



Bradesco

MERCADO

O Bradesco encerrou o terceiro trimestre de 2008 contabilizando 37 milhões de clientes, entre correntistas, poupadores e segurados, administrando 78 milhões de cartões de crédito.

Tem a maior rede do país, composta por 3.235 agências, 3.648 postos e pontos de atendimento bancário, 28.092 máquinas de auto-atendimento da Rede Bradesco Dia&Noite - mais 4.850 equipamentos no Banco24Horas - além de um sistema de internet banking com 9,5 milhões de usuários cadastrados. Conta ainda com cerca de 5.900 agências do Banco Postal, projeto de inclusão bancária da população, desenvolvido em parceria com os Correios, e mais de 14.500 Pontos Bradesco Expresso.

CONQUISTAS

Detentor da marca mais valiosa do Brasil nos estudos das consultorias Brand Finance e Brand Analytics, o Bradesco tem uma qualidade de serviços mundialmente reconhecida. Acumula ainda os prêmios: melhor banco de varejo, do jornal Gazeta Mercantil, baseado em levantamento realizado pela consultoria Austin Rating, e de melhor banco do País, segundo a revista Euromoney.

Em estudo da consultoria Booz Allen Hamilton, foi apontado como o melhor banco brasileiro em atendimento ao cliente em 'Agências', 'Internet' e 'Call Center'.

Tal reconhecimento atinge também áreas de negócios específicas. Em 2007, a Bradesco Vida e Previdência foi à única instituição brasileira a conquistar o Prêmio 'Regional Educational Achievement Awards 2007', destinado às em-

presas que investem de maneira relevante em planos de desenvolvimento e formação profissional. E a Bradesco Saúde manteve o primeiro lugar em conquistas na quinta edição do Prêmio Os Melhores Grupos Seguradores do País, promovido pela revista Conjuntura Econômica, da Fundação Getúlio Vargas.

A sustentabilidade de sua atuação também conquista reconhecimento: em 2007, foi o Bradesco o vencedor da categoria Práticas de Responsabilidade Social Empresarial nas modalidades 'Consumidores' e 'Clientes'. Com a Bradesco Capitalização, venceu o mesmo prêmio também na categoria 'Meio Ambiente'.

Este ano foi destaque mundial em três categorias no Prêmio IR Global Rankings, no qual a MZ Consult, após analisar 160 companhias de 32 países, apontou as empresas cuja comunicação com o investidor é mais consistente.

HISTÓRIA

Fundado em 1943 na cidade paulista de Marília, o Bradesco sempre acompanhou as tendências e os ciclos econômicos do país, contribuindo sobremaneira para seu desenvolvimento. A história de uma das mais reconhecidas e respeitadas instituições brasileiras é repleta de momentos de



ousadia e inovação.

Foi o Bradesco a primeira empresa da América Latina a adquirir um computador, em 1962. Dois anos depois, lançaria o primeiro cartão de crédito do Brasil. Em 1982, implantou a primeira máquina de auto-atendimento do mercado nacional. Em 1996, criou o primeiro serviço nacional de internet banking.

Agora, o Bradesco é pioneiro também no uso de identificação biométrica do cliente - via dispositivos que lêem as palmas das mãos - como forma de acesso às transações realizadas em terminais de auto-atendimento.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Faceta mais visível do Bradesco, o banco de varejo é um dos braços de atuação da corporação, que tem hoje um abrangente portfólio de produtos e serviços para os mais diversos estratos sociais e para todo porte de empresas. Essa alta diversificação se expressa no mercado através de suas marcas segmentadas por âmbito de negócio:

a) Bradesco Prime: dedicado ao segmento de clientes de alta-renda, tem como público-alvo pessoas físicas com renda a



partir de R\$ 4 mil ou com investimento igual ou superior a R\$ 50 mil.

b) Bradesco Corporate: especializado em atender grandes grupos econômicos, com faturamento anual acima de R\$ 350 milhões.

c) Bradesco Empresas: para companhias que faturam entre R\$ 30 milhões a R\$ 350 milhões por ano.

d) Bradesco Private: para pessoas físicas com grande patrimônio e disponibilidade mínima de R\$ 2 milhão para investimentos.

