



O futebol é a maior paixão dos brasileiros, uma marca nacional, associada quase que automaticamente ao País em qualquer parte do mundo. É uma faceta do Brasil que encanta os estrangeiros, gera respeito, admiração e até mesmo um pouco de inveja. O futebol eleva a auto-estima do povo brasileiro e resgata sua cidadania, o faz vencedor, soberano, o melhor do mundo. Essa paixão arraigada tantas vezes serviu como o mais adequado cenário para o desenrolar da história do Brasil e, por várias outras ocasiões, foi também utilizada como instrumento político.

A história do futebol brasileiro está completando 111 anos. Foi em abril de 1895 que ocorreu a primeira partida de futebol no País, reunindo dois times formados por ingleses radicados em São Paulo. Contudo, a “inseminação” ocorrera um ano antes, quando Charles Miller, paulista filho de ingleses, chegou da Inglaterra, onde fora estudar, trazendo na bagagem duas bolas de futebol e livros sobre as regras do jogo.



Soccer is the greatest passion of Brazilians, a hallmark of the nation, almost automatically associated with Brazil everywhere in the world. It is a facet of Brazil that captivates foreigners, engendering respect, admiration and even a little envy. Soccer enhances the self-esteem of the Brazilian people, strengthens citizenship and makes Brazilians feel like world champions. This deep-seated passion has often served as an appropriate backdrop for the unfolding of Brazilian history and on several occasions has been used as a political instrument.

The history of Brazilian soccer is completing 111 years. The first game was played in April 1895, with British residents in São Paulo making up both teams. But “insemination” had occurred a year earlier, when Charles Miller, born to a Scottish banker in Sao Paulo, returned from school in England with two soccer balls in his baggage along with books about the rules of the game.



Em pouco tempo a novidade conquistou o coração dos brasileiros. Primeiro, das elites. Depois, aos poucos, atraiu também as classes menos favorecidas. E foram muitos os atletas que nasceram em áreas mais pobres, e deram efetiva contribuição para fazer do País a grande nação do futebol.

As conquistas internacionais chegaram apenas na segunda metade do século passado. Depois da primeira Copa do Mundo conquistada, em 1958, na Suécia, ao pentacampeonato, no Japão, foram 44 anos, ou 12 edições do maior evento do futebol mundial.

Atualmente, o futebol é a principal manifestação da cultura do Brasil, celeiro de grandes craques, indústria que gera milhares de empregos em todos os pontos do País.

A Bradesco Seguros e Previdência, reafirmando o compromisso de apoiar e incentivar os valores culturais da sociedade brasileira, em suas mais diversas formas, presta, neste Relatório, homenagem a todos os que contribuíram para o sucesso de nosso futebol, ovacionado como o melhor do mundo!

The sport soon won the hearts of Brazilians, starting with the elite but gradually attracted the underprivileged as well. Many athletes born into the poorest areas significantly helped make Brazil the world's leading soccer nation.

International fame arrived only in the second half of the 20th century. Brazil first won the World Cup in 1958 in Sweden. Its fifth win came 44 years and 12 World Cups later in Japan.

Soccer is now the main expression of popular culture in Brazil, a breeding ground for star players and an industry that creates thousands of jobs up and down the country.

In this annual report Bradesco Seguros e Previdência reaffirms its commitment to support and promote the cultural values of Brazilian society in all their various forms by paying tribute to all those who have contributed to the success of soccer in this country, universally applauded as the best in the world.



Relatório Anual **2005** *Annual Report*

Candido Portinari
Meninos Brincando – pintura a óleo/madeira (detalhe),
35 x 27 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Boys Playing – oil painting/wood (detail),
35 x 27 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*



Bradesco Seguros e Previdência Relatório Anual 2005

Somos o País do futebol, uma das grandes conquistas do povo brasileiro, que o tomou das mãos (e pés) das elites e o transformou na notável expressão de nosso gesto e movimento.

Em seu Relatório Anual de 2005, a Bradesco Seguros e Previdência, que se orgulha de ser integralmente brasileira e de buscar sempre a ampliação, pelo trabalho e pelas idéias, dos horizontes sociais e culturais do Brasil, presta homenagem ao futebol, a maior paixão nacional, e aos atletas que fizeram deste País a capital mundial desse esporte.

