

Ticket completa 33 anos e comemora crescimento de 14%

Empresa mantém a liderança do setor de refeição e alimentação-convênio com um volume de negócios de R\$ 7,6 bilhões

No dia 3 de maio, a Ticket completa 33 anos de existência. A empresa foi a pioneira no mercado de refeição e alimentação-convênio, com o Ticket Restaurante, e sua marca se tornou sinônimo da categoria. E os motivos para comemorar são muitos. A companhia registrou crescimento em 2008 acima das expectativas e anunciou em seu balanço anual volume de negócios da ordem de R\$ 7,6 bilhões, aumento de 14% em relação ao ano anterior.

Os números positivos da filial brasileira colocam a Ticket em posição de destaque no cenário mundial. Primeira operação do grupo no segmento, detém pelo quarto ano consecutivo a liderança global em volume. Os resultados também refletem a participação de mercado da empresa no Brasil: são mais de 2,5 milhões de cartões eletrônicos em operação e *market share* de 39%. Esta liderança também é comprovada pelo Top of Mind, reconhecimento que pela 9ª vez elegeu a Ticket como a marca mais lembrada do segmento.

A estratégia de negócios, direcionada à inovação em produtos e serviços, eficiência na gestão financeira e de pessoas, pôde assegurar à Ticket o bom desempenho no período. "Além dos investimentos em um dos nossos maiores ativos, as pessoas, soluções diferenciadas, como o Cartão RH e a nova Plataforma do Ticket Car, são alguns dos exemplos de inovação desenvolvidos ao longo do ano", informa o diretor-geral adjunto da Accor Services, Alaor Aguirre.

Em 2008, houve forte investimento em tecnologia e segurança. O Ticket Car, produto de gestão de despesa veicular, passou a operar 100% *on-line*, sem deixar de ser o único no mercado a funcionar também de forma *off-line*, se necessário. Além disso, o produto foi o primeiro a utilizar o chip *JavaCard*, oferecendo mais segurança contra fraudes e clonagens.

O lançamento do Benefício Club, uma plataforma de promoções, facilitou e ampliou a comunicação entre empresas-clientes, usuários e estabelecimentos credenciados, gerando oportunidades de negócios para os públicos envolvidos, além de fidelizar os clientes. Em 05 meses de operação foram mais de 120 promoções disponibilizadas.

Outro destaque no período foi o lançamento do Cartão RH, uma solução que garante o benefício refeição e alimentação-convênio desde o primeiro dia de trabalho do novo colaborador. Lançado em agosto passado, já conquistou mais de 200 clientes.

"Esses são exemplos da capacidade da Ticket em oferecer soluções diferenciadas, sempre com objetivo de facilitar a vida de nossos clientes, usuários e estabelecimentos", afirma o executivo.

Acesso à cultura

O investimento em patrocínios culturais reforça o posicionamento da Ticket, orientado para construção de um futuro melhor e à acessibilidade – sempre com base no bem-estar do trabalhador. Por isso, em 2008, a companhia ampliou as atividades da Semana Ticket é Cultura,

evento que oferece acesso gratuito a cultura à população de São Paulo. Além de acesso aos museus e mostra de cinema nacional, foram incorporados ao projeto espetáculos teatrais, apresentações circenses e shows musicais. O resultado foi a participação de 54 mil pessoas nesses eventos em São Paulo, um público 260% maior do que o ano de 2007, que contou com 15 mil participantes. A Semana Ticket é Cultura já faz parte do calendário da cidade de São Paulo e se tornou um dos maiores eventos culturais de acesso gratuito do país.

Ticket: diversidade de produtos e soluções

O Ticket Car, um dos produtos da companhia com forte atuação em todas as regiões do País, registrou crescimento de 17% em relação ao ano anterior. Esses resultados mantêm a empresa como líder no mercado nacional de gestão de despesas de veículos. O período foi marcado pela busca de oportunidades de crescimento tanto por meio de investimentos para o desenvolvimento de novos mercados, quanto por novas parcerias. Atualmente, o Ticket Car representa 15% dos negócios da companhia.

Em 2008, o Ticket Car teve um significativo crescimento entre o segmento de pequenas e médias empresas, com um aumento de 65% no volume de negócios. Hoje o Ticket Car atende a mais de 4 mil empresas-clientes dos mais variados portes, que somam 260 mil veículos geridos, atendidos por meio de 10 mil estabelecimentos credenciados.

O Ticket Transporte, primeiro serviço empresarial a oferecer uma atividade de gestão, logística e distribuição do benefício-transporte em todos os estados do País, fechou o ano com um crescimento de 17% no volume de negócios.

