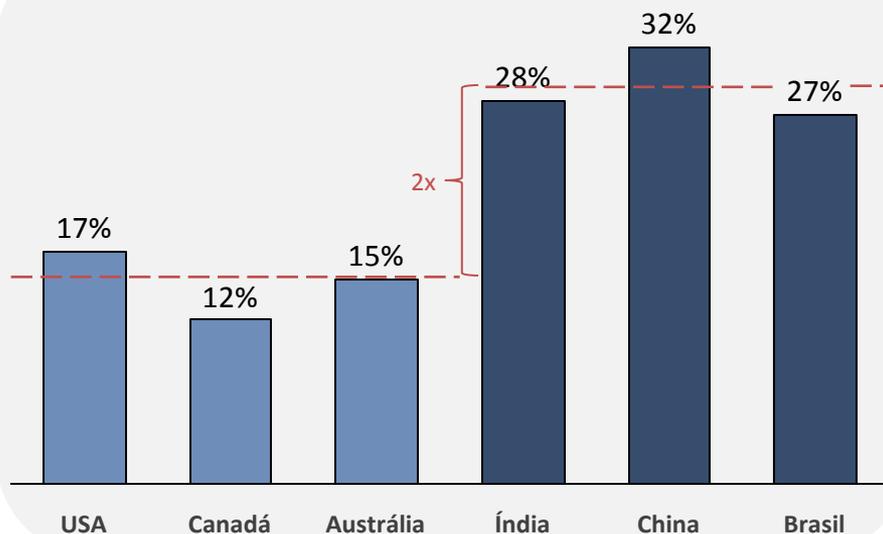
■ Varejo ■ Viagens e Saúde
■ Financeiro ■ Plat. Emergentes
■ Outros

 Penetração de Loyalty por classe social no Brasil



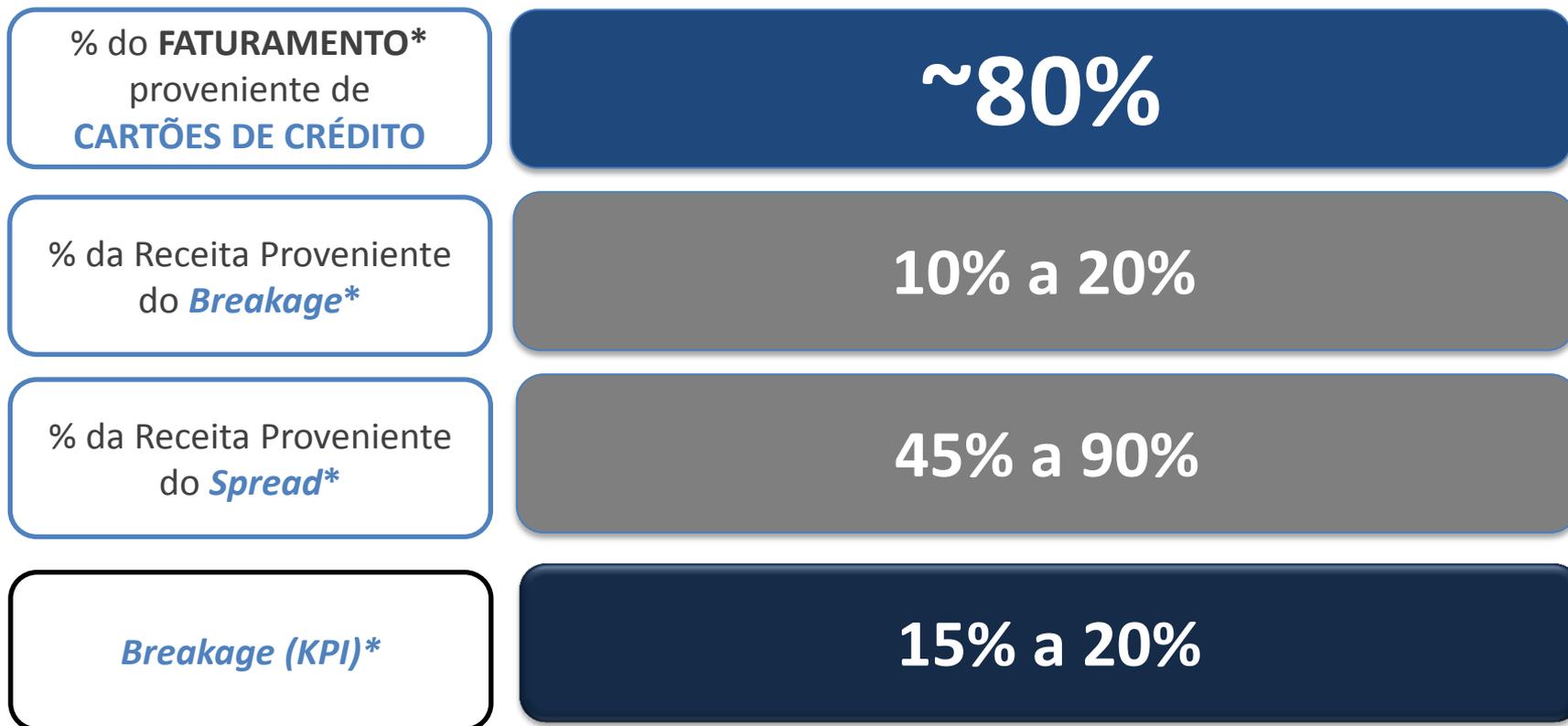
Oportunidade de expansão para classes pouco penetradas, principalmente através do varejo.

Influência dos programas na decisão de compra



A influência dos programas de fidelidade na decisão de compra é maior nos países emergentes se comparado aos países desenvolvidos.

O setor de Cartão de Crédito é o principal componente de faturamento dos Programas de Coalizão das Cias Aéreas - PCCAs, e o que efetivamente gera o **efeito coalizador**.



(*) valores referentes ao 2T15.

Nota: Foram avaliadas as empresas Multiplus e Smiles, que possuem informações públicas.



Brasil:

~BRL 5-10 Bi

NÃO HÁ INFORMAÇÕES CONSENSUADAS, MAS ESTE É O PROVÁVEL RANGE DE VALORES MOVIMENTADOS NO MERCADO BRASILEIRO DE *LOYALTY*

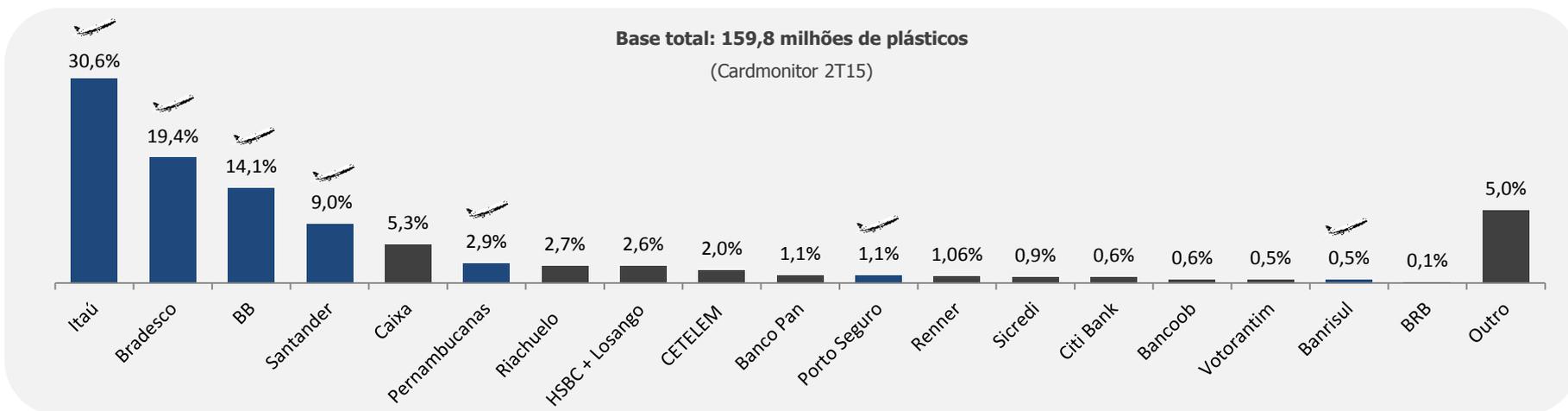
Mercado em EXPANSÃO

Crescimento E-COMMERCE

Momento de Crise: mais barato FIDELIZAR

OPORTUNIDADES: varejo e classes C e D

FUGA DAS MILHAS: tendência ou *mainstream*?