Com imagens extraídas do livro “Brasil: Um Século de Futebol – Arte e Magia”, que reúne em 180 fotos e em texto divertido, apaixonante e de fácil leitura, os principais momentos do futebol e sua íntima relação com o dia-a-dia do País, este Relatório estende a homenagem iniciada em 2005 pela Bradesco Seguros e Previdência, com o patrocínio da referida obra, aos brasileiros e a nosso esporte maior.

A obra apresenta os grandes ídolos e suas jogadas características: o gol de bicicleta de Leônidas, a folha-seca de Didi, o drible de Garrincha. Trata-se de um painel histórico e etnográfico do Brasil, um livro publicado também em homenagem à Seleção Brasileira de Futebol nesta Copa do Mundo.

Bradesco Seguros e Previdência 2005 Annual Report

Brazil is the country of soccer, one of the greatest triumphs of ordinary Brazilians, who took soccer out of the hands (and feet) of the elite and made it a remarkable expression of the nation in gesture and movement.

This annual report for 2005 Bradesco Seguros e Previdência, which is proud to be entirely Brazilian and to unremittingly seek a broadening of Brazil's social and cultural horizons through hard work and ideas, pays tribute to soccer, the nation's greatest passion, and to the athletes who have made this country the world capital of soccer.

This report is enlivened by illustrations taken from Brasil: Um Século de Futebol – Arte e Magia (“Brazil: a century of soccer, art and magic”), a book with 180 photographs accompanying a witty, fascinating text on the great highlights of this sport. It also reveals its intimate relationship with the everyday lives of Brazilians, and extends the homage paid in 2005 to Brazilians and their foremost sport by Bradesco Seguros e Previdência in sponsoring the book. Featuring all the idols and their star moves – Leônidas, inventor of the bicycle kick, Didi and his famous “dry leaf” curving free kick, arch-dribbler Garrincha, and many others – the book presents a historical and ethnographic portrait of Brazil, and honors the Brazilian soccer squad in this year's World Cup.



Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/madeira (detalhe),
65 x 80 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
Soccer – oil painting/wood (detail),
65 x 80 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.

Sumário / Contents

Mensagem da Diretoria / <i>Message from the Board of Directors</i>	07
O Mercado Segurador / <i>The Brazilian Insurance Industry in 2005</i>	17
Bradesco Seguros e Previdência / <i>Bradesco Seguros e Previdência</i>	22
Recursos Humanos / <i>Human Resources</i>	24
Ações Socioambientais / <i>Social and Environmental Programs</i>	26
Ouvidoria / <i>Ombudsman</i>	27
Tecnologia da Informação / <i>Information Technology</i>	30
Marketing: Foco no Relacionamento / <i>Marketing: Emphasis on Relationships</i>	34
Bradesco Seguros e Previdência: a Marca mais Lembrada <i>Bradesco Seguros e Previdência: Top-of-Mind Brand Name</i>	36
Desempenho por Atividade / <i>Performance by Line</i>	46
Auto-RCF / Ramos Elementares / <i>Auto and Property / Casualty Insurance</i>	46
Seguro Saúde / <i>Health Insurance</i>	49
Vida / Previdência Complementar Aberta / <i>Life & Pensions</i>	51
Capitalização / <i>Saving Bonds</i>	55
Desempenho Econômico e Financeiro / <i>Economic and Financial Performance</i>	58
Principais Números Aglutinados / <i>Consolidated Financial Highlights</i>	59
Composição do Prêmio Líquido por Segmento / <i>Net Premiums by Segment</i>	59
Principais Indicadores / <i>Main Indicators</i>	60
Custos e Resultados / <i>Costs and Results</i>	61
Provisões Técnicas / <i>Technical Reserves</i>	61
Grupo Bradesco de Seguros e Previdência – Balanço Patrimonial Aglutinado <i>Bradesco Insurance Group Consolidated Balance Sheet</i>	62
Demonstração do Resultado Aglutinado / <i>Consolidated Income Statement</i>	64
Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos <i>Statement of Changes in Stockholders Equity</i>	65
Administração / <i>Administration</i>	66
Créditos / <i>Credits</i>	68

Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/tela (detalhe),
97 x 130 cm – 1935 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
Soccer – oil painting/wood (detail),
97 x 130 cm – 1935 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.



