

CLIENTES



UM BRADESCO DE TODOS

Empenhado em expandir sua base de clientes, o Bradesco tem como conceito-chave – incorporado à estratégia comercial desde o início de sua trajetória – ser um banco de “portas abertas” a todos os brasileiros, o que se traduz em incluir pessoas e negócios na rede bancária, mantendo uma presença destacada em cada uma das linhas de serviços e produtos financeiros que disponibiliza ao mercado. Assim, a Organização se consolida como “primeiro banco”, ou a primeira opção de quem procura pelos serviços bancários.

| Geração de valor para os clientes | 2006 | 2007 |
|--|------------------|-------------------|
| Pontos de atendimento | 22.177 | 26.459 |
| Aposentados e pensionistas INSS/mês | 4,7 milhões | 4,9 milhões |
| Benefícios INSS | R\$ 28,8 bilhões | R\$ 32,9 bilhões |
| Municípios como único banco | 1,7 mil | 1,7 mil |
| Cartões de débito e crédito (inclui <i>Private Label</i>) | 57,9 milhões | 70,5 milhões |
| Carteira de crédito | R\$ 96,2 bilhões | R\$ 131,3 bilhões |
| Remessas de brasileiros no exterior (via convênios) | US\$ 512 milhões | US\$ 617 milhões |
| Investimentos em infra-estrutura, informática e telecomunicações | R\$ 1,8 bilhão | R\$ 2,1 bilhões |

Novas fronteiras

Na tomada de decisão para a abertura de novas agências bancárias, o Bradesco visa disponibilizar o máximo de acessibilidade e conforto aos clientes e potenciais clientes (usuários). Nesse processo, desenvolve uma avaliação detalhada do potencial de mercado e realiza mapeamentos por região, com base em informações sociogeográficas, de modo a identificar novas oportunidades comerciais e as necessidades específicas de cada localidade. A estratégia tem como objetivo expandir os canais de atendimento e promover a inclusão bancária.

Para atender nosso elevado número de clientes – mais de 18 milhões de correntistas –, montamos uma Rede de Atendimento bancário que se tornou referência no Brasil. Em 2007, foram abertas mais 136 Agências, totalizando 3.143, distribuídas por todo o território nacional, o que fez aumentar significativamente a capilaridade da nossa presença.

Presente em quase todos os 5.560 municípios brasileiros, os pontos de atendimento do Bradesco estão instalados inclusive em comunidades onde até pouco tempo atrás a população não dispunha de nenhum tipo de acesso ao sistema bancário e em certas localidades nas quais a oferta desses serviços era insuficiente para fazer frente ao potencial de bancarização da comunidade.

A Cidade Tiradentes, bairro do extremo leste da cidade de São Paulo, constitui um bom exemplo da presença do Bradesco em áreas populosas e

carentes. Considerado o maior complexo habitacional popular da América Latina, com cerca de 40 mil moradias, a região conta com uma agência bancária, inaugurada em fevereiro de 2007.

Na comunidade da Rocinha, na zona sul do Rio de Janeiro, desde maio de 2007, funciona a primeira Agência do Bradesco numa das áreas mais carentes da cidade. Na maior favela do País, residem ou possuem alguma atividade comercial aproximadamente 130 mil pessoas.

São iniciativas que buscam democratizar o acesso ao crédito e incentivar o desenvolvimento local, auxiliando na geração de trabalho e renda para a população.

O Bradesco também está presente em outros países, como Argentina, Japão e Estados Unidos, por meio de Agência e Subsidiárias, com o objetivo principal de oferecer produtos e serviços na área de comércio exterior e câmbio.

Em 2007, em Londres, Inglaterra, abrimos uma unidade da Bradesco Securities, corretora ligada ao Banco Bradesco BBI. A filial é especializada no chamado *broker dealer*, ou seja, se ocupará da distribuição de títulos de empresas brasileiras no exterior, para investidores internacionais.

Além dessa estrutura, os clientes contam com o Fone Fácil Bradesco – atendimento telefônico – e com o Bradesco Internet Banking. A combinação desses canais integra o compromisso de ser um banco completo, sempre acessível, a qualquer hora e de qualquer lugar.