A MarketSystem é a divisão da CSU especializada há mais de 15 anos em *marketing* de relacionamento, *loyalty* e agora *e-commerce*.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

- **Loyalty**
 - Plataforma própria para o processamento de programas de fidelidade baseados no acúmulo e resgate de pontos
- **Marketing Direto**
 - Planejamento estratégico, tático e financeiro e implantação e gestão de programas e campanhas *on e off-line* para aquisição, ativação, rentabilização, fidelidade, *member-get-member*, retenção e recuperação de clientes
- **Premiação e E-commerce | Opte+**
 - e-Marketplace completo com dezenas de parceiros integrados para oferecer produtos, serviços e viagens para compra ou resgate.
- **Digital**
 - Sites e Hotsites
 - Plataforma integrada com as principais redes sociais para ações de relacionamento, venda, ativação, geração de *leads*, entre outros
- **Comunicação:** Telemarketing ativo e receptivo, discador digital, E-mail marketing e SMS marketing,
- **Database Marketing & Gestão de Campanha:**
 - Tratamento e enriquecimento de cadastros, estruturação e gestão de DBM, Gerenciamento de campanhas e trigger marketing.
- **BI e Modelagem Estatística**
 - Segmentação, modelagem estatística/datamining e business intelligence (BI), executados por equipe e sistemas *state-of-the-art*

LOYALTY ONE STOP SHOP

1

Análise e diagnóstico

2

Estratégia Mercadológica

Estratégia Financeira

Estratégia de Comunicação

3

Implementação

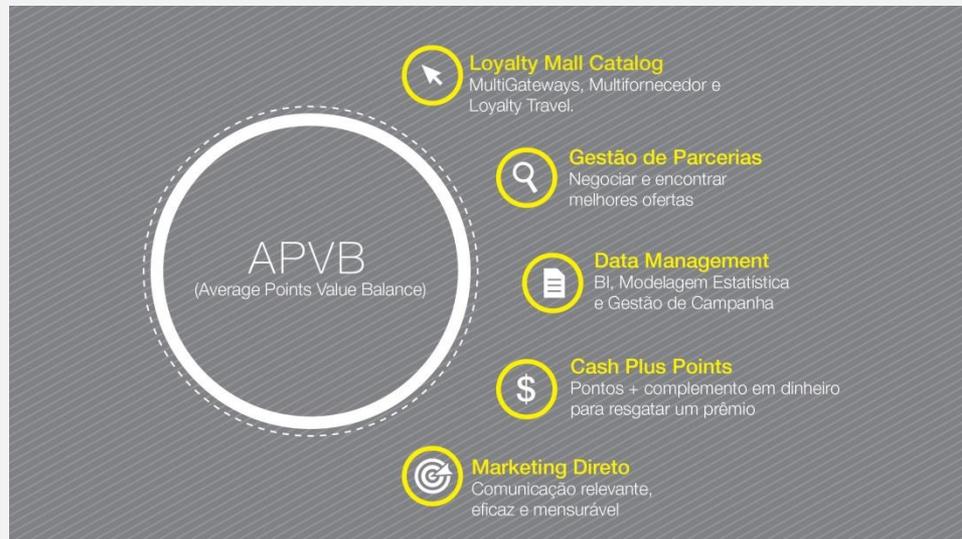
4

Operação e gestão do programa/ações:

- Processamento de Pontos
- Atendimento ao cliente
- Gestão de Pontos e Portfólio
- Premiação
- *Data Analytics*
- Comunicação

Metodologia única

A Gestão eficiente de Passivo ou **APVB® – Average Points Value Balance**, está baseada em 5 dimensões principais:

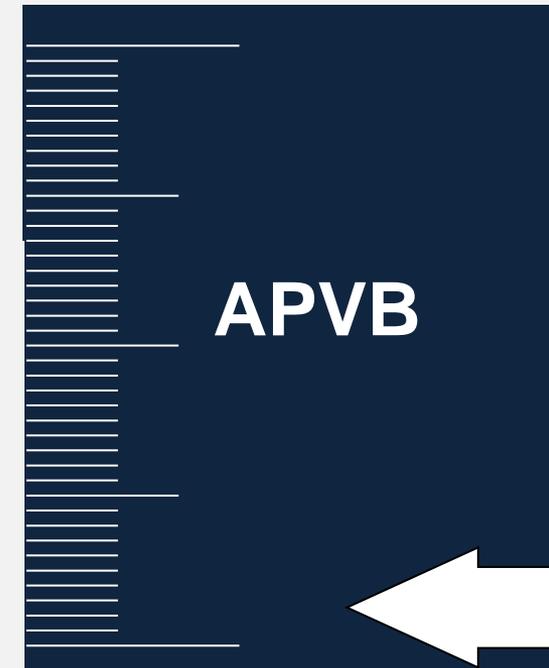


Foco em clientes e produtos de maior valor | Promoções

Ideal para trabalhar negociações agressivas | Pontos+Dinheiro | serviços *priceless* | Microrewards

Points Over Value

Maior atratividade p/ consumidor
Maior custo para empresa



Points Under Value

Menor atratividade p/ Consumidor (?)
Menos custo para empresa

PLATAFORMA DE *MARKETPLACE*



O OPTe+ foi desenvolvido em 2012 para revolucionar os antigos programas de fidelidade.

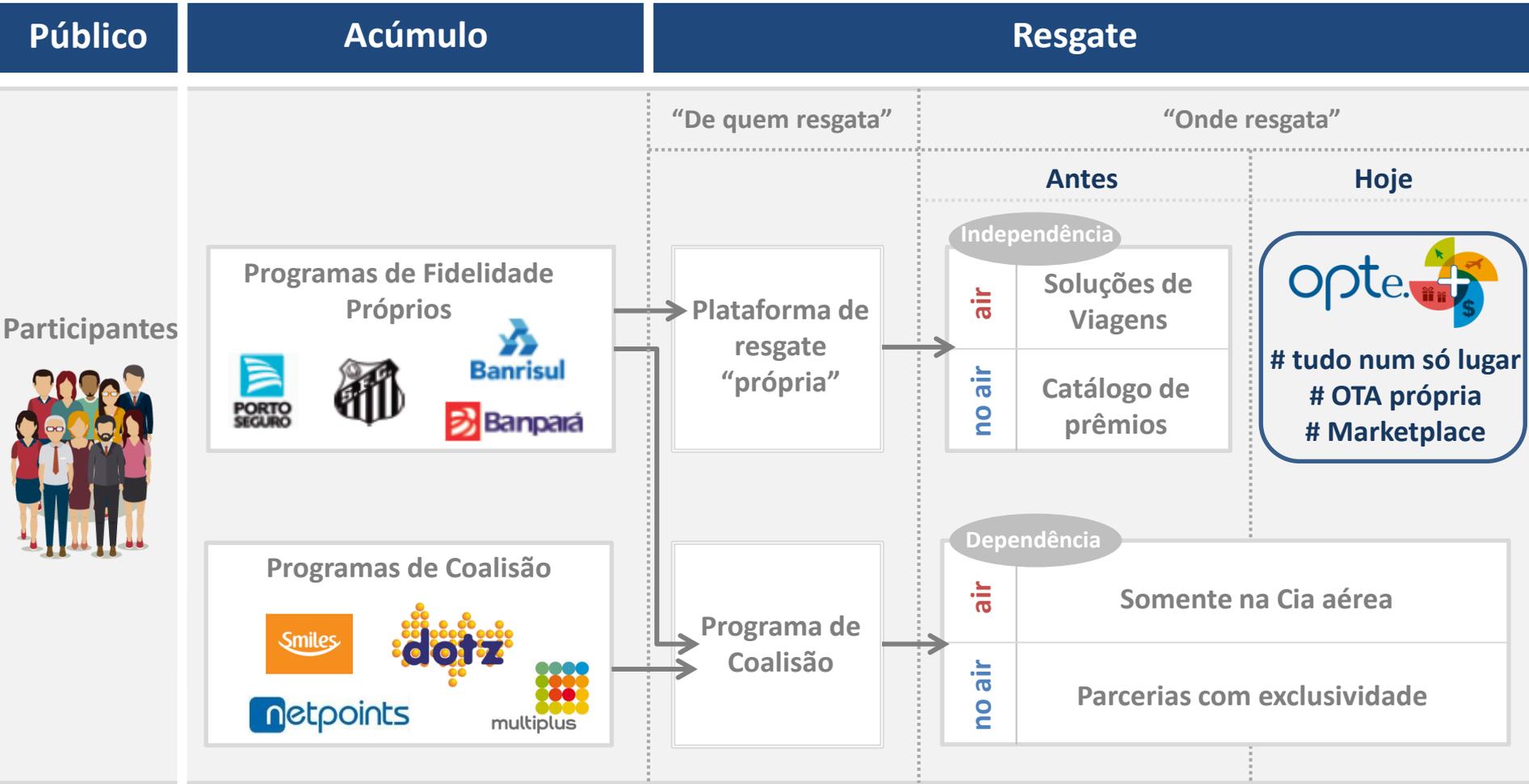
A mais completa plataforma de *e-commerce* do Brasil
Um verdadeiro *e-marketplace*



- + Multigateway
- + Multifornecedor
- + Multipagamento
- + Multiplataforma
- + Multicampanha



Posicionamento OPTe+



Produtos



*Entre outros parceiros

Viagens



STAGE

STAGE CSU:

- Captura de 100% das SKUs dos parceiros.
- Normalização de nomes e códigos de produtos.
- Gerenciamento das ofertas.
- Exposição na vitrine OPTe+.

