

## Bonsucesso investe no fortalecimento de sua marca

**Belo Horizonte, 10 de junho de 2009** – O Banco Bonsucesso é o novo patrocinador master do time do Cruzeiro Esporte Clube. Essa é a primeira vez que o banco mineiro, um dos líderes do crédito consignado no país, investe no esporte profissional. Para isso, escolheu um dos mais importantes clubes de futebol brasileiro. Para o presidente do Banco Bonsucesso, Paulo Henrique Pentagna Guimarães o patrocínio vem de encontro com o momento favorável do banco e com a sua estratégia de crescimento e ganho de força institucional.

“Foi à junção da vontade com a oportunidade. O Cruzeiro tem sido um dos clubes mais comentados do Brasil nos últimos anos. Participa como favorito nas mais importantes competições do país e do continente. Então, acreditamos que esse patrocínio irá gerar uma grande visibilidade para a marca do Bonsucesso”, diz.

Além do patrocínio esportivo, faz parte da estratégia de fortalecimento da marca do Bonsucesso, a recente inserção na mídia da campanha “Super-Crédito”. O personagem é um super-herói do aposentado e do servidor público, e está sempre acompanhado do seu parceiro, o cãozinho “Sossego”. A idéia é “onde tem super-crédito Bonsucesso, tem sossego junto”.

**Sobre o Bonsucesso** - O lucro consolidado do Banco Bonsucesso, no 1º trimestre deste ano, superou o resultado de 2008. Somente nos três primeiros meses de 2009, o banco mineiro teve um lucro líquido de R\$ 24,2 milhões, valor que supera o resultado de todo o ano de 2008. “As perspectivas para este ano são as melhores possíveis. Tivemos a volta da margem consignável no INSS, nosso principal convênio, para 30% o que resulta num potencial de produção de mais de R\$ 1,7 bilhão em 2009”, diz Paulo Henrique.

Outra novidade é o produto cartão de crédito consignado. A operação do Bonsucesso neste produto está rodando em dez convênios estaduais e municipais com perspectiva de chegar ao final do ano com 40 convênios. “O produto cartão de crédito neste segmento é uma evolução do crédito consignado, um diferencial para o servidor e para o governo que disponibiliza o produto aos seus funcionários e nossa grande aposta para 2009”.

Atualmente, o Banco Bonsucesso está presente em todo o território nacional, com 25 escritórios regionais, uma rede de aproximadamente 700 correspondentes bancários e 1.200 pontos-de-venda. Com taxas competitivas e agilidade no pagamento, o Banco se diferencia em empréstimos para aposentados, pensionistas e servidores públicos federais, estaduais e municipais, operando com mais de mais de 180 convênios firmados com prefeituras, autarquias e Estados. Em 2008, o Bonsucesso foi o terceiro maior banco privado em volume de crédito com desconto em folha no Brasil, segundo ranking divulgado pelo INSS.