Mensagem da Diretoria

A Bradesco Seguros e Previdência, que completou 70 anos em 2005, manteve a liderança absoluta no setor, e aumentou ainda mais a diferença para os principais concorrentes, atingindo o patamar de 25,61% de *market share*. A receita acumulada nos segmentos de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar Aberta somou R\$ 16,825 bilhões, o que representou crescimento nominal de 9,33% em relação ao ano anterior.

A Bradesco Seguros e Previdência pagou R\$ 10,552 bilhões em indenizações, benefícios e sorteios, assegurando, dessa forma, a proteção do patrimônio, a saúde e o futuro de seus Segurados e Clientes e de suas famílias. Essa soma representa aproximadamente 25% do valor total desembolsado para o mesmo fim, em 2005, por todas as empresas do mercado nacional.

Além de deter a liderança do mercado segurador, a Bradesco Seguros e Previdência lidera, isoladamente, os segmentos de Previdência e Seguros, com destaque para os ramos VGBL, Auto, Vida e Saúde.

A Bradesco Seguros e Previdência também se destacou pelo volume de provisões técnicas, que alcançou R\$ 40,862 bilhões contra R\$ 33,632 bilhões em 2004. O montante representa 37,87% das reservas de todo o mercado segurador nacional.

Message from the Board of Directors

Bradesco Seguros e Previdência, which commemorated its 70th anniversary in 2005, remained absolute leader of the sector at the end of the period and further widened the distance separating it from the competition by achieving a market share of 25.61%. Aggregate revenue comprising insurance premium income, contributions to pension funds and sales of savings bonds totaled R\$ 16.825 billion, for nominal year-on-year growth of 9.33%. Bradesco Seguros e Previdência paid out R\$ 10.552 billion in insurance claims, pensions and other benefits, and prizes drawn, thereby assuring protection of the property, health and future of its insured and clients and their families. The figure corresponded to roughly 25% of the total disbursed for the same purposes in 2005 by all such companies in the Brazilian industry.

Besides leading the overall insurance market, Bradesco Seguros e Previdência was the foremost provider of pension and insurance plans separately, and especially of the following insurance lines: VGBL; Auto; Life; and Health.

Bradesco Seguros e Previdência was also prominent for the volume of technical reserves, which reached R\$ 40.862 billion compared with R\$ 33.632 billion in 2004. This corresponded to 37.87% of the Brazilian insurance industry's total reserves in 2005.

Seus ativos totais atingiram R\$ 49,754 bilhões, com crescimento de 23,55% sobre 2004, quando somaram R\$ 40,271 bilhões.

Em 2005, a Bradesco Seguros e Previdência manteve a liderança no ramo Auto, atingindo 17,53% de *market share*, com faturamento da ordem de R\$ 2,126 bilhões. No exercício, obteve destaque também no desempenho do Seguro Residencial, com a marca de mais de 800 mil residências seguradas.

Lançou o **Bradesco Seguro Auto – Exclusivo Cliente Bradesco**, produto exclusivo para Clientes do Banco Bradesco, que proporciona vantagens diferenciadas. E destacou-se também ao implantar serviço para agilizar e facilitar o pagamento de indenizações em caso de sinistros de automóveis, que acarretem o pagamento de indenização integral.

Em Vida e Previdência Complementar Aberta, a Bradesco Seguros e Previdência também manteve a liderança em 2005. Na Previdência faturou R\$ 7,304 bilhões e atingiu 37,5% de *market share*. Em ano fortemente marcado pela mudança nas regras de tributação dos planos de previdência, a Empresa lançou os produtos **De Pai Para Filho Geração 2**, **Conta de Aposentadoria Programada Bradesco**, **PRGP (Plano com Remuneração Garantida e Performance)** e **VRGP (Vida com Remuneração Garantida e Performance)**, **VGBL (Vida Gerador de Benefícios Livres)** e **Bradesco Nikkei**, voltado à comunidade *nikkei* do Brasil e do Japão. Além disso, expandiu sua participação em planos de previdência voltados a jovens, tendo registrado crescimento de 180% nas receitas desses produtos.

Assets totaled R\$ 49.754 billion at year-end, for growth of 23.55% compared to R\$ 40.271 billion in 2004.

In 2005 Bradesco Seguros e Previdência retained leadership of the Auto insurance segment, achieving a market share of 17.53% with some R\$ 2.126 billion in premiums written. It also performed strongly in Homeowner insurance, with the number of homes insured surpassing the 800,000 mark.