Ampliação da rede de estabelecimentos credenciados é um dos esforços constantes da Ticket. Em 2008, uma das inovações foi a criação do roteiro Ticket Gourmet, um programa voltado para executivos de empresas-clientes, que coloca à disposição deste público uma seleção de restaurantes sofisticados credenciados à empresa.

O Ticket Alimentação de Natal, cresceu 14% comparado ao ano de 2007 e também trouxe excelentes resultados. Trata-se de uma importante forma de incentivo e reconhecimento do trabalho dos colaboradores, permitindo a escolha e compra dos produtos que vão compor sua ceia de Natal, sem precisar carregar as tradicionais cestas natalinas.

Além disso, a ampliação do benefício para abranger ainda mais trabalhadores em todo o Brasil, com a expansão do PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador - também foi uma das ações da empresa. Por meio do canal Express, sistema de venda 100% on-line da Ticket, voltado às pequenas e médias empresas, foram conquistados cerca de 800 novos contratos por mês em 2008, com um crescimento de 34% no volume de emissão, comparado ao ano de 2007. Atualmente os tradicionais produtos Ticket Restaurante e Ticket Alimentação já estão presentes em 86% dos municípios do País.

Hoje, a Ticket possui 5,3 milhões de usuários, 53 mil empresas-clientes, atendidos por uma rede de 285 mil estabelecimentos credenciados em 4,8 mil municípios brasileiros. Frutos da busca pela excelência que marca a história da Ticket no Brasil.

Accor Services: um amplo leque de serviços

Presente em mais de 40 países com produtos que auxiliam as empresas na administração das áreas de recursos humanos, gerenciamento de despesas e marketing de relacionamento, a Accor Services possui 450 mil empresas-clientes e 30 milhões de usuários atendidos por uma rede de mais de 1 milhão de estabelecimento credenciado em todo o mundo.

No Brasil, a Accor Services integra as empresas Ticket, Ticket Seg, Accentiv' e Build Up e trabalha para melhorar a produtividade das organizações, oferecendo benefícios de alto valor agregado aos funcionários das empresas-clientes, colaborando para o desempenho dos negócios e a retenção de talentos.

Accentiv'

A Accentiv', agência integradora de soluções de marketing da Accor Services, fechou o ano com crescimento de 22% em relação ao ano anterior e a conquista de 330 novos clientes.

Ticket Seg

Empresa especializada de consultoria de benefícios da Accor Services, presente no Brasil desde 1999, fruto da Joint Venture Accor Services e Alexander Forbes, atingiu o número de 180 mil vidas administradas em 2008. A consultoria tem como foco o mercado de benefícios voltados para Saúde, Dental, Vida em Grupo e Previdência.

Build Up

Empresa Accor Services, especializada em serviços de administração de pessoal e processamento de folha de pagamento, teve um ano muito positivo com crescimento da ordem de 30%, o dobro da porcentagem conquistada no ano passado. O número de clientes também cresceu, totalizando mais de 41 mil funcionários processados.

Dedicação às Pessoas

Eleita pela 11ª vez como uma das Melhores Empresas para se Trabalhar – com o grupo Accor - a Accor Services acredita que toda empresa para ter sucesso precisa primeiro buscar a satisfação de seus colaboradores. Um ótimo lugar para se trabalhar permite o desenvolvimento e produtividade das pessoas que se esforçam em atender as necessidades dos clientes com qualidade e dedicação. Por esse motivo, apenas em 2008, a companhia investiu mais de 61 mil horas no desenvolvimento de seus profissionais, totalizando mais de 6 mil treinandos.

Para o sucesso ser pleno é preciso o envolvimento da comunidade e em 2008, a Accor Services, por meio do Instituto Accor, realizou 67 diferentes projetos sociais, envolvendo 1.740 voluntários, beneficiando cerca de 6 mil crianças, jovens e idosos em todo o Brasil.

Expectativas para 2009

O grande desafio de todos os setores econômicos neste ano é atravessar o momento adverso com crescimento. A Accor Services está confiante nesta empreitada e prevê aumento nos seus negócios em 2009. "Apesar do estado de atenção, acreditamos na recuperação gradual da economia a partir do 2º semestre. Além disso, permeamos um conceito de excelência em nossos produtos e soluções, focados na inovação", explica.

Para o ano de 2009, e alinhado à Accor Services Mundial, a operação no Brasil também terá como foco a avaliação de oportunidades que possam reforçar cada vez mais o nosso portfólio de produtos e serviços. "Para nós, momentos de crise são também sinônimo de oportunidade para criar, construir o novo. Ampliação de portfólio e fortalecimento do relacionamento com as empresas-clientes são alguns dos nossos objetivos, ratificando nosso DNA, que é oferecer soluções globais para Recursos Humanos, Gestão de Despesas e Marketing de Relacionamento", finaliza Alaor Aguirre.