🔗 A experiência de navegação dos principais *e-commerces* do mundo aplicada ao processo de relacionamento

SUPER BUSCA DE PREÇOS

Pontos + Dinheiro

Tracking Online dos Pedidos

Agência de Viagens completa

- **250** cias aéreas
- **60** mil hotéis
- **5** mil pacotes



MULTIÂNCORA: Carrinho e *check out* únicos

MEU CARRINHO

CONTINUAR RESGATANDO

CONCLUIR RESGATE

Item	Nome	Valor Individual	Excluir	Qtd	Total
<i>Atualizar quantidade(s)</i>					
	Capa de Cobrir Carro Luxoar Impermeável of Forro 7291 - Tamanho P pontofrio.com	41-16.344-pontos por 6.451 pontos		<input type="text" value="1"/>	6.451 Pontos
	Celular Desbloqueado LG C365 Preto/Azul com Teclado QWERTY, Câmera 2MP, Rádio FM, MP3, Bluetooth, Wi-Fi, Fone de Ouvido e Cartão 2GB - Vivo extra.com.br	41-22.000-pontos por 16.311 pontos		<input type="text" value="1"/>	16.311 Pontos
	Internet Player Sony NSZGS7 com Google TV, Android v3.2, Bluetooth 3.0 e Cabo HDMI Incluso FAST	41-54.667-pontos por 27.875 pontos		<input type="text" value="1"/>	27.875 Pontos
	Case de Corrida Carros 2 magazineluiza	41-10.464-pontos por 8.849 pontos		<input type="text" value="1"/>	8.849 Pontos
<i>Atualizar quantidade(s)</i>					

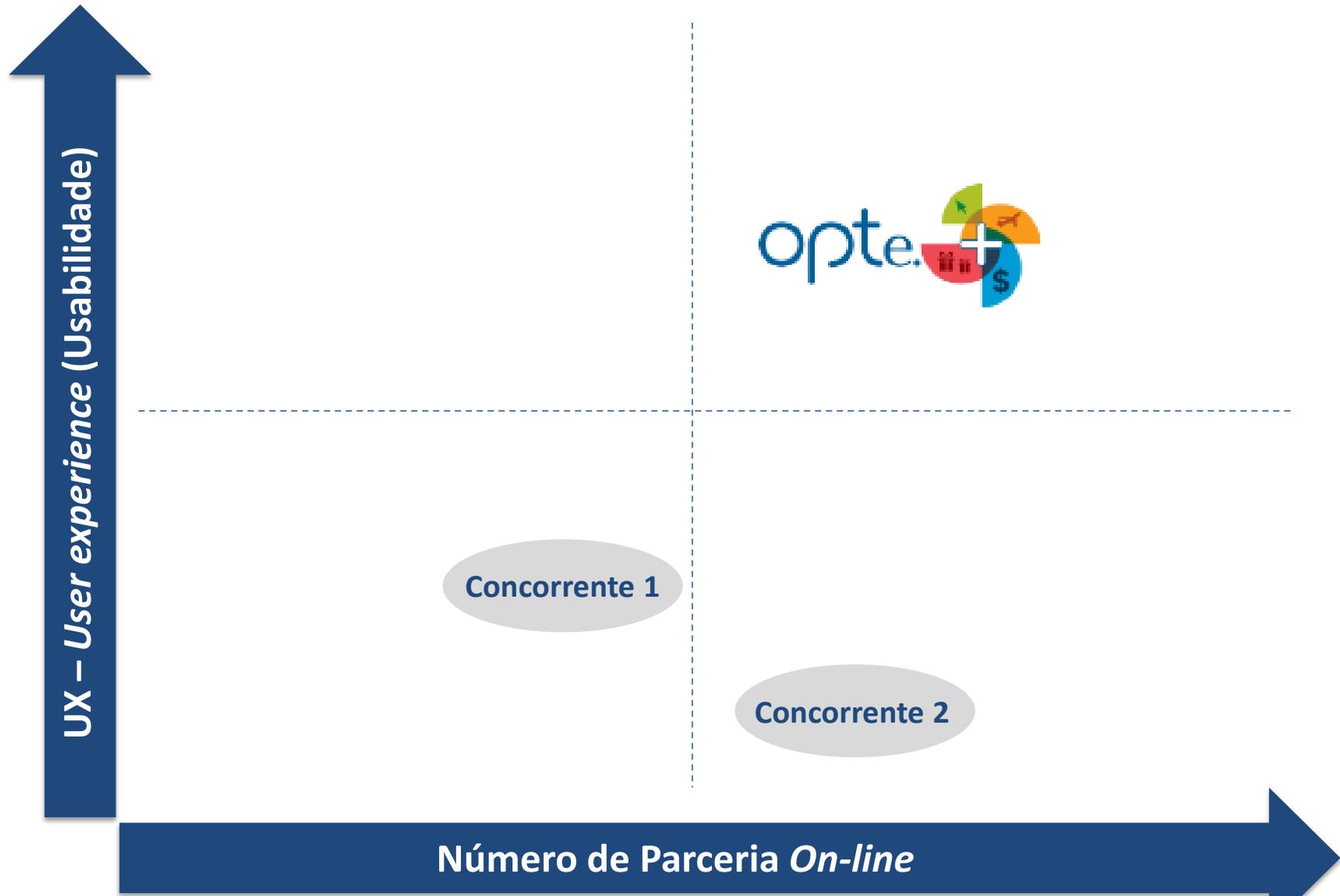
Os produtos selecionados poderão ser entregues em prazo de entrega diferentes.

- 59.486 pontos
- 53.537 pontos + R\$ 76,93
- 47.589 pontos + R\$ 153,86
- 41.640 pontos + R\$ 230,79
- 35.692 pontos + R\$ 307,72
- 29.743 pontos + R\$ 384,65

Total: 59.486 Pontos



Posicionamento OPTe+ em relação à concorrência no que se refere à qualidade da solução



BENEFÍCIOS PARA EMPRESA	opte.	MILHAS
GANHOS COM <i>BREAKAGE</i> Economia real de até 30%		-
CUSTO DO PONTO Possibilidade de gerenciar o custo		-
POSSIBILIDADE DE PACOTES CUSTOMIZADOS Personalização do produto para o participante		-
POSSIBILIDADE DE GESTÃO DE PASSIVO Metodologia própria CSU MarketSystem		-
ATIVACÃO DO PARTICIPANTE Trava do BIN do cartão, CPF ou código do cliente		-
NÃO DEPENDÊNCIA DE UMA CIA AÉREA +250 cias aéreas disponíveis		-
POSSIBILIDADE DE PROMOÇÕES AGRESSIVAS Aproveitando a dinâmica da cadeia de fornecimento		-
MANUTENÇÃO DO RELACIONAMENTO COM CLIENTE Afinal, essa é a razão de um PROGRAMA DE FIDELIDADE!		-

30% Até
 De **redução**
 Nos custos com premiação



Uma **agência de viagens *online*** completa para resgates de viagens sem a necessidade do uso de milhas.



Mais de **1 milhão** de produtos: Eletroeletrônicos, moda, decoração, esportes, brinquedos, pet shop, acessórios entre outros.

BENEFÍCIOS PARA PARTICIPANTES



MILHAS

PONTOS + DINHEIRO

Viabiliza os resgates de produtos de alto valor



—

MAIS CONVENIÊNCIA PARA O CLIENTE

Resgate imediato, sem transferência de pontos



—

ABRANGÊNCIA: SOLUÇÃO COMPLETA EM VIAGENS

Bilhetes aéreos, pacotes, hotéis, aluguel de carros



—

PONTUAR COMPRANDO VIAGENS COM PONTOS

Ajuda a manter o ciclo de resgates sem custo adicional



—

PAGAR AS TAXAS DE VIAGENS COM PONTOS

Reforça o conceito de “Viagem Prêmio”



—

MAIOR DISPONIBILIDADE

O participante pode escolher a melhor opção



—

“Bilhetes têm diferenças de preço de até 490%”

Competição no ar

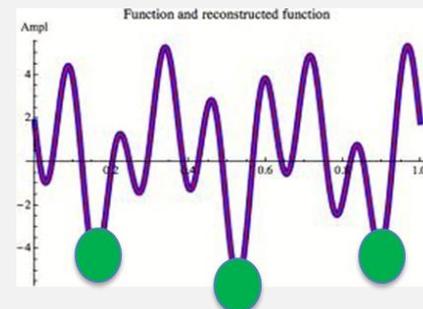
Preço de passagens aéreas para as festas de fim de ano, nas cinco rotas mais movimentadas do país - RS

■ Natal 22/12 a 26/12

	Congonhas - Santos Dumont		Cumbica-Salvador		Congonhas-Brasília		Cumbica-Recife		Cumbica-Porto Alegre	
	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta
Avianca	405	405	565	565	625	625	905	905	435	435
Gol	165,90	183,90	525,90	205,90	252,90	228,90	814,90	375	1225,00	1209,90
TAM	104	99	717	242	157	209	879	389	232	104,90

■ Ano Novo 29/12 a 02/01

	Congonhas - Santos Dumont		Cumbica-Salvador		Congonhas-Brasília		Cumbica-Recife		Cumbica-Porto Alegre	
	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta	Ida	Volta
Avianca	405	405	565	565	625	625	905	905	435	435
Gol	165,90	183,90	525,90	205,90	228,90	228,90	739,90	375	1209,90	1209,90
TAM	209	515	1213	1213	157	209	879	389	145,90	232,90



Matéria publicada pelo jornal Valor Econômico em 21/9/12.

EVOLUÇÃO OPTe+: Ao final de 2014 a CSU passou a oferecer os benefícios do OPTe+ diretamente para o consumidor final.