A new auto insurance policy called Bradesco Seguro Auto – Exclusivo Cliente Bradesco (Bradesco Auto Insurance – Exclusive for Bradesco Customers) was launched to provide exclusive benefits to Customers of Banco Bradesco. Another highlight was implementation of a service to speed up and facilitate payment of total loss auto claims.

Bradesco Seguros e Previdência also retained its leading position in Life and Open-End Pension Funds in 2005. Pension plan contribution income totaled R\$ 7.304 billion and market share reached 37.5%. In a year marked strongly by changes in tax rules for pension funds, the company launched the following products: De Pai Para Filho Geração 2 (Father to Son Generation 2), Conta de Aposentadoria Programada Bradesco PRGP (Programmed Individual Retirement Account), Conta de Aposentadoria Programada Bradesco VRGP (Life plus Defined-Contribution IRA), and VGBL Bradesco Nikkei (Life plus Variable-Benefit IRA) for the Nikkei community in Brazil and Japan. It also increased its share in pension plans tailor-made for young people, with income from these products rising 180%.

No ramo Vida, a receita apurada em 2005 somou R\$ 1,323 bilhão. A Empresa manteve a estratégia de popularização do produto e começou a atuar em um novo segmento, ao lançar o **Seguro de Proteção Financeira**.

Em 2005, no ramo Saúde, a Bradesco Seguros e Previdência pagou R\$ 3.027.144.609,00 a médicos, dentistas, hospitais, clínicas e laboratórios para assegurar a proteção à saúde de seus Segurados. Cobriu 40.269.452 procedimentos médico-hospitalares e odontológicos, o que representa a média de 110.327 registros diários. Em 31 de dezembro de 2005, no ramo Saúde, a Bradesco Seguros e Previdência contava com 2.540.240 Segurados. Sua receita global nesse ramo atingiu R\$ 3,589 bilhões, 15,81% a mais do que no ano anterior.

No ramo Saúde, a Bradesco Seguros e Previdência manteve o foco de atuação nos planos empresariais. A estratégia mostrou-se a mais acertada: no final do exercício, 31 das 100 maiores empresas do País eram suas Clientes. Deu ênfase também ao nicho de mercado formado pelas pequenas e médias empresas e o resultado foi um aumento da produção.

Outro destaque no ramo foi o desempenho apurado na carteira de Seguro Odontológico, ao atingir a expressiva marca de mais de 500 mil vidas seguradas e ao manter, ao longo do ano, a tendência de crescimento significativo de sua carteira.

In Life, premium income totaled R\$ 1.323 billion in 2005. The company maintained its strategy of popularizing life insurance products and began operating in a new segment by launching Seguro de Proteção Financeira (Financial Protection Insurance).

In Health, payments by Bradesco Seguros e Previdência to doctors, dentists, hospitals, clinics and laboratories to assure protection for insured Clients amounted to R\$ 3,027,144,609.00 in 2005, covering 40,269,452 hospital and dental procedures for an average of 110,327 per day. The number of insured Clients covered by health plans totaled 2,540,240 at end-2005. Premium income in the segment amounted to R\$ 3.589 billion in the year, 15.81% more than in 2004.

The focus in Health remained on corporate plans and this strategy proved successful: 31 of the top 100 Brazilian corporations were clients of Bradesco Seguros e Previdência at year-end. Another priority was the market niche formed by small and medium enterprises, resulting in a significant rise in production.

The Dental insurance portfolio also performed strongly, reaching the outstanding milestone of more than 500,000 lives insured and maintaining vigorous growth throughout the year.

Foram reforçados ainda os programas de relacionamento com os Clientes e de conscientização dos funcionários das empresas contratantes do Seguro Saúde. O principal deles foi o “Juntos pela Saúde”, aplicado em parceria com a empresa Cliente. Merece ainda menção especial o “Programa 100% Doutor”, que visa a aprimorar a qualidade no relacionamento com a rede referenciada.

No ramo Capitalização, a Bradesco Seguros e Previdência sustentou, em 2005, a trajetória de crescimento e de fortalecimento de sua participação no mercado. Pagou R\$ 39.920.418,00 em prêmios distribuídos a 2.031 Clientes. Os destaques, mais uma vez, foram os produtos com caráter socioambiental, tais como o **Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica**, lançado em 2004, fruto de uma parceria da Bradesco Capitalização com a Fundação SOS Mata Atlântica, instituição para a qual é revertida parte dos recursos obtidos com a comercialização de títulos. No final de 2005, esse produto atingiu a marca de 1,08 milhão de títulos comercializados, viabilizando recursos para o plantio de 10,8 milhões de mudas de árvores nativas. Outro sucesso de vendas em 2005 foi o **Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna**, que reverte um percentual do valor arrecadado aos projetos sociais do Instituto Ayrton Senna. Desde o lançamento do produto, em julho do ano passado, até o final de 2005, foram comercializados 600 mil títulos.

