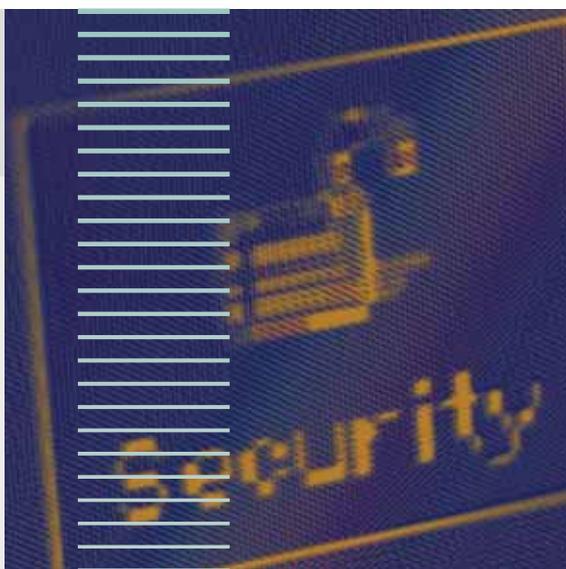


know-how



Relatório do Conselho de Administração



Senhores Accionistas,

De acordo com o disposto na Lei e nos Estatutos, vem o Conselho de Administração apresentar o seu Relatório de Gestão, o Balanço e Contas, bem como a Proposta de Aplicação dos Resultados referentes ao Exercício concluído em 31 de Dezembro de 2004.

ANÁLISE MACROECONÓMICA

Economia Mundial

A actividade económica durante o ano de 2004 fica marcada pelo alargamento da União Europeia para 24 países, o aumento generalizado dos preços dos combustíveis e a contínua desvalorização do dólar face ao euro. Na origem destes dois últimos factores encontra-se, quer de forma directa como indirecta, a manutenção de um clima de instabilidade política que se verifica na zona do médio oriente. Com efeito, a manutenção e gestão de conflitos armados, cujo custo é suportado em grande parte pelos Estados Unidos originaram os défices externos mais elevados da sua história, bem como as dúvidas quanto à manutenção e durabilidade dos recursos energéticos actuais, nomeadamente o petróleo.

No entanto, apesar da subida, a níveis históricos, dos preços do petróleo no último ano, estes não tiveram um impacto tão significativo quanto se esperava no crescimento económico em 2004. Efectivamente, estima-se que, em termos anuais, o crescimento real do PIB mundial fora da Zona Euro tenha atingido, em média, cerca de 5% em 2004, confirmando a recuperação da actividade económica iniciada no final de 2003.

Na zona Euro o crescimento económico não deverá ter sido superior a 2%, inferior ao verificado para a economia mundial, mas superior aos cerca de 0,6% do ano transacto. As taxas de juro verificaram um ligeiro aumento. A inflação continuou estável, com uma taxa de cerca 2,2%, o que se traduz num acréscimo de 0,1 p.p. face a 2003, isto apesar do já referido aumento dos preços dos combustíveis.

O euro apresenta-se actualmente como uma moeda forte, confirmando as estimativas do final do ano de 2003, atingindo valores históricos face ao USD. Esta situação tem implícita uma pressão inevitável sobre as importações que se tornam cada vez mais atractivas para os cidadãos dos países da zona Euro, com os consequentes agravamentos da balança de pagamentos.

Em termos sociais, face ao exposto anteriormente, verificou-se uma inevitável perda do poder de compra por parte dos consumidores sendo que o nível de confiança destes verificou um ligeiro aumento face a 2003 mantendo-se no entanto inferior à media deste indicador nos últimos dez anos. Em termos de emprego mantiveram-se os valores do ano anterior, isto é uma taxa de desemprego aproximada de 9%.