Onde tem Bradesco





Rede pulverizada

O Banco Postal e o Bradesco Expresso permitem ao Bradesco intensificar sua estratégia de inclusão bancária, uma vez que atendem milhões de brasileiros, em todo o território nacional, sobretudo aqueles de baixa renda e em lugares distantes.

O Banco Postal está presente em mais de 5 mil municípios brasileiros, com 5.821 Agências instaladas, até 2007. Cerca de 1,7 mil delas foram implantadas em praças até então desassistidas por bancos, permitindo a abertura de mais de 7 milhões de contas. O atendimento funciona

dentro das agências dos Correios, possibilitando a realização de serviços básicos, como abertura de conta-corrente, pagamento de contas, transferências, saques, empréstimos e financiamentos, sem a necessidade de os usuários se deslocarem até os municípios vizinhos.

Por meio do Bradesco Expresso, outra parcela importante e numerosa da população é atendida pelos mesmos serviços bancários, oferecidos em parcerias firmadas com supermercados, farmácias, magazines, lojas de departamentos e outros varejistas. São mais de 11,5 mil pontos, espalhados pelo País, que atendem 19,4 milhões de pessoas.

| O Brasil e o Banco Postal | Antes | Depois |
|--|--------------|--------------|
| Municípios sem agências bancárias | 2.351 | 456 |
| População sem acesso aos serviços bancários* | 18,7 milhões | 13,2 milhões |

* Segundo o IBGE, habitantes de cidades que não possuem agências bancárias.

Crédito popular

Para facilitar o acesso ao crédito, em especial para as classes D e E, que, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), representam 26% da população do País, o Bradesco tem mantido parcerias estratégicas, nos últimos anos, com diversas redes de lojas no varejo. Destaca-se a realizada com a Casas Bahia – o crescimento dessa empresa, nesta década, a transformou num exemplo mundial no comércio. Outros parceiros com

atuação em diversas regiões do País são Eletrozema, Gabriella, Grupo Ponte, Dudony, Facilar, Socic e Microsoft. Em 2007, o Bradesco destinou cerca de R\$ 2 bilhões às operações de financiamentos dessas empresas.

Também no segmento de crédito popular, o Banco atua na emissão de cartões *Private Label*, por meio de acordos com redes de lojas que comercializam eletrodomésticos, gêneros alimentícios, vestuário, farmácia e cosméticos, destacando-se os cartões Casas Bahia, Comper, Carone, Dois Irmãos, G. Barbosa, Coop, LeaderCard, Esplanada, Luigi Bertolli, Panvel e Drogasil. Trata-se de uma forma de valorizar e fidelizar os clientes, pois viabiliza o acesso a produtos e serviços bancários e permite a realização de compras parceladas, dentro e fora das lojas parceiras. No fechamento de 2007, a base desses cartões totalizou 9,7 milhões de unidades, equivalentes a um faturamento da ordem de R\$ 4,1 bilhões.

Assim, o Bradesco contribui para o crescimento do volume de negócios dos parceiros, ancorado nas vendas a prazo – uma facilidade a mais, uma vez que grande parte dos clientes das redes não possui renda e emprego regulares. As parcerias comerciais permitem, ainda, maximizar a sinergia de atividades entre as empresas, possibilitando, sobretudo, democratizar o acesso ao crédito pelo público em geral.

Bradesco Seguros e Previdência

A Bradesco Seguros e Previdência, maior seguradora do Brasil, atua nos ramos de Automóveis, Ramos Elementares, Seguro Saúde, Capitalização, Seguros de Vida e Previdência Complementar. Com ampla estrutura de proteção, cobre todo o território nacional, por meio de Centrais de Atendimento Telefônico e Internet, além de contar com a rede de mais de 3 mil Agências Bradesco.