Programs geared to building Client relationships and employee awareness in companies acquiring health insurance were reinforced in the period. The main initiative here was “Together for Health”, applied in partnership with Client companies. Another highlight was the “100% Doctor” program, designed to enhance the quality of relationships with accredited service providers.

*In Savings Bonds, Bradesco Seguros e Previdência continued to expand and build market share in 2005. It paid out R\$ 39,920,418.00 in prizes distributed to 2,031 Customers. The top performers were again products of a socio-environmental nature such as **Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica**, launched in 2004 by Bradesco Capitalização in partnership with Fundação SOS Mata Atlântica, an NGO to which part of the income from sales of the bond was donated. Sales of this bond totaled 1.08 million by end-2005, providing funds for the planting of more than 10.8 million native saplings in deforested areas. Another sales success in 2005 was **Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna**, also funding donations to the social projects of Instituto Ayrton Senna. Some 600,000 of these bonds were sold between its launch in July of last year and the end of 2005.*

A Bradesco Seguros e Previdência atingiu, em dezembro de 2005, a marca de 17,193 milhões de contratos com Clientes nos diversos segmentos em que atua. Contribuíram decisivamente para esse resultado a eficiência de sua ampla rede de atendimento – com 409 dependências próprias, entre filiais, sucursais e escritórios – e a boa distribuição dos produtos por intermédio de cerca de 30 mil Corretores de Seguros, entre pessoas físicas e jurídicas, também presentes em todo o País. A plena sinergia nas ações empreendidas com esses parceiros foi indispensável para a consolidação da liderança no mercado e da marca na sociedade, contribuindo ainda para o sucesso nas vendas de seus produtos em 2005.

É importante e justo destacar ainda o esforço do quadro funcional, que ofereceu aos Clientes e Corretores atendimento ágil e eficiente, com base na utilização das mais avançadas tecnologias. Adicionalmente, foi fundamental o lançamento de inúmeros produtos novos, desenhados para atender às necessidades dos Clientes em todos os segmentos de atuação da Bradesco Seguros e Previdência.

Em dezembro de 2005, a Ouvidoria da Bradesco Seguros e Previdência completou dois anos e três meses de existência, consolidando-se como importante canal de relacionamento com seus Clientes e os Corretores de Seguros. E dentro dos mais rigorosos padrões de exigência e qualidade, que são próprios da Organização Bradesco.

Bradesco Seguros e Previdência had 17.193 million contracts with clients and Customers in all segments at end-2005. This result owed a great deal to the efficiency of its large service network, made up of 409 locations including branches and other offices, and effective product distribution via some 30,000 individual and corporate brokers. The synergies of collaboration with these partners were indispensable to consolidate the company's leadership in the market and continue building its brand image, while also contributing to successful sales of its products in 2005.

It is important and fair to praise the hard work and dedication of our staff, who provided agile and efficient services to clients and brokers using the most advanced technology. Another key factor was the constant introduction of new products tailored to the needs of Customers and clients in all segments served by Bradesco Seguros e Previdência.

In December 2005 Bradesco Seguros e Previdência's Ombudsman's service completed two and a quarter years of existence, strengthening its position as an important channel for relationships with Customers and insurance brokers. It continued to operate in accordance with the highest standards of quality and correctness, as is the case with all activities of the Bradesco Organization.

No modelo adotado, está a razão do sucesso já alcançado pela Ouvidoria, que assumiu características inéditas no mercado, porque foram além das exigências definidas pela SUSEP como necessárias para a implantação do serviço.

O diferencial reside em três premissas básicas: a Amplitude de Alcance, visto que toda e qualquer reclamação, sugestão ou elogio é acompanhado pela Ouvidoria; a Celeridade das Respostas, que consiste em apresentar ao Cliente no prazo de cinco dias úteis uma resposta adequada e fundamentada; e o Comprometimento dos Funcionários, que tem fundamental valor, porque é do empenho de cada funcionário em oferecer o melhor atendimento que nasce a excelência da prestação de serviços, Marca da Bradesco Seguros e Previdência.