Telefones

Atendimento via Chat

Olá Visitante, seja bem vindo!



O MAIS COMPLETO SHOPPING DO E-COMMERCE

Efetuar Login



Meu Carrinho



PASSAPORTE OPTE+
Fidelidade
CLIQUE E CONHEÇA O PASSAPORTE OPTE+

powered by



Há 22 anos líder em transações eletrônicas na América Latina

Digite aqui o que você deseja encontrar



PRODUTOS

VIAGENS

MODA



Todos os Departamentos



Eletrônicos e Telefonía



Informática e Computadores



Eletrrodoméstios e Electroportáteis



Livros e Entretenimento



Saúde e Beleza



Pet Shop



Casa e Decoração



Bebês e Brinquedos



Cama, Mesa e Utilidades Domésticas

especial
VESTIDOS

CONFIRA

NEW IN
PRIMAVERA • VERÃO 16

VESTIDO LÁPIS TVZ

por **R\$ 399,90**

CONFIRA

SAIA POÁ PLISSADA
Bossa-à-portêr

de: R\$ 285,00
por **R\$ 228,00**

CONFIRA

PASSAPORTE OPTE+
Fidelidade



ACUMULE PONTOS
em todas as suas compras e também pelas redes sociais



TROQUE PONTOS
sem restrições por produtos e viagens



SEUS PONTOS VALEM DINHEIRO!
Use seus pontos e obtenha até 90% de desconto em qualquer compra

Eletrônicos e Telefonía



PASSAPORTE OPTE+



PASSAPORTE OPTE ACUMULE PONTOS em todas as suas compras e transfira para todos os cartões
TROQUE PONTOS em lembranças por produtos e viagens
SEUS PONTOS VALEM DINHEIRO! Use seus pontos e obtenha até 90% de desconto em qualquer compra

 TVZ Vestido Lápis Malha Supremes R\$ 329,90 ou parcelas sem juros ou troque por 36.688 PONTOS COMPRAR	 TVZ Calça Span Flare R\$ 449,00 ou parcelas sem juros ou troque por 19.261 PONTOS COMPRAR	 BIANCA BERTONI Blouse Turtleneck Coral e Sodalita R\$ 501,75 ou parcelas sem juros ou troque por 46.032 PONTOS COMPRAR	 TVZ Top Silk Crepe R\$ 100,00 ou parcelas sem juros ou troque por 9.179 PONTOS COMPRAR
--	--	---	---

FASHION

Passagens
 Ida e Volta - Sorrento Ida
 ORIGEM: São Paulo (SAC) - SP DESTINO: Nova York (NYC) - NY
 IDA: 18/09/2015 VOLTA: 21/10/2015
 ADULTOS: 1-12 ANOS CRIANÇAS: 0-11 ANOS Bebês: 0-23 kg (23 kg até 23 kg)
 Garantir sua divida. **PESQUISAR**

PASSAGENS PARA FORTALEZA
 a partir de 5x R\$ 56,70 ou 3x até por R\$ 203,04
CONFIRA

DIÁRIAS PARA 2 EM MARAGOGI
 + Café da Manhã
 a partir de 5x R\$ 47,23 ou 3x até por R\$ 236,12
CONFIRA

DESTAQUES NACIONAIS

PASSAGENS PARA PORTO SEGURO
 a partir de 5x R\$ 47,79 ou 3x até por R\$ 236,91
CONFIRA

DIÁRIAS EM FOZ DO IGUAÇU
 19 dias com café da manhã
 a partir de 5x R\$ 19,80 ou 3x até por R\$ 99,00
CONFIRA

PASSAGENS PARA SANTIAGO
 a partir de 5x R\$ 171,61 ou 3x até por R\$ 656,02
CONFIRA

PASSAGENS PARA SALVADOR
 a partir de 5x R\$ 48,74 ou 3x até por R\$ 243,67
CONFIRA

DESTAQUES INTERNACIONAIS

PASSAGENS PARA PORTO ALEGRE
 a partir de 5x R\$ 23,65 ou 3x até por R\$ 118,24
CONFIRA

PASSAGENS PARA MIAMI
 a partir de 5x R\$ 302,79 ou 3x até por R\$ 1.112,70
CONFIRA

GANHE 1.000 PONTOS
 Na sua próxima compra para ganhar em qualquer produto de site
CADASTRE-SE

TRAVEL

NEGÓCIOS | varejo



SAI O CATÁLOGO ENTRA O MARKETPLACE

DIVERSIDADE + INDEPENDÊNCIA = COMPETITIVIDADE

A DANÇA DOS PREÇOS

Cada vez mais varejistas adotam a lógica do mercado de ações para mudar seus preços de acordo com a demanda. Em um só dia, a variação pode chegar a 50%

MICHELE LOUREIRO

OS CLIENTES MAIS ATENTOS DA LIVRARIA Cultura vêm percebendo uma dinâmica diferente nos preços dos 4,5 milhões de produtos vendidos no site da empresa. Até pouco tempo atrás, os valores cobrados pelos itens eram os mesmos das lojas físicas. Agora, eles sobem e descem em intervalos de tempo cada vez mais curtos, às vezes de hora em hora. Um livro que no começo do dia é vendido por 30 reais pode terminar custando 25 ou 35 reais, por exemplo.

As mudanças são resultado de uma nova política de precificação da empresa, que passou a ser estudada há dois anos. A equação tradicional de cálculo do preço — custo mais margem — foi engavetada. Agora, entram na conta variáveis como preço do mesmo produto na concorrência, estoque e demanda. “Tudo é feito de forma automática. Há um piso e um teto para cada produto, mas as variações são definidas por um software”, diz Thomaz Yazima, sócio da consultoria Intellecta, especializada em precifica-

ção, que desenhou o projeto para a Cultura (procurada, a livraria não concedeu entrevista).

Embora seja novidade, essa estratégia de variar o preço em função do dia de acordo com a demanda já tem até nome: precificação dinâmica. A prática começou em 2008 nos Estados Unidos. Varejistas como Amazon, Best Buy e Decide se popularizando. Em 2012, os preços apenas com base no custo dos produtos, essas varejistas utilizam softwares que monitoram a veracidade dos clientes e as promoções da concorrência. Em alguns casos, alteram os valores a cada 15 minutos. É a chegada ao varejo de uma lógica usada há décadas para comprar e vender ações — quanto mais pesada as estivo interessadas em um produto, maior é o valor cobrado por ele.

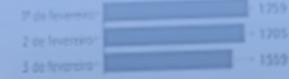
É o tipo de inovação que não poderia existir sem a internet e a transformação que o comércio eletrônico causou na cabeça do consumidor. No Dia das

Crianças, por exemplo, esse sistema de algoritmos identifica a mudança de preços da concorrência e começa a baixar os preços. No varejo, essa lógica também é utilizada há pelo menos 10 anos. Nos últimos meses, o Buscapé mostrou um serviço de monitoramento de preços do mercado que é vendido para as grandes varejistas do país. Embora seja novidade para os varejistas, a lógica da mudança automática de preços utilizada há pelo menos 10 anos pelas companhias aéreas, com o sistema de precificação de preços, o horário do voo e previsão de demanda formam dezenas de tarifas para o mesmo voo. A variação entre o maior e o menor preço pode chegar a 500%. Mas as adaptações para o varejo exigem ajustes precisos para o horário de embarque — o que ficar variação de preço para o dia seguinte. Na insua de atrair consumidores, as lojas virtuais correm o risco de ignorar essa enorme diferença — e perder dinheiro. Para varejistas que vendem pela internet e também em lojas físicas, o maior risco é que preços muito baixos na web afastem os consumidores das lojas. Mas, quando beneficia, a gestão dinâmica de preços pode aumentar os lucros de uma empresa em até 33%, de acordo com a Simon-Kucher. A dança dos preços, aparentemente, está apenas começando. ■

preço, espere meia hora, e o cenário provavelmente terá mudado”, diz Samuel Osorio, sócio da Simon-Kucher, consultoria global de precificação com

O DIA MUDA, O PREÇO TAMBÉM

25 escritórios no mundo. O Buscapé, maior site de comparação de preços do Brasil, decidiu reforçar sua equipe de desenvolvimento do site para acompanhar as mudanças de preços das lojas físicas e virtuais. O sistema de precificação de preços é baseado em algoritmos de inteligência artificial que analisam o histórico das vendas e o comportamento dos consumidores para determinar os melhores preços de venda. Nos últimos meses, o Buscapé mostrou um serviço de monitoramento de preços do mercado que é vendido para as grandes varejistas do país.



EXEMPLO NA AVIAÇÃO
Embora seja novidade para os varejistas, a lógica da mudança automática de preços utilizada há pelo menos 10 anos pelas companhias aéreas, com o sistema de precificação de preços, o horário do voo e previsão de demanda formam dezenas de tarifas para o mesmo voo. A variação entre o maior e o menor preço pode chegar a 500%. Mas as adaptações para o varejo exigem ajustes precisos para o horário de embarque — o que ficar variação de preço para o dia seguinte. Na insua de atrair consumidores, as lojas virtuais correm o risco de ignorar essa enorme diferença — e perder dinheiro. Para varejistas que vendem pela internet e também em lojas físicas, o maior risco é que preços muito baixos na web afastem os consumidores das lojas. Mas, quando beneficia, a gestão dinâmica de preços pode aumentar os lucros de uma empresa em até 33%, de acordo com a Simon-Kucher. A dança dos preços, aparentemente, está apenas começando. ■



Loyalty

Redução de custos na
premiação de Programa
de Fidelidade



$$1 + 1 = 3$$



E-commerce

Nova fonte de receitas ou
de pontos a custo ZERO para
Programa de Fidelidade

O Programa gera
DIFERENCIAÇÃO e estimula as
compras no Shopping.