| Segurados, clientes e participantes (em milhares) | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Atividade | 2005 | 2006 | 2007 |
| Segurados | 13.034 | 14.164 | 19.802 |
| - Saúde | 2.540 | 2.620 | 2.858 |
| - Auto/RCF | 1.222 | 1.281 | 1.167 |
| - Ramos Elementares | 896 | 959 | 907 |
| - Vida | 8.376 | 9.304 | 14.870 |
| Participantes | 1.695 | 1.798 | 1.901 |
| - Previdência | 1.236 | 1.267 | 1.321 |
| - VGBL | 459 | 531 | 580 |
| Clientes | 2.464 | 2.311 | 2.289 |
| - Capitalização | 2.464 | 2.311 | 2.289 |
| Total | 17.193 | 18.273 | 23.992 |

ACESSIBILIDADE

O Bradesco oferece um tipo de atendimento específico para clientes com deficiência visual no Internet Banking, além de máquinas de auto-atendimento com conceito universal, para atender, também, os deficientes físicos. Em 2006, o Banco lançou uma central de atendimento exclusiva, como forma de incluir aqueles com deficiência auditiva. De acordo com o IBGE, no Brasil, existem aproximadamente 25 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência.

Extrato em Braille

Para os correntistas com deficiência visual, desde novembro de 2007, o Bradesco dispõe de um serviço até então inédito no País: a emissão de extrato bancário em linguagem Braille. O demonstrativo consolidado (informações de conta corrente e de outros produtos) também pode ser impresso no formato ampliado, com letras e números maiores, para facilitar a leitura dos que têm deficiência visual parcial. Os demonstrativos em Braille são acompanhados da versão regular, mantida por razões legais. Tanto o demonstrativo ampliado quanto o confeccionado em Braille são enviados gratuitamente aos destinatários.

Virtual Vision

Outra facilidade desenvolvida para os deficientes visuais é o *Virtual Vision* – um software que permite operar o computador e interagir com o Bradesco pela Internet, realizando consultas, transações, transferências e pagamentos de contas. O Banco implantou uma versão audível específica para as máquinas da Rede de Auto-Atendimento Bradesco Dia&Noite, que se encontra em fase de expansão. Com o case "*Virtual Vision: a tecnologia a serviço da inclusão social*", a iniciativa pioneira recebeu o Prêmio Eco 2007, da Câmara Americana de Comércio (Amcham).

Atendimento especial

Para os usuários de cadeiras de rodas, o Bradesco disponibiliza diversas máquinas de auto-atendimento que possibilitam o alcance a todas as teclas, além de rampas ou acessos ao nível da calçada. Nas Agências, há vagas de estacionamento exclusivas, áreas de embarque e desembarque para cadeirantes, sinalização e recepção adaptadas para o atendimento de deficientes, além de funcionários especializados em Libras (Língua Brasileira de Sinais) – a linguagem destinada aos surdos-mudos. Ao todo, a Organização Bradesco já conta com 1.198 funcionários treinados em Libras.

Devido à importância do tema, a Organização criou um grupo permanente de trabalho, integrado por representantes de diversos departamentos e empresas ligadas, com o foco direcionado para as questões que envolvem o tema acessibilidade. Uma das principais ações desenvolvidas, até agora, foi a elaboração de um videotreinamento sobre o assunto, direcionado para todo o quadro de funcionários.