Economia Portuguesa

O ano de 2004 em Portugal foi caracterizado por um conjunto de especificidades, sobretudo políticas, que tornaram o comportamento da economia inevitavelmente incomum. Se o ano de 2003 foi caracterizado por um conjunto de políticas económicas restritivas, sobretudo com vista ao cumprimento de compromissos assumidos internacionalmente, o primeiro semestre de 2004 foi idêntico. No entanto, no segundo semestre do ano e com a remodelação verificada no governo, iniciou-se um novo ciclo da política económica cuja vertente foi assumidamente oposta à até então seguida. Porém, antes do término do ano verificou-se nova alteração da situação governamental com a dissolução do órgão legislativo e a consequente impossibilidade da realização de actos que não os de gestão necessários à sobrevivência do país.

Não obstante o disposto, verificou-se um crescimento da actividade económica com um crescimento ligeiramente superior a 1% o qual, apesar de se encontrar abaixo do verificado para a zona Euro, é superior ao registado no ano transacto (negativo em cerca de 1%).



Consumo Privado

Portugal registou um crescimento significativo do consumo privado em 2004 após a queda acentuada registada em 2003 apesar de se ter verificado algum arrefecimento nas vendas nos últimos meses do ano. Não alheio a este último facto encontra-se a quebra do nível de confiança dos consumidores, igualmente no segundo semestre de 2004, após um crescimento acentuado desde o final do primeiro semestre de 2003, altura em que se registou um mínimo histórico em Portugal.

No sector automóvel, as vendas de veículos ligeiros novos (Ligeiros de Passageiros, Comerciais e Todo o Terreno) não foram além das cerca de 269 mil unidades, valores muito próximos dos verificados em 2003 (259 mil unidades) e que se traduz num aumento aproximado de 4% depois do decréscimo de cerca 16,1% verificado naquele ano face a 2002. As vendas de 2004 são, no entanto, similares às verificadas em 1995 (268 mil unidades), sendo que estes são os três anos com pior desempenho desde 1991. O melhor desempenho do ano 2004 esteve fortemente associado ao aumento das compras efectuadas pelas empresas de rent-a-car, cujo acréscimo (7.000 unidades) explica a quase totalidade do crescimento verificado no período.

QUADRO RESUMO DE VENDA DE VIATURAS NOVAS

Tipo de Viaturas	Unidades		Variação
	2004	2003	
Veículos Ligeiros de Passageiros(*)	197.584	189.793	4,1 %
Veículos Comerciais Ligeiros	71.291	69.068	3,2 %
Outros Veículos	5.320	4.294	23,9 %
Total	268.875	258.861	3,9 %

(*) Inclui veículos Todo-o-Terreno

Por seu lado os veículos importados usados registaram um crescimento acentuado, na ordem dos 20,68% o que corresponde a um acréscimo de 7.321 unidades (vendas em 2003 representaram 35.399 viaturas face a 42.720 em 2004).

Relativamente ao Índice de Volume de Negócios no Comércio a Retalho divulgado pelo INE e que não considera as vendas de veículos automóveis, motociclos e combustíveis, verificou-se um aumento de 2,8% face a 2003, apesar do arrefecimento verificado no último trimestre de 2004.

Sociedade

Em termos sociais o ano de 2004 foi caracterizado pelo agravamento da taxa de desemprego a qual se veio a cifrar em aproximadamente 6,5%, que se traduz no aumento de 5,6% do número da população desempregada face a 2003 e ao registo nos Centros de Emprego, de cerca de 558 mil novos desempregados (acréscimo de 18 mil registos face a 2003). No que concerne a novas ofertas de emprego verificou-se uma diminuição de cerca 7,5 mil registos, o que perfaz 97,4 mil novas ofertas de empregos, insuficiente para absorver a população desempregada. No entanto, Portugal apresenta ainda assim valores menos preocupantes que os verificados na zona Euro.