Em 2005, a área de Tecnologia da Informação passou por processo de reestruturação tendo como objetivo atender diretamente às Unidades de Negócio da Bradesco Seguros e Previdência, a fim de descentralizar a tomada de decisão em relação às prioridades e necessidades de cada Unidade.

A Bradesco Seguros e Previdência continuou investindo na modernização de seus sistemas de atendimento a Clientes e Corretores, com base em ferramentas de última geração, aprimorando ainda mais seus processos de pagamento de indenizações (sinistros) e a geração de informações para a tomada de decisões, explorando maciçamente os canais de relacionamento e melhorando continuamente os processos de venda dos produtos aos Clientes.

The model adopted explains the success of the Ombudsman service, which is unique in the Brazilian market by exceeding the requirements defined by SUSEP, the national private insurance authority, as necessary for implementation of the service.

The difference lies in three basic premises: Breadth of Remit, given that every single complaint, suggestion or commendation is tracked by the Ombudsman service; Speed of Response, which means presenting Customers with a satisfactory response backed by a sound rationale within five working days; and Employee Commitment, a crucial element because each and every employee's dedication to offering the best possible service is what gives rise to the excellent quality of service for which Bradesco Seguros e Previdência is justly renowned.

In 2005 the Information Technology area was restructured to enable it to provide service directly to the Business Units of Bradesco Seguros e Previdência, thus decentralizing decision making on the priorities and needs of each Unit.

Bradesco Seguros e Previdência continued to invest in modernization of systems serving Customers, clients and brokers through latest-generation tools, further streamlining payment of claims, generating information for decision support, intensifying use of relationship channels, and continuously enhancing the processes used to sell products.

Houve avanços significativos na Governança da Bradesco Seguros e Previdência, principalmente na área de Compliance e na adaptação à Lei Sarbanes-Oxley. Destaque para o projeto “Base Única de Clientes”, que possibilita visão unificada e consolidada dos Clientes, viabilizando atendimento diferenciado e permitindo oferta de produtos e serviços especializados, modernos e seguros.

Na Central de Atendimento, foram implantadas melhorias de processos e sistemas garantindo a disponibilidade dos serviços dentro de um padrão de excelência. No canal Internet (www.bradescoseguros.com.br), cresceu a oferta de inovações, com destaque para a implantação do “Programa 100% Doutor”.

As ações de *marketing* mantiveram o foco nos programas de relacionamento e de incentivo à venda. O Site 100% Corretor, lançado em 2004, foi ampliado e o bom relacionamento com os Corretores contribuiu decisivamente para os bons resultados obtidos em 2005.

Destaque também para o UniverSeg, amplo programa de qualificação, aplicado por equipes de instrutores especializados, com apoio de infra-estrutura adequada, que completou 19 meses de criação em dezembro de 2005. Ferramenta estratégica de aperfeiçoamento e aprimoramento técnico e profissional para os funcionários e os Corretores cadastrados na Bradesco Seguros e Previdência, o UniverSeg encerrou 2005 com mais de 58 mil participações, sendo 36 mil de Corretores.

Significant progress was made in governance, compliance and adaptation to Sarbanes-Oxley. A highlight in this regard was a project called Single Customer Base, which provides a unified and consolidated vision of the entire customer base to enable the company to deliver differentiated services and customized, modern and secure products.

In the same spirit, the customer care center was upgraded with enhanced processes and systems guaranteeing service availability in accordance with standards of excellence. More innovations were delivered through the Internet channel (www.bradescoseguros.com.br), led by implementation of the “100% Doctor” program.

Marketing actions continued to focus on relationship and sales incentive programs. The 100% Broker Site launched in 2004 was extended and good relationships with brokers made a decisive contribution to the positive results achieved in 2005.

In December 2005 UniverSeg, a major training program with specialist instructors supported by appropriate infrastructure, completed 19 months since its inception. As a strategic tool enabling the technical and professional development of employees and brokers registered with Bradesco Seguros e Previdência, UniverSeg ended 2005 with more than 58,000 participants, of which 36,000 were brokers.

Pelo décimo ano consecutivo, o espelho d'água da Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro, recebeu a **Árvore de Natal da Bradesco Seguros e Previdência**. No calendário da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, a Árvore já figura como o terceiro mais importante evento da cidade, superada apenas pelo Carnaval e pelo *Reveillon*.