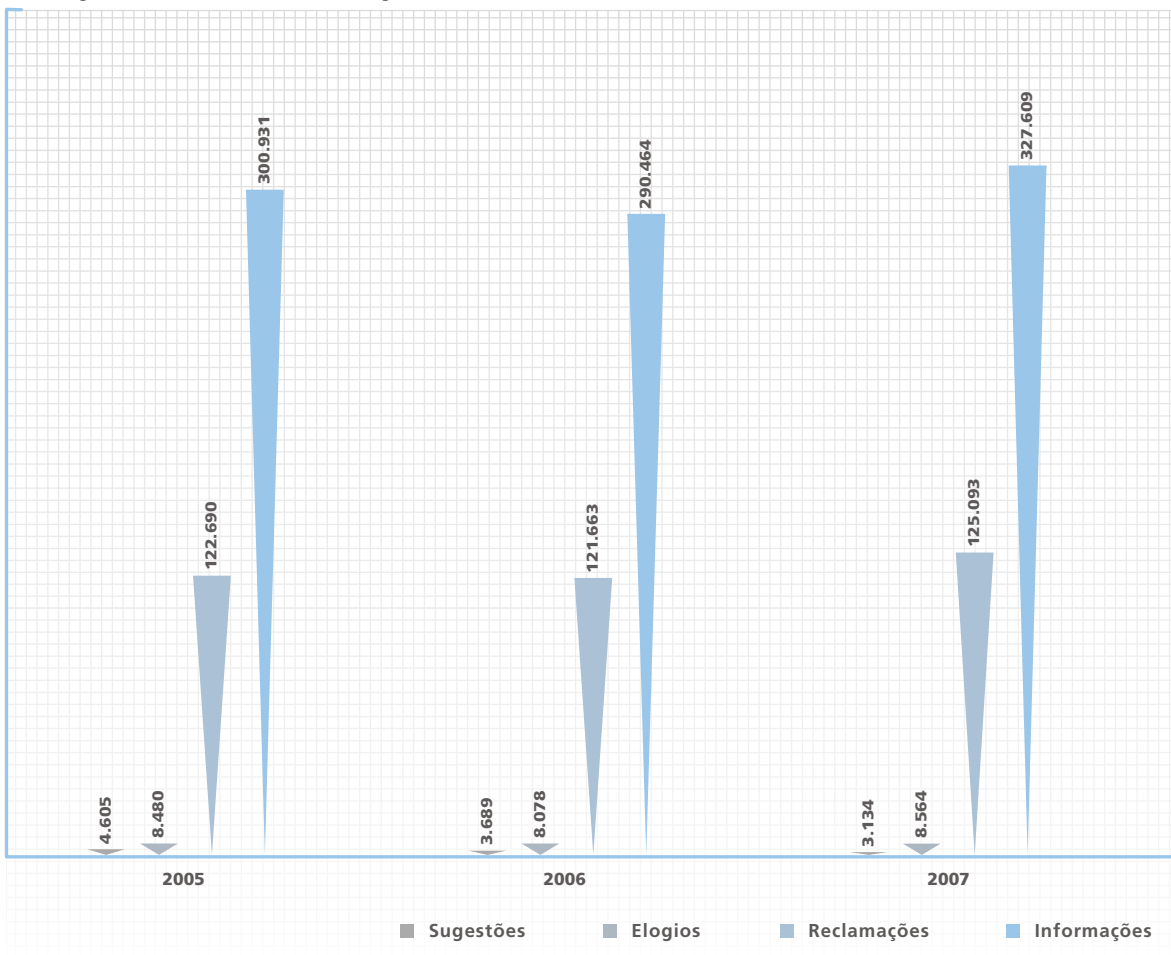
Deficientes auditivos

A Central de Atendimento Exclusiva para Deficientes Auditivos, funcionando desde abril de 2006, permite ao usuário obter informações sobre os produtos e serviços oferecidos pelo Bradesco. A troca de dados é realizada por meio de linguagem digital, com a participação de atendentes especialmente treinados para executar tal função.

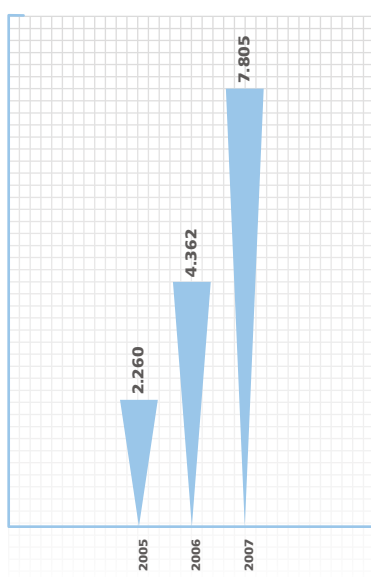
OUVIDORIA

Alinhado com a filosofia de dar voz ao cliente e aos usuários dos produtos e serviços bancários, o Banco criou, em abril de 1985, um serviço inédito: o “Alô Bradesco”, primeiro canal de comunicação do mercado financeiro destinado a receber sugestões e reclamações dos clientes. A iniciativa antecedeu em cinco anos o Código de Defesa do Consumidor, lançado em setembro de 1990. O Alô Bradesco recebe as manifestações pelo telefone 0800 704 8383, respondendo-as no prazo máximo de três dias úteis. Mais tarde, com o crescimento e a popularização da Internet, o serviço foi estendido à opção Fale Conosco, disponível no site www.bradesco.com.br.