O Índice de Preços no Consumidor cifrou-se nos 2,5%, semelhante à da zona Euro. No que respeita à balança com o exterior, Portugal registou um novo agravamento do défice, depois da melhoria verificada em 2003. Este aumento deve-se às perdas registadas na Balança Corrente (aumento das importações face às exportações de bens de consumo, sendo que apenas a balança de serviços registou evolução favorável) e à diminuição do superavit da Balança de Capitais.

ACTIVIDADE DESENVOLVIDA EM 2004

Principais Eventos

FEVEREIRO	<ul style="list-style-type: none">■ Transformação da Credibom SFAC, SA em IFIC, SA
MARÇO	<ul style="list-style-type: none">■ Conclusão da remodelação/alargamento das instalações da empresa, iniciado com a aquisição de um novo piso do actual edifício sede em Dezembro de 2003 e que permitiu entre outras, o melhoramento das condições de recepção a terceiros
JUNHO	<ul style="list-style-type: none">■ Estabelecimento de parceria com a KawaMotors (Kawasaki) que envolveu o desenvolvimento de uma linha de crédito stock■ Acordo com a SIBS■ Alteração da Sociedade Revisora de Contas Vogal Efectivo do Conselho Fiscal, da KPMG para a PricewaterhouseCoopers,
JULHO	<ul style="list-style-type: none">■ Aquisição de 15% do Capital Social da Credibom pela Sofinco ao BES, BesLeasing Mobiliária e Espírito Santo Crediflash pelo valor de 26.250.000,00 de Euros, passando a SOFINCO a deter 100% do Capital Social da Empresa;■ Arranque da parceria com a FNAC, com o início da comercialização de produtos de crédito clássico e cartão e a criação de uma plataforma de atendimento exclusiva■ Externalização do tratamento de documentação automóvel associada aos contratos de crédito■ Alargamento dos horários de atendimento aos prescritores■ Implementação de aplicação informática para carregamento e aceitação de propostas revolving■ Arranque do projecto de Leasing e ALD
AGOSTO	<ul style="list-style-type: none">■ Externalização da Exploração do Sistema de Informação■ Reestruturação da Direcção de Sistemas de Informação com a criação de um Help-Desk funcional, por forma a suportar a parceria estabelecida com a FNAC■ Implementação de um produto de adiantamento de fundos por Contratos Futuros■ Arranque do projecto Metacard com vista à gestão de contas revolving e cartões de crédito
SETEMBRO	<ul style="list-style-type: none">■ Formação - DRC – Recuperação de Crédito por Telefone■ Reestruturação da Direcção de Recuperação de Crédito com criação de núcleo de recuperação interna para o negócio Revolving e desenvolvimentos informáticos de suporte aquela actividade■ Início do upgrade do software de contabilidade e imobilizado JDE
OUTUBRO	<ul style="list-style-type: none">■ Início do desenvolvimento de um novo modelo de avaliação / desempenho a implementar em 2005■ Realização de uma acção de formação incidente sobre a Direcção de Atendimento a Clientes, Operações e Circuito Curto com a designação "Manutenção Sistemática da Qualidade de Abordagem por Telefone"■ Arranque da parceria estabelecida com a Apple, a qual consagra a Credibom como parceiro oficial da rede de retalho no financiamento de aquisições a crédito de produtos Macintosh.
NOVEMBRO	<ul style="list-style-type: none">■ Realização do 1.º Inquérito de Clima Organizacional no seio da Credibom que englobou a totalidade dos colaboradores■ Criação na Direcção Comercial da área de Gestão de Segmentos Auto e Lar / Parcerias■ Instalação dos novos sistemas centrais com melhoria da capacidade e performance de processamento
DEZEMBRO	<ul style="list-style-type: none">■ Realização de acção de formação ao nível das chefias com vista à Avaliação de Desempenho enquanto instrumento de Gestão e Liderança■ Realização do 9º Congresso Credibom sobre o lema "Ousar para ganhar o desafio dos clientes"■ Início da 1.ª Inventariação do Imobilizado da CREDIBOM■ Criação da 1.ª Grelha Comportamental da Credibom■ Realização da 1.ª comunicação referente à implementação dos SDD com informação a cerca de 160.600 clientes■ Instalação das 5 novas grelhas de scoring no âmbito do projecto Basileia II

Canais de Distribuição e Produtos

A actividade da Credibom, para o ano de 2004 foi veiculada por três canais de negócio, nomeadamente crédito no Ponto de Venda (Auto e Lar), crédito directo (Auto e Lar) e Parcerias.