O Shopping ajuda o consumidor
a **ACUMULAR MAIS PONTOS** no
Programa.

Os pontos acumulados nas
compras no Shopping
**TEM CUSTO ZERO PARA O
PROGRAMA.**

FONTES DE RECEITA OPTe+

1 OPTe+ LOYALTY



2 OPTe+ SHOPPING CORPORATIVO

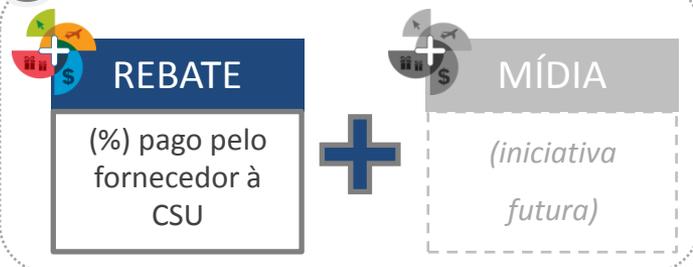


CONTRATANTE

No Shopping Corporativo, o Cliente (Contratante) se responsabiliza por:

- BASE CLIENTE
- MARCA
- CUSTO ATIVAÇÃO

3 OPTe+ B2C



¹Os custos podem variar de acordo com o cliente.

²O rebate pode variar de acordo com segmento do produto.

Parceiros Integrados ao OPTe+



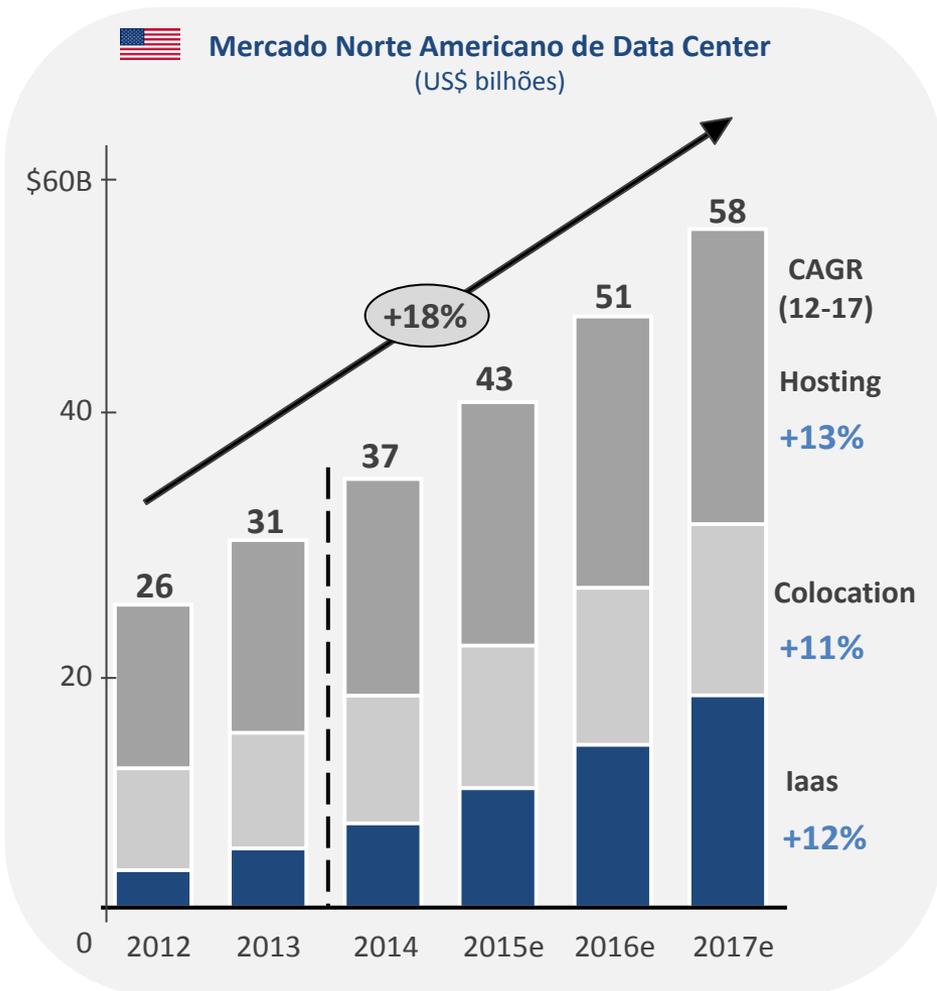
Clientes





Soluções de Infraestrutura *Premium* de TI

MEMSO EM MERCADOS MADUROS, OS SERVIÇOS CORE DE DATA CENTER APRESENTAM TAXAS DE CRESCIMENTO INTERESSANTES.



Fonte: Gartner. Nota: IaaS: infraestrutura como serviço.

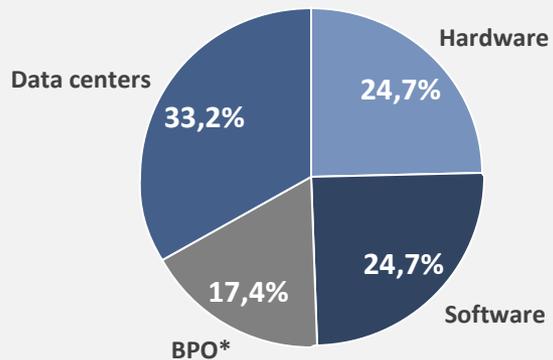
✓ **Análise do mercado americano de data center:**

- Os mercados de *Hosting* e *Colocation* são pulverizados a nível nacional.
- Grandes *players* lideram os principais mercados e provedores locais conseguem dominar mercados de segundo TIER.
- A maior parte da receita dos provedores provém dos serviços de *Colocation* e *Hosting*.
- A abordagem comercial varia para cada tipo de produto e de clientes.

OCUPAÇÕES DE DATA CENTERS
EM ALTA E CRESCENDO EM
TODAS AS REGIÕES.

MERCADO DE ATUAÇÃO

O mercado de TI alcançou uma receita de R\$ 49 bi em 2013, sendo que os serviços de *Data Center* representaram 33%.



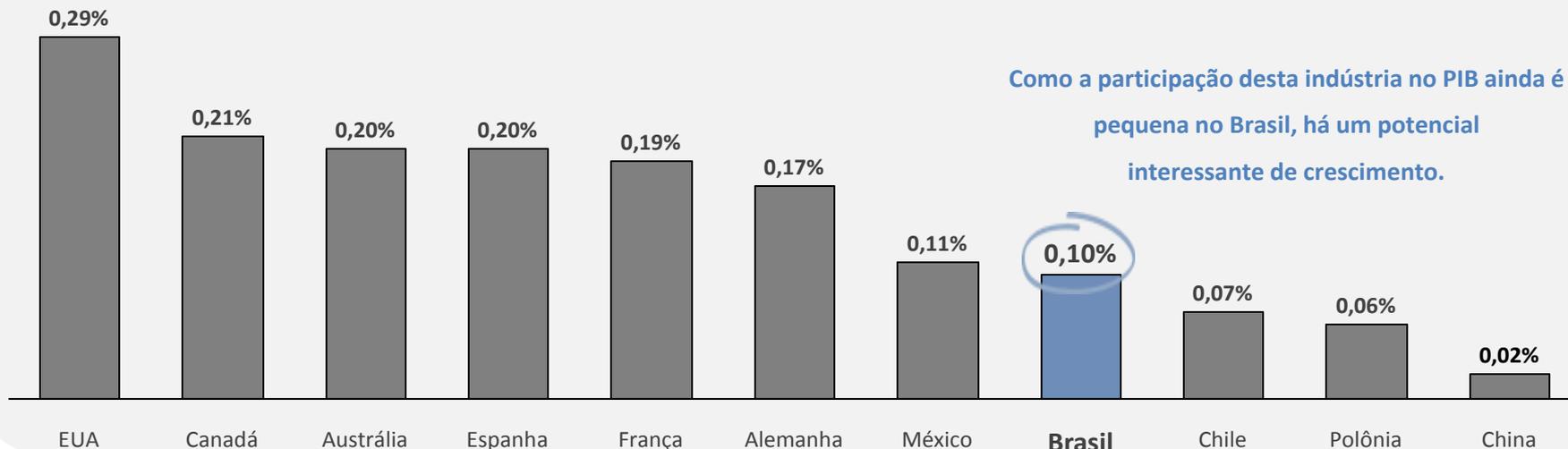
Nota: Dados do Gartner para serviços de BPO.



Análise do Mercado Brasileiro de *Data Center*

- **Crescimento de ~15% a.a.** até 2018, com destaque para IaaS.
- Atividades core da CSU ITS (*IaaS, Hosting & Colocation*) representam um **mercado estimado em R\$ 2,6 bi.**
- Hoje os principais provedores do mercado **alcançam bons resultados** e têm perfis específicos.