Evolução anual das manifestações



Evolução anual das reclamações no Procon



Internamente, os dois serviços são considerados canais de atendimento de Primeira Instância.

Em 2007, esse canal de comunicação foi responsável pelo tratamento de 111.109 manifestações, das quais 58.380 ligações telefônicas e 52.729 e-mails.

Com a evolução do processo de atendimento ao cliente, em julho de 2005, implementamos a área de Ouvidoria, na qual são centralizadas todas as manifestações registradas nos diversos canais da Organização. A partir daí, e atendendo à Resolução 3.477 do Conselho Monetário Nacional (CMN), publicada pelo Banco Central (Bacen), instituímos, em outubro de 2007, um canal de atendimento de Segunda Instância para tratar diretamente das manifestações dos clientes que desejarem rever o encaminhamento e a solução dados às suas reclamações, registradas anteriormente no Serviço de Atendimento a Clientes (SAC) – Alô Bradesco (por telefone) ou por e-mail, via Internet, além daquelas oriundas do Bacen, Procon, imprensa e cartas. Em 2007, a Ouvidoria registrou 455 atendimentos de Segunda Instância.

Cabe à Ouvidoria realizar a gestão de todas as manifestações de clientes e usuários, acompanhar prazos e qualidade das respostas apresentadas, proporcionar aos gestores de produtos, serviços e processos informações atualizadas para que possam aprender com os alertas recebidos e oferecer soluções compatíveis com as necessidades e exigências dos clientes. A Ouvidoria tem, ainda, a atribuição de fazer permanentes *follow-ups* dos apontamentos, até que ações corretivas sejam devidamente adotadas.

Índice de satisfação dos clientes com o atendimento no canal Alô Bradesco*

| Ouvidos atentos | | |
|-----------------|------|-------|
| 2005 | 2006 | 2007 |
| 95,4% | 96% | 95,3% |

* Medido diariamente, com consolidação quadrimestral de dados.

Procon

A partir de 2005, a Organização iniciou a centralização das manifestações oriundas de todas as praças do Procon no País, conseguindo aumentar a eficiência do processo e garantir agilidade no atendimento às solicitações. Com isso, em 2007, a área recebeu e tratou um total de 7.805 manifestações.

Banco Central

Todas as manifestações de clientes encaminhadas pelo Banco Central são tratadas por uma equipe específica. Em 2007, o grupo cuidou de 4.200 manifestações. Qualquer cidadão pode procurar o Bacen para reclamar contra uma instituição fiscalizada pela autoridade monetária.

Fora do ranking

A Organização Bradesco encerrou o ano de 2007 sem figurar no *ranking* do Bacen – mantendo-se fora por 23 meses consecutivos – das cinco instituições financeiras com o maior número de reclamações de clientes e usuários.

Reclamações no Bacen

| 2005 | 2006 | 2007 |
|-------|-------|--------|
| 1.575 | 2.953 | 4.200* |

* Desse total, 1.680 manifestações foram julgadas improcedentes pelo Bacen.

Privacidade de dados

Reclamações classificadas pelo Banco Central como quebra de sigilo bancário

| 2005 | 2006 | 2007 |
|------|------|------|
| 2 | 3 | 1* |

* Somente reclamações julgadas procedentes pelo Bacen.

Ouvidoria Bradesco Seguros e Previdência

Criada no âmbito da Política de Relacionamento com os Clientes, a Bradesco Seguros e Previdência dispõe, desde 2003, de um canal exclusivo destinado a receber e a responder reclamações, sugestões e elogios de clientes e corretores. Pioneira no mercado de seguros, a Ouvidoria atende aos segmentos de seguro, previdência complementar aberta e capitalização, atuando na defesa de direitos e na prevenção e solução de conflitos. O atendimento é realizado pelo canal Alô Bradesco Seguros, por meio do telefone 0800 701 7000, por e-mail, carta e fax.

| Bradesco Seguros | 2005 | 2006 | 2007 |
|------------------|---------------|---------------|---------------|
| Reclamações | 18.645 | 15.032 | 12.268* |
| Sugestões | 140 | 159 | 129 |
| Elogios | 328 | 281 | 275 |
| Total | 19.122 | 15.472 | 12.672 |

* Em 2007, do total de reclamações registradas pela Ouvidoria da Bradesco Seguros, 311 foram identificadas por meio do canal Alô Bradesco – Fone.