No crédito comercializado por prescritores a Credibom dispõe de uma estrutura comercial dispersa por Portugal Continental e Ilhas, representada em cerca de 6600 Pontos de Venda especializados quer no negócio auto (3.700) quer no negócio lar (2.900), os quais efectuam angariação de clientes propondo produtos financeiros disponibilizados pela Credibom. Como forma de incentivo àqueles agentes foram efectuados no decorrer de 2004 três campanhas de incentivos específicas, as quais envolveram mais de uma centena daqueles parceiros comerciais.

O crédito directo é promovido por uma área específica da Credibom, a Direcção de Circuito Curto, a qual engloba actualmente 22 colaboradores e é responsável, entre outras, pelas denominadas acções de Telemarketing. Durante 2004, foram efectuadas 48 campanhas de mailings as quais envolveram cerca de 400 mil clientes como destinatários, as quais verificaram uma taxa de sucesso assinalável. Em 2004 manteve-se a aposta na publicidade como forma de potenciar e desenvolver este tipo de crédito, bem como consolidar a própria marca e produtos da empresa. Para o efeito foram efectuadas campanhas publicitárias em diversos meios como revistas, jornais e rádio cujo investimento quadruplicou face ao valor investido no ano anterior. Este investimento revestiu um carácter permanente, ao contrário da sazonalidade evidenciada nas campanhas de 2003, com enfoque especial no último trimestre.

Foi mantida a estratégia de consolidação de Parcerias, sobretudo no negócio lar, tendo como produto âncora o revolving. A aposta centrou-se no reforço das parcerias existentes, nomeadamente LaRedoute e BancoBest e o estabelecimento de outros de grande importância estratégica como a FNAC. Em termos de parcerias no negócio auto será de destacar a realização do primeiro acordo de exclusividade efectuado com uma marca, nomeadamente a KawaMotors representante oficial da Kawasaki.

Com a passagem da Credibom a IFIC, verificou-se a possibilidade de se alargar a oferta de produtos financeiros a disponibilizar aos clientes, sejam eles particulares ou entidades colectivas, pelo que foram iniciados projectos de desenvolvimento, dos quais somos a destacar o Crédito Stock e Adiantamento de Fundos por contratos futuros, os quais já se encontram implementados no final do ano de 2004.

Em 2004 foi efectuado o alargamento da rede de Pontos de Venda que dispõem das condições para efectuar o carregamento de propostas via Internet, isto é sem o recurso ao Call Center da Credibom. Este canal encontra-se afecto sobretudo a Pontos de Venda do negócio Lar, sendo que em 2004 o número de propostas carregadas por esta via representou cerca de 30% (aproximadamente 10.000 propostas) do total de propostas lar, contra os 8% verificados no final de 2003. Cerca de 30 % destas propostas verificaram aprovação automática sem recurso à intervenção do operador na análise do crédito.

Produção

A concessão de crédito no ano de 2004 ascendeu a 276,5 Milhões de Euros, o que se traduz num aumento de 16,5% face a 2003, depois de uma redução de 5,3% no ano anterior face a 2002.

Em termos estruturais a tipologia dos financiamentos de crédito realizados não diferem de 2003 com excepção do Revolving. Deste modo o crédito automóvel corresponde a cerca de 67,5% de novos financiamentos, enquanto que o crédito Lar representa 32,5%. O produto Revolving já representava em 2004 cerca de 7% da nova produção efectuada no crédito LAR.