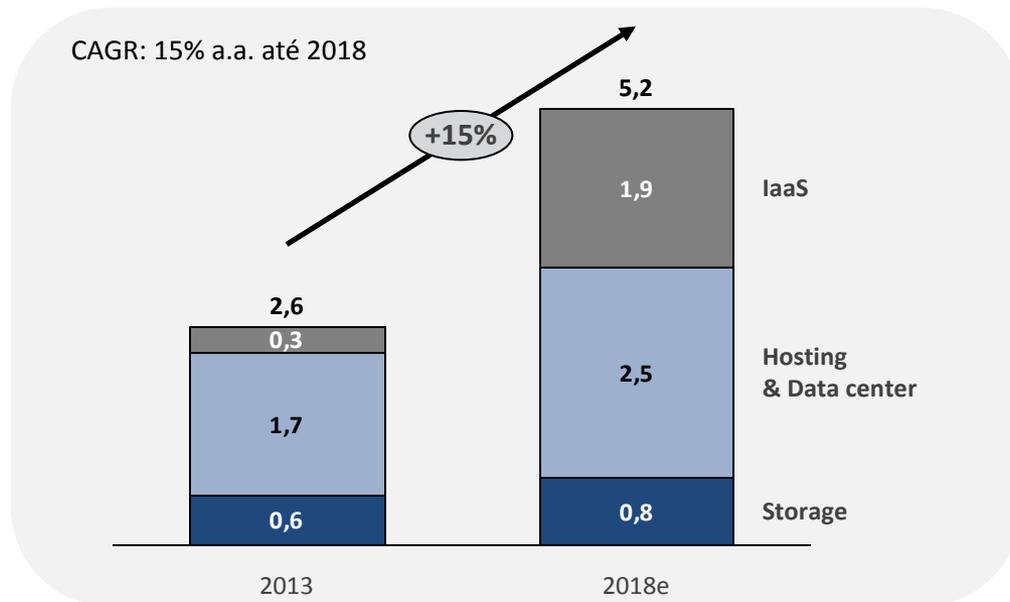
Gasto em *Hosting & Data center* em 2013 - (% PIB)



Como a participação desta indústria no PIB ainda é pequena no Brasil, há um potencial interessante de crescimento.

MERCADO DE ATUAÇÃO

PROJEÇÃO DO MERCADO BRASILEIRO PARA CRESCIMENTO ATÉ 2018:



De simples locação de espaço à serviços sofisticados, o “menu de serviços” é amplo no mundo de *Data Centers*.

PRINCIPAIS RAZÕES PARA TERCEIRIZAÇÃO:

Aumentar produtividade
da operação

Garantir segurança
dos dados em ambientes mais seguros

Redução de custos
para empresa

Localização
(casos de *Colocation* | proximidade)

A UNIDADE DE NEGÓCIO

A CSU ITS é a divisão de negócios especializada em soluções de tecnologia e infraestrutura

- 3 *Data Centers* localizados nas cidades de Barueri (2) e BH (1).
- 2S13: inauguração do **Data Center TIER 3**, certificado pelo *Uptime Institute*.
- **Parcerias firmadas** com *players* do mercado: oferta conjunta de serviços.
- Soluções que aumentam a produtividade, melhoram a operação, reduzem os custos e garantem segurança dos dados armazenados.
- **Sinergia** com as demais unidades de negócios.

Alta DISPONIBILIDADE
(SLA = 99,982%)

Elevado nível de SEGURANÇA de dados

CONFIABILIDADE: Companhia com +20 anos no mercado

 **COM UM TOTAL DE 2.000 M² DE ÁREA CONSTRUÍDA E DEDICADA AO ITS, OFERECEMOS SOLUÇÕES COMO:**



HOSTING GERENCIADO

Serviços completos de infraestrutura e gestão de ambientes.



CLOUD COMPUTING CORPORATIVO

Recursos de TI de maneira escalável e segura.



COLOCATION PREMIUM

Serviços de infraestrutura elétrica, espaço e segurança obedecendo as melhores práticas do mercado.



SERVIÇOS CONSULTIVOS DE TI

Equipe especializada para consultoria de TI e elaboração de projetos.



POLÍTICAS E NORMATIVAS

- ABNT NBR
- ISO/IEC27001:2013e ABNT NBR
- ISO/IEC27002:2013
- ISO-IEC15408-3:2008 e BS25999

CERTIFICAÇÕES

- ISO-IEC27002: Código de Prática em Segurança da Informação.
- ISO-IEC20000: Tecnologia da informação — Gestão de Serviços.
- MCSO: Módulo Certified Security Officer.
- MCP: Microsoft Certified Professional.
- ITILFoundation



CLOUD COMPUTING

- ✓ *CSU PRIVATE CLOUD.*
- ✓ *CSU PUBLIC CLOUD*
- ✓ *SOLUÇÕES HÍBRIDAS.*
- ✓ *RECOVERY AS A SERVICE (RaaS).*
- ✓ *OVERFLOW SOLUTIONS.*

C360 – Inteligência de Mercado

C.360





COBRANÇA

Todas Faixas de Atrasos
Acordos no Portal
Redução de Quebras de Acordos



VENDAS

Aquisição de Clientes
Novos Produtos
Cross/Up-Sell



RELACIONAMENTO E ATIVAÇÃO

Wellcome / Back
Ativação de Serviços



RETENÇÃO

Attrition
Churn



PLATAFORMA TECNOLÓGICA

para gerar conversões de alto valor agregado para os clientes



**QUALIDADE
DE DADOS**



CONVERSÃO



**ADICIONE
INTELIGÊNCIA**



**GERENCIE
CAMPANHAS**



RENTABILIDADE



**ACIONE
MULTICANAL**

- ⌚ **Ágil implementação** de campanhas.
- ⌚ **Gerenciamento** simples das regras de negócio.



Mailings



Qualidade de Dados

- ✓ Higienização
- ✓ Enriquecimento
- ✓ Geocodificação



Data Base

- ✓ (Visão única do cliente)

Canais múltiplos de acionamento



Triggers

Motor de Mensuração

- Ação 1
- Ação 2
- Ação 3

Campanha



A grayscale photograph of a business meeting. Several people are gathered around a table, looking at documents. One person's hand is pointing at a pie chart on a document, while another hand holds a pen over a bar chart. The scene is focused on financial analysis and operational performance.

Desempenho Operacional e Financeiro

UMA EMPRESA DE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Relacionamento de longo prazo com grandes clientes nos segmentos financeiro, *utilities*, seguradoras, indústria, varejo e telecom.

CSU.CardSystem



CSU.Acquirer



CSU.MarketSystem opte

Processamento e Administração de Meios Eletrônicos de Pagamento

Gestão de Processamento para Adquirentes

Soluções de *marketing* de relacionamento e fidelidade e *e-commerce*.

52% da Receita*

84% do EBITDA*



CSU.Contact

Gestão e soluções em *Contact Center* e BPO (terceirização de processos de negócios)