Em 2005, mais uma vez, a Bradesco Seguros e Previdência apresentou nível de solvência acima das exigências regulamentares, constituindo sólido lastro para suas operações, com patrimônio líquido aglutinado de R\$ 5.791. Seus ativos totais atingiram R\$ 49,754 bilhões, com crescimento de 23,55% sobre 2004, quando somaram R\$ 40,271 bilhões. O lucro líquido totalizou R\$ 1,597 bilhão, com rentabilidade de 27,59% sobre o patrimônio líquido aglutinado.

A Bradesco Seguros e Previdência manteve, em 2005, o padrão de confiabilidade e solidez de proteção financeira e patrimonial. Com isso, pôde assegurar novamente conceitos de boa qualificação de risco por empresas especializadas. A agência de classificação de riscos Fitch Ratings elevou, em 2005, o rating internacional de Força Financeira de Seguradora (FFS) da Bradesco Seguros S.A. de BB- (BB menos) para BB, mantendo a Perspectiva Positiva. Ao mesmo tempo, a agência manteve o *rating* Nacional AA (bra) com Perspectiva Estável.

For the tenth consecutive year the Bradesco Seguros e Previdência Christmas Tree embellished the Rodrigo de Freitas Lagoon, one of Rio de Janeiro's world-famous sights. The Christmas Tree regularly figures as the third most important attraction in the city's official calendar, outshone only by Carnival and New Year's Eve.

In 2005 Bradesco Seguros e Previdência achieved a higher level of solvency than required by law, providing a sound basis on which to secure the claims of policyholders with net worth of R\$ 5.791 billion. Total assets ended the year on R\$ 49.754 billion, for an increase of 23.55% compared with R\$ 40.271 billion at end-2004. Net income totaled R\$ 1.597 billion in 2005, for a return on equity of 27.59%.

Bradesco Seguros e Previdência maintained an excellent level of reliability and solidity in protecting lives, property and financial resources in 2005, again earning optimal risk ratings from specialized agencies. Fitch Ratings raised its Insurer Financial Strength (IFS) for Bradesco Seguros S.A. from "BB-" to "BB", reaffirming its positive rating outlook.

A Bradesco Capitalização possui a classificação brAA/Estável, atribuída pela Standard & Poor's. Em ambos os casos, teve destaque o sólido padrão de proteção financeira e patrimonial que as mencionadas empresas garantem a seus Clientes.

A Bradesco Seguros e Previdência agradece aos Segurados, Clientes e Corretores, a preferência e confiança, propiciando mais um ano de importantes realizações. Nesse sentido, foram essenciais também a dedicação e o trabalho dos funcionários, fundamentais ao bom desempenho nas atividades de Seguros, Previdência Complementar Aberta e Capitalização. Agradece ainda à Superintendência de Seguros Privados – SUSEP; à Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS; e ao IRB – Brasil Resseguros S.A. o apoio recebido.