A rede de agentes da Companhia de Seguros Tranquilidade, realizou a angariação de 2,4 Milhões de Euros do total da produção, o que se traduziu num decréscimo de 23,1 % relativamente a 2003 (3,2 Milhões de Euros).

O crédito directo, comercializado através de um produto específico denominado FLEXIBOM, verificou um aumento de produção face a 2003 em cerca de 34,4% o que se traduz numa produção total de 27,5 Milhões de Euros. Esta evolução resulta não apenas do investimento efectuado em publicidade mas também do crescimento verificado na estrutura comercial da Credibom, por forma a suportar aquele negócio.

O produto Revolving, actualmente fundamentado em duas grandes parcerias – La Redoute e FNAC, apresenta um volume de produção na ordem dos 6,5 Milhões de Euros e cerca de 113,3 mil novos cartões emitidos.

A parceria mantida com o Banco Best, assente sobretudo no produto de leilões de crédito iniciado no final do ano transacto apresenta uma produção de novos financiamentos de cerca de 2,8 Milhões de Euros, um volume superior ao registado em 2003 em cerca de 27,2%.

Informática

Em virtude do aumento da produção e respectivo acompanhamento em termos de crescimento orgânico da empresa, também os sistemas de informação, como área técnica de suporte a toda a actividade da empresa, foram alvo de investimentos ao nível das estruturas informáticas existentes, durante o ano de 2004. Foi efectuada uma reestruturação da rede e servidores de forma a permitir um aumento significativo da velocidade da rede e optimização dos acessos aos servidores. Foram, de igual modo, realizados os upgrades aos sistemas centrais, de forma a permitir uma melhoria da performance e capacidade de processamento e armazenamento de informação, bem como, criadas as partições de Qualidade, Desenvolvimento e Backup, em real time, do sistema de produção. Foi ainda celebrado com a IBM um Contrato de BRMS para Disaster Recovery do Sistema de Produção.

Foi efectuada a externalização dos serviços de exploração do sistema de informação, permitindo a disponibilidade daqueles serviços 24 horas por dia, todos os dias da semana e procedeu-se a uma maior optimização dos recursos existentes, nomeadamente na estrutura do Help-Desk e analistas funcionais, as quais foram reestruturadas. Espera-se com esta alteração permitir uma mais rápida e eficaz resolução de problemas e ao mesmo tempo melhorar a comunicação com os utilizadores.

Foi efectuada a expansão da central telefónica e implementação de ferramentas informáticas de apoio à gestão daquele equipamento. Além do aumento significativo da capacidade telefónica, aquelas ferramentas permitirão uma gestão mais eficaz de todas as chamadas efectuadas e recepcionadas, permitindo uma triagem automática dos problemas através de menus de atendimento.



ANÁLISE FINANCEIRA

Em 2004, a sociedade apresenta nas contas estatutárias um activo líquido de 539,7 Milhões de Euros, valor superior em cerca de 9,6 % relativamente a 2003. Os créditos sobre clientes atingiram os 514,5 Milhões de Euros, representando cerca de 188.500 clientes.

O resultado líquido cresceu 34,3 % face ao valor registado no exercício anterior, ascendendo a 15,1 Milhões de Euros.

A rentabilidade dos capitais próprios (ROE), excluindo dívidas subordinadas, foi de 42,97 %, 2,9 p.p. inferior em relação a 2003.

O cash-flow cresceu 2,9 % em 2004, tendo atingido um valor de 33,3 Milhões de Euros no exercício agora findo.

O crédito vencido (superior a 90 dias) sobre o total da carteira, registou uma redução de 0,21 p.p. em relação ao ano transacto, reflectindo a aplicação de instrumentos, políticas de controlo do risco e estratégias de recuperação de crédito mais eficazes.