EVOLUÇÕES RECENTES

O posicionamento do Bradesco como “Banco-Completo” se consolida na prática através da disponibilização de um leque crescente de produtos e serviços, e pelo fortalecimento, a partir do crescimento orgânico e por aquisições de outras empresas, de sua presença num conjunto sempre crescente de segmentos do mercado financeiro.

Este ano, a empresa já anunciou a aquisição da corretora de valores mobiliários Ágora e da administradora de planos de saúde Mediservice, controladora de uma rede composta por 300 mil usuários e aproximadamente 30 mil estabelecimentos credenciados distribuídos por todo o país.

Coerente com sua postura de “Banco do Planeta”, o Bradesco também investe de maneira consistente em projetos e práticas dedicadas à sustentabilidade social e ambiental. Primeiro banco do país a lançar um programa para me-



dir sua participação direta e indireta na emissão de dióxido de carbono na atmosfera, em junho deste ano obteve a certificação ISO 14064, com o qual adequa sua operação às normas muito rigorosas para quantificação, monitoramento, verificação e validação das emissões dos gases capazes de impactar o efeito estufa.

COMUNICAÇÃO

Com atitudes e ações inovadoras, o Bradesco estabeleceu um benchmark na comunicação do setor financeiro e de toda a atividade empresarial no Brasil. Inovou em 2005, quando instituiu o slogan ‘BancoCompleto’, e segue inovando agora, com o ‘Banco do Planeta’, com o qual se consolida como uma instituição preocupada não somente com produtos e resultados financeiros, mas atenta também a quaisquer movimentos capazes de impactar o mundo em que vivemos.

O livro ‘120 razões para ser Cliente Completo’ é outro marco da comunicação do banco, consolidando de forma transparente e sólida os benefícios competitivos que oferece a seus clientes e ao mercado.

Os projetos de marketing do Bradesco envolvem ainda uma série de ações nas áreas da cultura e do entretenimento, nacionais e internacionais, como o Cirque du Soleil, cuja vinda ao Brasil, por dois anos consecutivos, foi patrocinada pela marca. Em 2004, o Bradesco fazia já sua opção nessas áreas, através do patrocínio da maior exposição latino-americana brasileira das obras de Pablo Picasso, realizada em São Paulo nesse ano.

VALORES DA MARCA

Em sua atuação o Bradesco tem como meta permanente agregar valor aos seus produtos e serviços, junto aos seus mais diversos stakeholders: clientes, acionistas, fornecedores,

governos e colaboradores. Faz investimentos constantes em atualização tecnológica e gerencial, e está sempre em busca de novas oportunidades que viabilizem a ampliação de sua atuação. Estabelece como critério de gestão as melhores práticas de governança corporativa. Faz também da sustentabilidade uma de suas prioridades absolutas. A concretização desse valor se dá através de projetos pioneiros e consistentes, como a parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica, que já viabilizou o plantio de mais de 21 milhões de árvores. Ou ainda da Fundação Bradesco - maior projeto de ensino privado do País e um dos maiores do mundo - que ao longo dos seus 51 anos ofereceu ensino formal gratuito para mais de 2 milhões de alunos. Só em 2007 atendeu mais de 109 mil alunos em suas 40 escolas, distribuídas por todo o País.

A Fundação Amazonas Sustentável é a mais recente iniciativa do Bradesco na busca pela sustentabilidade. Criada em 2007, em parceria com o Governo do Estado do Amazonas, tem por objetivo preservar 17 milhões de hectares da floresta, promovendo o aproveitamento sustentável de seus recursos pelas famílias que vivem na região.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE O BRADESCO

- Foi a primeira empresa brasileira a possuir um endereço na Internet, o www.bradesco.com.br. Atualmente, administra um portal com 49 sites: 36 institucionais e 13 transacionais.
- Foi também o primeiro banco a destinar um canal exclusivo para atendimento telefônico ao cliente: o sofisticado sistema de atendimento personalizado Fone Fácil. Atualmente, mantém também o Bradesco Celular, com o qual seus clientes podem realizar operações bancárias pelo Celular.
- Conta com mais de 85,5 mil colaboradores.
- Alguns números do Bradesco: encerrou o 3º trimestre de 2008 com R\$ 422,7 bilhões em ativos totais. A carteira de crédito atingiu R\$ 197,3 bilhões. O total de recursos captados e administrados pelo Bradesco alcançou R\$ 572 bilhões.