ATENDIMENTO QUALIFICADO

Com o objetivo de melhorar continuamente os serviços e o atendimento prestados aos clientes pela Rede de Agências do segmento Varejo, criamos, em 1999, a área de Gestão da Qualidade no Atendimento. Certificada com base na norma ISO 9001:2000, a área divide-se em três grupos de gerenciamento: Gestão de Atendimento, Gestão Estratégica da Informação e Gestão de Projetos/Ações de Melhoria.

O processo de inovação e melhoria contínua estabelecido pela área deu origem ao projeto Padrões de Atendimento Bradesco Varejo, lançado em 2002, com os objetivos de organizar e padronizar o atendimento em toda a Rede de Agências, baseado nas orientações do manual Padrões de Atendimento, utilizado por gerentes e funcionários.

No ano seguinte, instituímos a função de Gerente da Qualidade, cuja principal atribuição é a de analisar e monitorar a performance das Agências, de modo a identificar as principais causas que afetam a qualidade do atendimento e corrigir eventuais desvios no cumprimento dos padrões de atendimento definidos pelo Banco.

A partir de 2004, criamos outros parâmetros de gerenciamento, como Canal da Qualidade, Gestão do Gerente Administrativo, Monitoramento da Satisfação dos Clientes (por meio de avaliações do Cliente Misterioso Presencial, do Cliente Misterioso Telefônico e da Qualidade das Informações) e Soluções Sistêmicas (*para conhecê-los melhor, acesse a versão on-line do Relatório de Sustentabilidade 2007*).

Respeito ao consumidor

O Bradesco desenvolveu um conjunto de ações para diminuir as filas e o tempo de espera para atendimento dentro das Agências. Dentre as medidas, destacam-se:

- Implantação de sistema para parte das Agências do segmento Varejo monitorarem on-line o tempo de espera na fila de caixa.
- Ampliação da rede de correspondentes bancários, por meio da parceria com os Correios (Banco Postal) e com outros estabelecimentos comerciais (Bradesco Expresso).

Pesquisas de satisfação

Desenvolvemos, regularmente, uma série de pesquisas de satisfação, aplicadas internamente, por meio do Alô Bradesco, por exemplo, ou a cargo de empresas especializadas, além de pesquisas corporativas,

com clientes dos segmentos Varejo (pessoa física e jurídica), Prime, Empresas, Corporate e da área de cartões de crédito.

| Pesquisa anual de satisfação geral corporativa, por segmento* – 2007 | | |
|--|-----------------------|--|
| Segmento | Amostra (mil pessoas) | Índice geral de satisfação (de 0 a 10) |
| Varejo (pessoa física) | 4.040 | 8,42 |
| Varejo (pessoa jurídica) | 414 | 8,51 |
| Prime | 1.022 | 8,77 |
| Empresas | 400 | 8,25 |
| Corporate | 210 | 8,24 |
| Total geral | 6.264 | 8,44 |

* Exceto Bradesco Private
Fonte: Instituto TNS InterScience

Cliente misterioso

Uma das pesquisas mais tradicionais de satisfação de clientes (realizada por empresa contratada) é a do Cliente Misterioso. Trata-se de um personagem anônimo que, pessoalmente ou por telefone, visita ou entra em contato direto com as Agências, passando-se por um cliente comum, mas com a tarefa de avaliar aspectos como cordialidade, interesse e eficiência no atendimento bancário.

A última pesquisa do Cliente Misterioso, realizada em 2007, apontou alguns pontos que precisam ser melhorados no atendimento ao público, tais como a entrega automática de formulários e documentos.