A cobertura de provisões sobre a actividade da sociedade, que foi em 2003 de 110 %, crescendo em 2004 em cerca de 1 p.p., colocando aquela taxa em 111 % a 31 de Dezembro.

Valores em milhares de Euros

Variáveis de Gestão e Indicadores	2004	2003	Variação
Activo Líquido	539.712	492.413	+ 9,6 %
Crédito sobre Clientes(a)	514.538	471.907	+ 9%
Crédito Vencido superior a 90 dias	31.930	30.339	+ 5,2%
Capital e Reservas	35.307	24.606	+ 43,5%
Cash-Flow de Exploração	33.262	32.325	+ 2,9 %
Resultado do Exercício	15.171	11.294	+ 34,3 %
Taxa de Crédito Vencido superior a 90 dias	5.84 %	6.05 %	- 0,21 p.p.
Taxa de Cobertura de Provisões/Crédito Vencido	111.3 %	110.3 %	+ 1 p.p.
ROE	43.0 %	45.9 %	-2,9 p.p.
Cost-to-Income	44.1 %	37.7 %	+ 6,4 p.p.
Rácio Solvabilidade (Aviso 1/93)	9.80 %	9.50 %	+ 0,3 p.p.

(a) Crédito vincendo e vencido sobre clientes (líquido de juros e despesas)

BALANÇO SOCIAL

O crescimento verificado na actividade, bem como o desenvolvimento de novos produtos e parcerias provocou a necessidade de ajustamentos, com vista à sustentação da continuidade do negócio de crédito. Assim, verificou-se um aumento do quadro de pessoal da Credibom durante o ano de 2004, face a 2003, de cerca de 16%, o que se traduz num aumento de 35 colaboradores.

Em resultado do estabelecimento de uma parceria de grande importância estratégica (FNAC), foram alargados os horários de atendimento, por forma a permitir a laboração da empresa sete dias por semana, uma lógica que será estendida à generalidade das actividades de crédito nos Pontos de Venda.

Em termos de recursos a Credibom conta com 253 colaboradores em 31 de Dezembro de 2004, cuja média etária é de 30 anos, sendo que face ao total, 64,8% são do sexo masculino e 39,9% apresentam habilitações literárias superiores, similares às verificadas em 2003.

Relatório do Conselho de Administração

Durante o ano de 2004, estiveram envolvidos em acções de formação aproximadamente 80% dos Recursos Humanos da Credibom, o que corresponde a um investimento de cerca de 420,6 milhares de Euros e um aumento de 232% face ao ano de 2003 (126,6 milhares de Euros). As acções de formação foram efectuadas com recurso a entidades externas, das quais se destacam "Manutenção Sistemática da Qualidade de Abordagem por Telefone" que incidiu sobre três unidades organizacionais (Direcção de Atendimento a Clientes, Operações e Circuito Curto) e "Avaliação de Desempenho enquanto instrumento de Gestão e Liderança". Esta última destinou-se exclusivamente a colaboradores com funções de chefia na empresa.

Foram igualmente mantidas as acções de formação no idioma francês, iniciada no ano transacto envolvendo 73 colaboradores com funções de coordenação de pessoas/serviços, bem como, colaboradores com desempenho de funções técnicas ou específicas.

Foi efectuado o primeiro inquérito de clima organizacional junto da totalidade dos colaboradores da Credibom por forma a aferir das necessidades, sentimentos e anseios dos colaboradores da organização e realizado o 9º Congresso da Credibom sob o tema "Ousar para ganhar os desafios dos clientes" no qual participaram todos os colaboradores da empresa, salientando-se a análise dos eixos principais das linhas de actuação estratégica da empresa para 2005.

Foi efectuado o aumento da área da empresa em cerca de 1.200 m2, com a passagem de cerca de 96 colaboradores para as novas instalações que representam cerca de 38% do quadro de pessoal da Credibom.

Por último, importa referir a implementação no próximo ano de 2005, de um novo sistema de avaliação e desempenho, adaptado às especificidades de cada unidade organizacional o qual se espera vir a permitir uma melhor gestão dos recursos humanos da empresa.