48% da Receita*

16% do EBITDA*



CSU.ITS

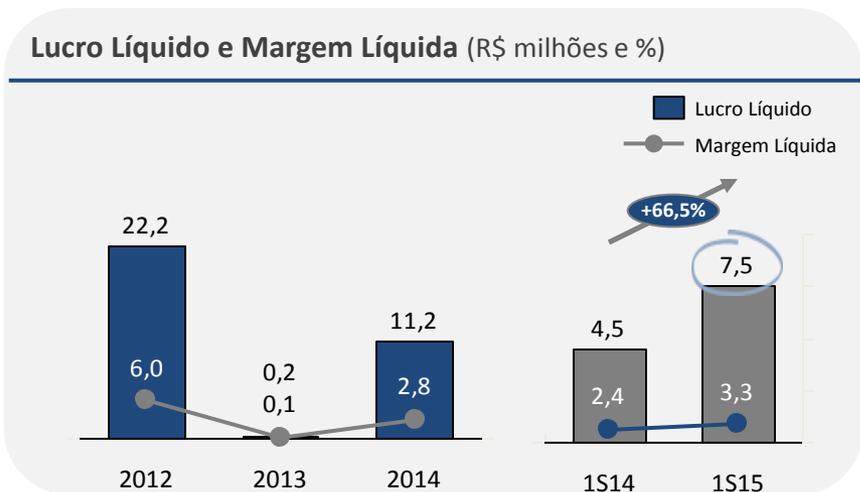
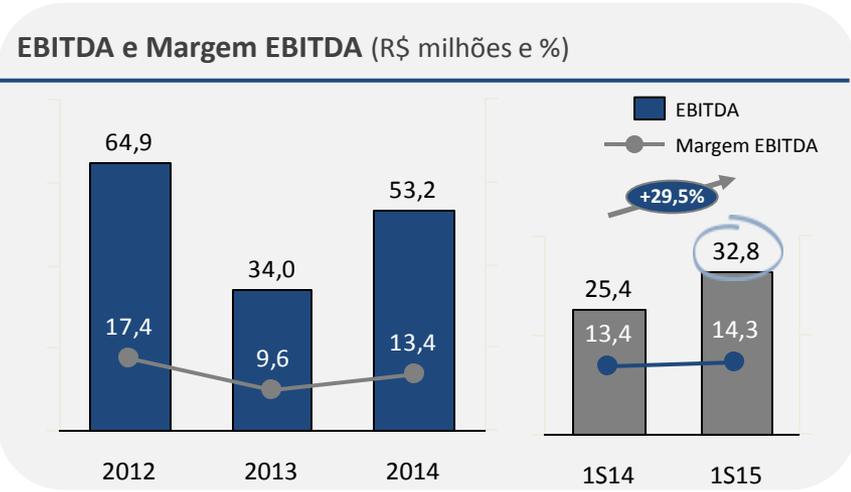
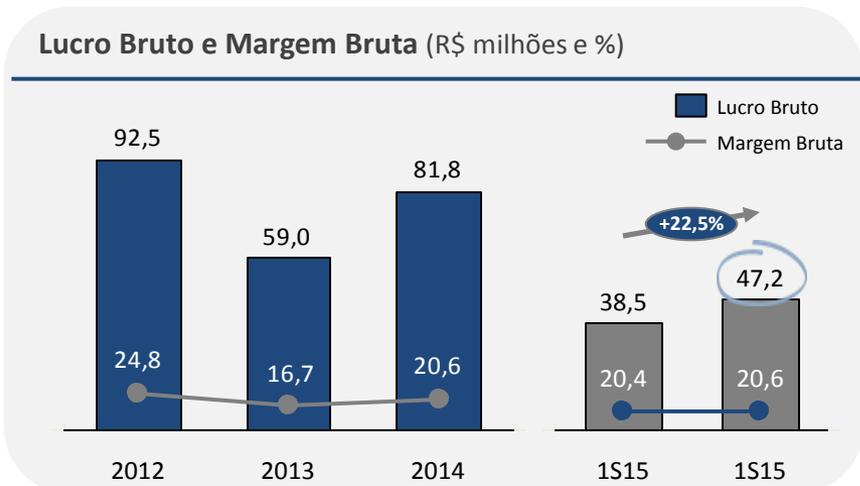
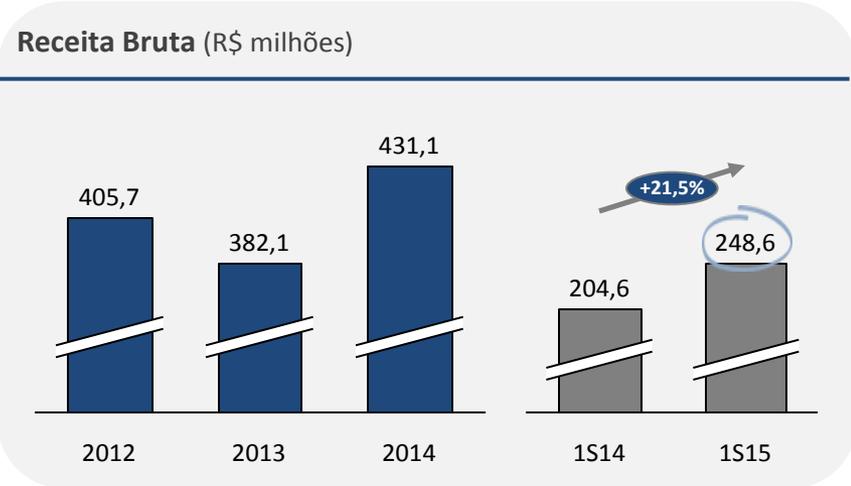
Serviços de *outsourcing* de *Data Center* de *mainframe* e plataforma distribuída. (*hosting*, *colocation* e serviços de consultoria de TI).

C.360°

Plataforma multidigital para Conversão de Clientes focada em: **Cobrança, Vendas, Ativação, Retenção e Engajamento.**

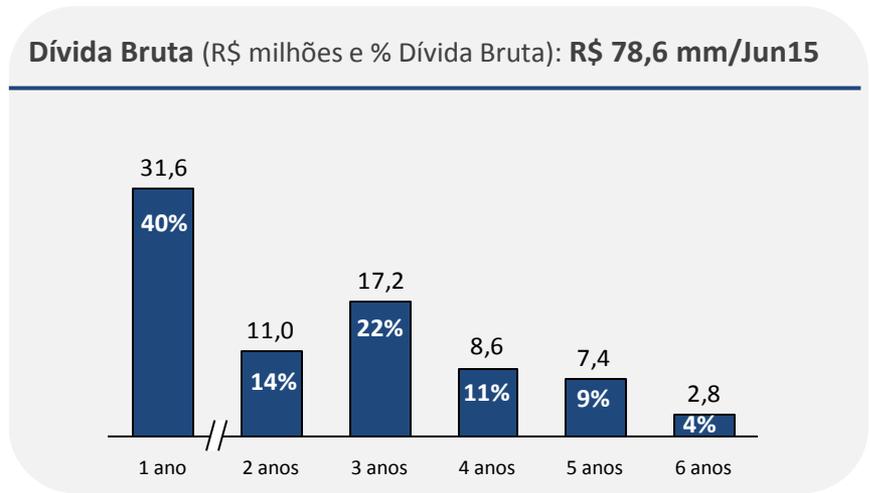
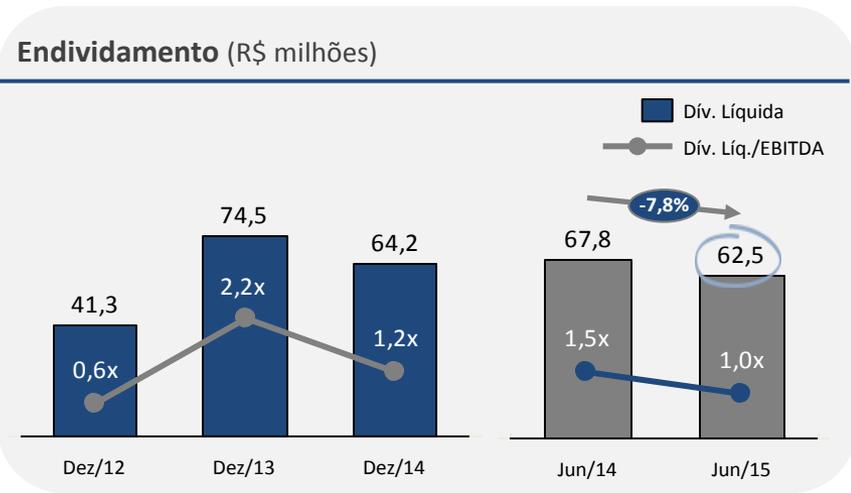
DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