Atenção redobrada

Os produtos e serviços do Bradesco não oferecem impactos diretos sobre a saúde e a segurança de seus clientes. Ainda assim, definimos critérios para acompanhar todo o seu ciclo de vida, desde a etapa de desenvolvimento e o conceito, até as fases de disposição, reutilização e reciclagem – a exemplo das folhas de cheques compensados. O Comitê

Executivo de Produtos e Serviços, considerando aspectos sociais, ambientais e de saúde e segurança, tem a responsabilidade de avaliar as propostas de criação ou alteração de produtos e serviços – concebidas pelo Plano de Negócio e de Conformidade. Para minimizar seus impactos indiretos, o Banco utiliza materiais atóxicos, equipamentos eletrônicos seguros e Agências equipadas e planejadas dentro das normas de segurança e acessibilidade. Periodicamente, divulga instruções de segurança aos usuários, de modo a preservar sua segurança.

Segurança garantida

A Organização Bradesco investe cada vez mais em recursos que garantam a segurança da informação, a partir de sua Política Corporativa de Segurança da Informação, que estabelece controles rígidos de proteção a informações de clientes e empresas, nos seus aspectos de confidencialidade, integridade e disponibilidade. O conjunto de controles utilizados para esse fim pode ser consultado no site www.bradescoseguranca.com.br, no qual clientes e empresas têm acesso a uma série de serviços e dispositivos eletrônicos de segurança, tais como:

- Chave de Segurança Bradesco Eletrônica.
- Cartão-Chave de Segurança Bradesco.
- Componente de Segurança (software de proteção para transações contábeis que o cliente instala no computador).

Biometria

Outro aspecto importante no quesito segurança e qualidade dos serviços bancários é o acesso à tecnologia de biometria *Palm Secure*, utilizada de forma pioneira pelo Bradesco. Em 2007, o Banco tinha mais de 68 mil clientes cadastrados e aptos a utilizar o sistema de leitura biométrica Segurança Bradesco na Palma da Mão, instalado em 207 máquinas de auto-atendimento,

responsáveis pela realização de 244 mil transações no período. O equipamento funciona como um *scanner* que captura o padrão vascular da palma da mão e serve como senha complementar aos usuários das máquinas de auto-atendimento.

As máquinas de auto-atendimento equipadas com o novo sistema foram instaladas em Agências de São Paulo (107), Rio de Janeiro (49), Minas Gerais (23) e Paraná (20), além de três em Posto de Atendimento Bancário (PAB). Há cinco equipamentos disponíveis para os funcionários, na matriz da Cidade de Deus, em Osasco (SP).

Novos extratos

Os extratos bancários enviados regularmente aos clientes foram aprimorados, em 2007, passando a ter novo *layout*, mais moderno e organizado, de modo a facilitar a visualização, a compreensão e o entendimento de todas as informações demonstradas. Com as mudanças promovidas nos demonstrativos, alguns aspectos positivos se destacam, tais como:

- organização visual mais clara;
- compreensão facilitada na composição do saldo;
- estrutura mais organizada das informações;
- permanência de informações úteis e inteligíveis.

Reparações financeiras

Em 2007, foram pagos R\$ 106.960,19, devido a sete processos movidos contra o Banco por quebra de sigilo bancário. Outros três processos por dano moral, em face de atendimento ofensivo relacionado com reclamações de clientes da Organização, exigiram o desembolso de R\$ 54.684,72. No mesmo período, o Bradesco efetuou o pagamento de R\$ 544.416,46, referentes a 83 processos sobre problemas decorrentes com "fila de espera" e "porta giratória".

Ao longo de 2007, o Bradesco registrou, ainda, 1.339 processos judiciais indenizatórios por dano moral, devido à emissão de cartões de crédito não solicitada por clientes, tendo pago, em igual período e pelo mesmo motivo, o total de R\$ 2.294.528,63, relativo a 786 processos.

Metas e objetivos para 2008

- Obter a certificação ISO 9001 para toda a área de Ouvidoria.
- Ter ao menos um atendente treinado em Libras, em cada Agência.
- Qualificar os colaboradores para reduzir o volume de reclamações dos clientes.
- Manter-se fora do *ranking* do Banco Central durante todo o ano.