INDICADORES

Idade	31-12-2004		31-12-2003	
	Nº	%	Nº	%
De 20 a 30 anos	149	58.9%	134	61.4%
De 31 a 35 anos	75	29.6%	61	28.0%
De 36 a 40 anos	18	7.1%	18	8.3%
Superior a 40 anos	11	4.4%	5	2.3%
TOTAL	253	100%	218	100%

Distribuição por Sexo	31-12-2004		31-12-2003	
	Nº	%	Nº	%
Masculino	164	64.8%	143	65.6%
Feminino	89	35.2%	75	34.4%
TOTAL	253	100%	218	100%

Habilitações Literárias	31-12-2004		31-12-2003	
	Nº	%	Nº	%
Licenciatura e Bacharelato	101	39.9%	77	35.3%
12º Ano	148	58.5%	136	62.4%
Inferior ou igual ao 11º Ano	4	1.6%	5	2.3%
TOTAL	253	100%	218	100%

PERSPECTIVAS PARA 2005

2005 é decididamente um ano de transição: vamos terminar um ciclo de grandes projectos estruturantes de negócio iniciados em 2002, e o desafio passa a ser o da rentabilização da nova infraestrutura criada, factor crítico para o alcance dos objectivos estratégicos.

As prioridades de actuação para 2005 visam permitir à CREDIBOM criar e/ou potenciar as suas características distintivas no relacionamento com os seus clientes e situar-se-ão aos seguintes níveis:

Clima organizacional / Recursos Humanos / Comunicação Interna
A comunicação externa e institucional
Melhoria dos interfaces com os clientes externos
Crescente segmentação da abordagem aos clientes
Promoção da eficiência operativa

CLIMA ORGANIZACIONAL / RECURSOS HUMANOS / COMUNICAÇÃO INTERNA

- Implementação de um novo Sistema de Avaliação de Desempenho
- Introdução de mecanismos que estimulem a comunicação interna
- Implementação de um sistema integrado de Help-Desk que favoreça a gestão de pedidos e seu seguimento
- Criação de estímulos à rotação interna de colaboradores entre áreas da empresa
- Implementação do Código de Conduta Crédito Agrícola

COMUNICAÇÃO EXTERNA E INSTITUCIONAL

- Desenvolvimento de estudo de imagem CREDIBOM e novo Logo
- Lançamento da nova imagem CREDIBOM
- Definição do posicionamento institucional na Internet
- Definição de um posicionamento CREDIBOM perante os media e outros condutores de opinião
- Definição de uma forma coerente e integrada de comunicação com os clientes finais (mailings, cartas de início e fim de relação, extractos, recuperação e outros)
- Reforço dos inquéritos de satisfação a cliente final com divulgação interna de resultados
- Redefinição da comunicação com os Pontos de Venda (Credibom Jornal Auto e Lar, Incentivos e acções promocionais, outros)
- Acções de divulgação da marca junto dos PV (PLV) e de outros meios de divulgação (promoção de eventos, associações profissionais, outros)



MELHORIA DOS INTERFACES COM OS CLIENTES EXTERNOS

- Lançamento de uma nova plataforma integrada Internet (B2B, B2C e institucional)
- Reforço do canal Internet como plataforma de inserção de propostas (Auto e Lar)
- Incremento da interactividade B2B com PV (Informação e gestão do negócio, comunicação e difusão de informação pertinente, outras)
- Definir conteúdos B2C e compatibilizar mensagens com outros canais
- Lançamento experimental de uma plataforma de acompanhamento comercial telefónico ao segmento Lar
- Adaptação do front-end CREDIBOM a uma lógica multiproduto e a contexto de pressão sobre os preços
- Implementação de ferramenta de Gestão de Campanhas e contactos para cliente final