 **Evolução consistente** dos principais indicadores da Companhia.

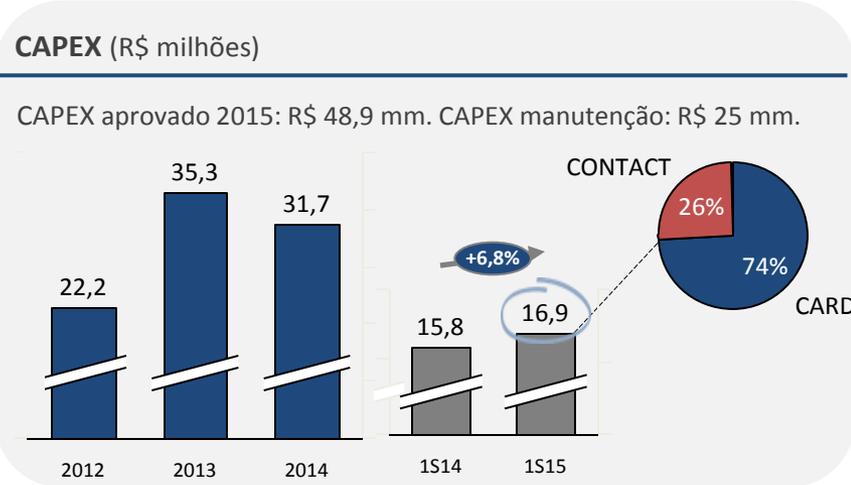


DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

 **Sólida** estrutura de capital.

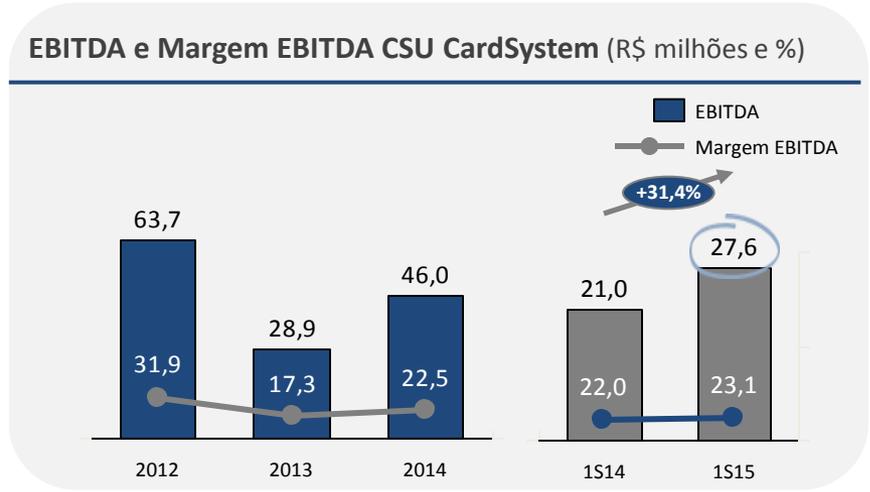
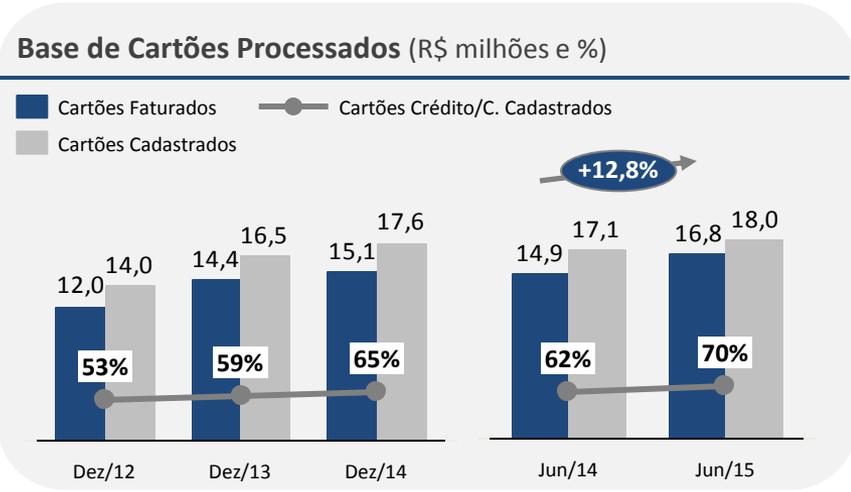


 Novos negócios já foram concluídos. **Novos investimentos atrelados à conquistas operacionais.**

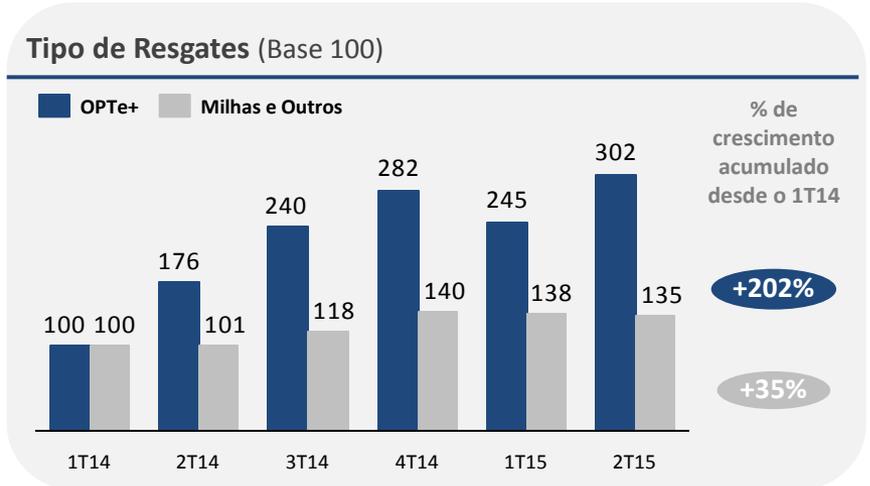
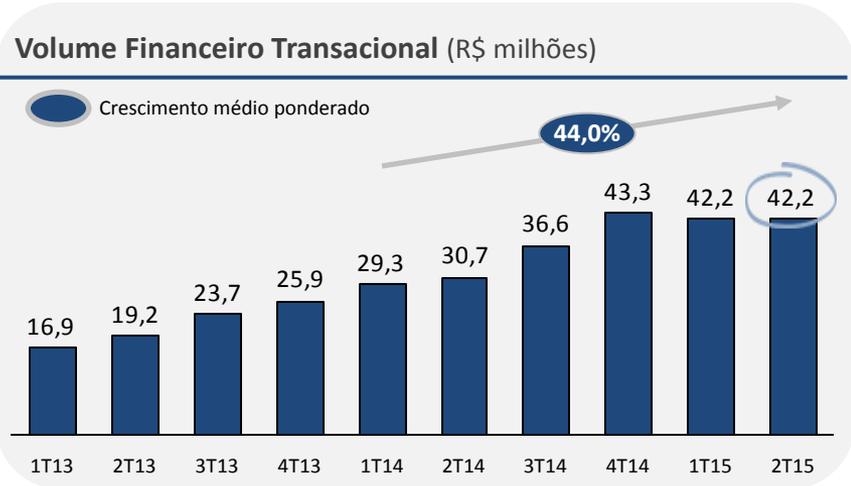


MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO

- **Implantação 1ª fase BMG** em fev/2015: 500 mil cartões | 2ª fase (600 mil cartões) a ser implantada.
- **Crescimento de 79%** no volume de transações da divisão de adquirência nos últimos doze meses.

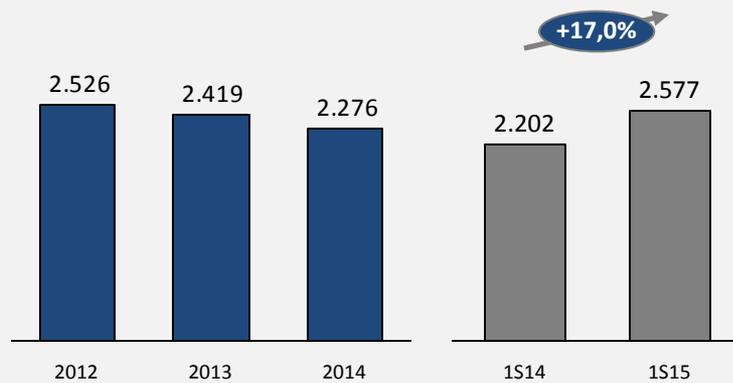


FIDELIDADE E E-COMMERCE

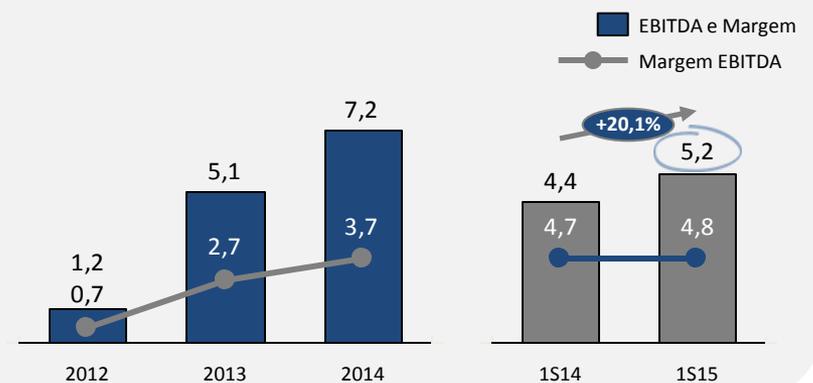


CONTACT CENTER

Posições de Atendimento (milhares)



EBITDA e Margem EBITDA (R\$ milhões e %)



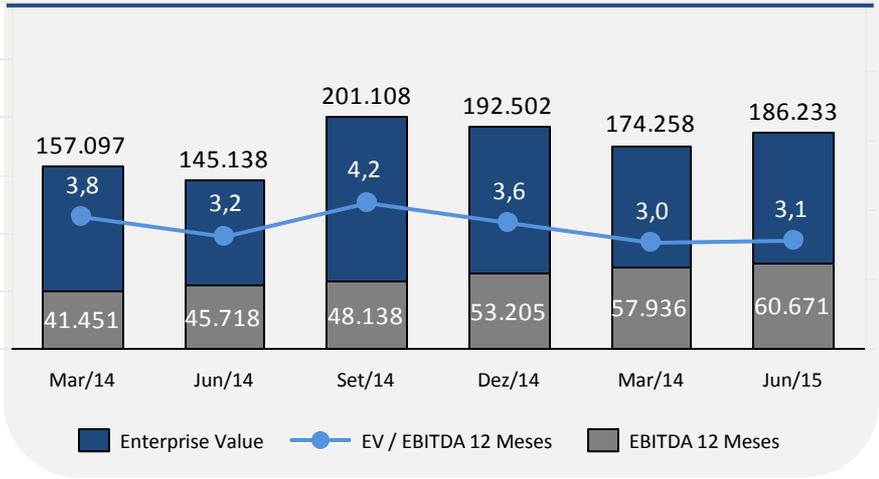
- Crescimento seletivo, com base em **margens sustentáveis**.
- **Uso do C360 para potencializar operações** atreladas a uma taxa de sucesso.
- Contratos reajustados em período igual ao do acordo coletivo de trabalho.

DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

Performance CARD3, Ibovespa e Small Cap (Base 100 | Últimos 12 meses | Base 29.09.15 | Ajustado por proventos | Econômica)



EV, EBITDA 12M (R\$ milhares) e EV/EBITDA 12M (x)



Múltiplos de Mercado

	P/E (x)	EV/EBITDA (x)
CSU	7,7	2,8
multiplus	13,4	8,8
Smiles	12,0	10,0
cielo	20,0	18,7
VALID	19,9	11,6
contax	3,6	3,4

Fonte: Econômica | Data base: 29.09.2015.

Relações com Investidores

Telefone: (11) 2106-3700

E-mail: ri@csu.com.br

Website: www.csu.com.br/ri