CRESCENTE SEGMENTAÇÃO DA ABORDAGEM AOS CLIENTES

- Continuação do processo de segmentação da abordagem Circuito Longo e Parcerias
- Dinamização das Parcerias como a terceira via de negócio
- Implementação e divulgação segmentada das novas ofertas (Leasing nos grupos auto novos e Revolving nas grandes contas lar)
- Alargamento da gama de produtos de crédito, especialmente no Lar e no Circuito Curto (criação dos packages coleurs e produtos por finalidade)
- Criação de Base de Dados Marketing para implementação e gestão de ofertas diferenciadas no Circuito Curto
- Criação de diferentes grelhas de scoring por segmento e mecanismos de controlo de resultados
- Interligação entre as ferramentas de scoring (circuito curto) e a política de preço
- Implementação de mecanismos de controlo adequado do pricing no Circuito Longo, com permanente monitorização de resultados e das práticas da concorrência nos diversos segmentos de mercado
- Reforço da especialização na recuperação, com reforço de competências específicas Lar
- Início do processo de construção, no âmbito do SIG (Sistema de Informação de Gestão), do apuramento da rentabilidade por segmentos de actividade e operadores

PROMOÇÃO DA EFICIÊNCIA OPERATIVA

- Levantamento da Organização CREDIBOM para detecção de aspectos de melhoria na eficiência operativa
- Revisão dos poderes de crédito e das procurações em geral
- Avaliação e renegociação (quando for caso disso) de contratos com os nossos principais fornecedores
- Implementação das medidas necessárias à redução dos riscos operacionais, identificados, ou a identificar, no âmbito do projecto Basileia II
- Implementação dos Manuais de Procedimentos em todas as Direcções
- Crescente automatização dos processos manuais que acrescentem reduzido valor
- Melhoria nos processos de avaliação de prioridades de desenvolvimento, em função dos seus contributos para a redução dos riscos e melhorias operativas

Em Janeiro de 2005 foi estabelecido um acordo entre a Sofinco e o BCP, que prevê, em Junho de 2005, a aquisição, por parte da Credibom, do negócio P.O.S., actividade antes exercida pelo Credibanco.

Com esta aquisição, a Credibom deverá reforçar a sua posição no mercado de crédito LAR em cerca de 100 M€/ano de nova produção e representará um marco fundamental no crescimento da actividade de crédito no Ponto de Venda do Grupo Sofinco em Portugal.

O processo de integração das estruturas decorrerá ao longo de 2005 e terá como objectivos principais a conservação do fundo de comércio de ambas as entidades, o desenvolvimento de sinergias operacionais importantes e o reforço do know-how e da especialização da Credibom no mercado de crédito ao consumo.

PROPOSTA DE APLICAÇÃO DE RESULTADOS

Nos termos da sua competência estatutária, o Conselho de Administração tem a honra de apresentar à Assembleia Geral, a seguinte proposta de aplicação dos resultados do exercício, no montante de 15.171.175,33 Euros.

Valores em Euros

Para reserva legal	1.517.117,53
Para resultados transitados	12.857.571,10
Para distribuição aos colaboradores e órgãos sociais	796.486,70
Para distribuição aos accionistas	0,00

Nota Final

Ao concluir o Relatório e Contas, o Conselho de Administração quer, uma vez mais, manifestar o seu agradecimento às autoridades monetárias e financeiras, pela atitude de diálogo e rigor com que acompanharam a actividade da Credibom.

Um agradecimento, ainda, aos senhores accionistas pela franca cooperação prestada e aos nossos clientes pela preferência e fidelidade depositadas na instituição, situação que nos honra e que procuraremos não defraudar no futuro.

Gostaríamos de salientar a contribuição, dedicação e o empenho demonstrado por todos os colaboradores, sem os quais não teria sido possível concretizar os resultados obtidos no exercício de 2004.

Lisboa, 15 de Fevereiro de 2005

O Conselho de Administração