Diretoria

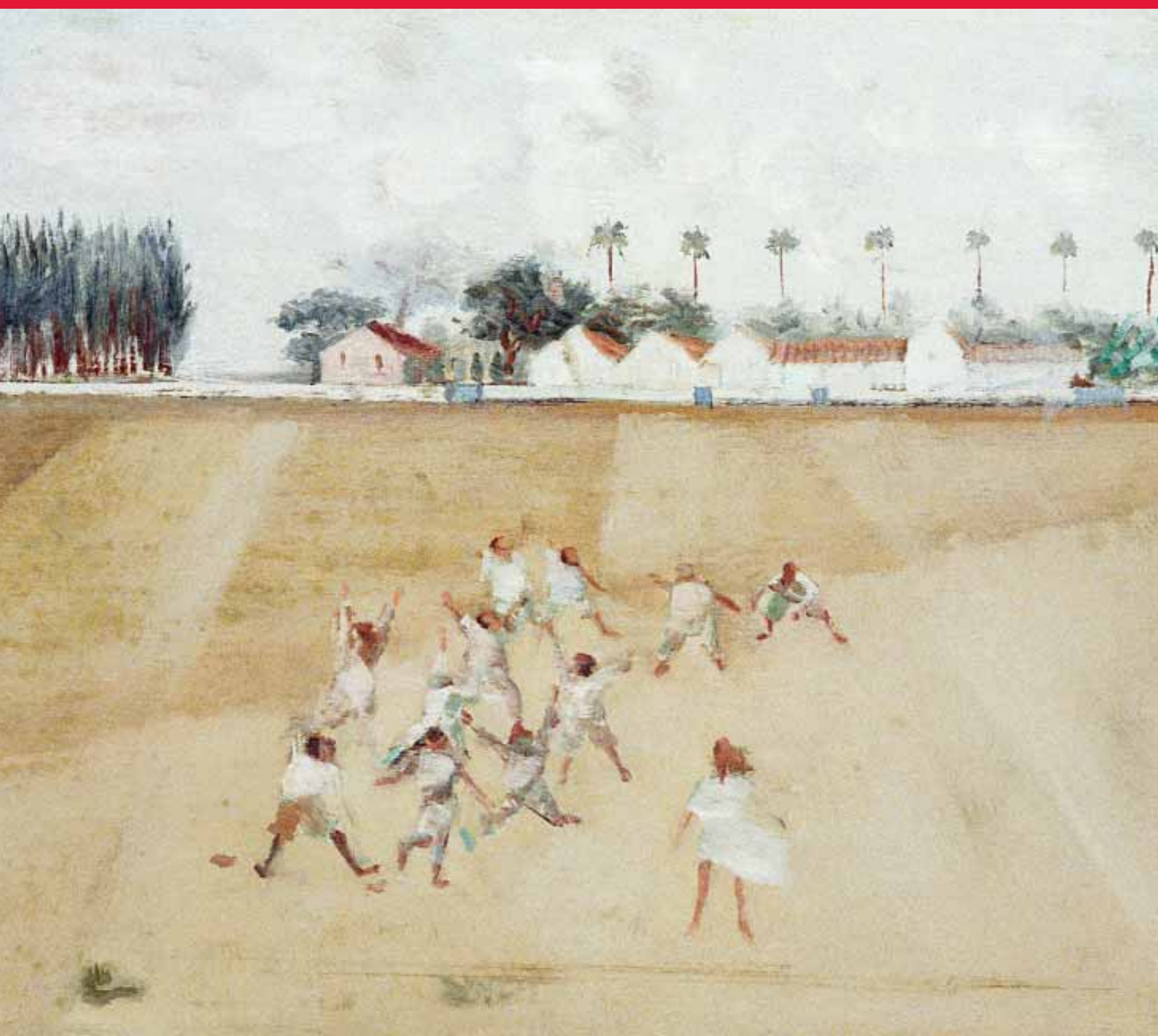
It also maintained the company's "AA (bra)" rating on the national scale with a stable outlook. Standard & Poor's rated Bradesco Capitalização "brAA" and stable. Both agencies stressed the soundness of the protection afforded to Customers' wealth and property by the companies in question.

Bradesco Seguros e Previdência is grateful to insureds, Customers, clients and brokers for their preference and trust, which enabled it to complete another year of significant achievements. Our employees also deserve warm thanks for their dedication and hard work, without which the year's performance in insurance, pensions and savings bonds could not have been so successful. The support of SUSEP, the Brazilian private insurance authority, ANS, the National Agency for Supplementary Health, and IRB Brasil Resseguros S.A., the Brazilian reinsurance corporation, is also gratefully acknowledged.

Board of Directors

Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/madeira (detalhe),
27,7 x 35,7 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Soccer – oil painting/wood (detail),
27.7 x 35.7 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*



O Mercado Segurador

O mercado segurador brasileiro, nas atividades de Seguros, Previdência Complementar Aberta e Capitalização, demonstrou mais uma vez, em 2005, sua capacidade de exceder o crescimento da economia e de enfrentar desafios, como a expansão da população de baixa renda no seguro de Vida e a mudança do regime tributário nos planos previdenciários.

Entre receita de prêmios e contribuições, a arrecadação do mercado no período chegou a R\$ 65.635.750 mil, que, em relação a 2004, cresceu 9,93%, bem superior à expansão do Produto Interno Bruto (PIB), que foi de 2,3%, segundo o IBGE.

O segmento de Seguros, incluindo a carteira do ramo Saúde, apresentou faturamento de prêmios de R\$ 50.986.823 mil, 13,05% acima do montante contabilizado em 2004, que ficou em R\$ 45.101.150 mil. Na Capitalização, a receita de R\$ 6.910.339 mil subiu 4,67%, em comparação com os prêmios de R\$ 6.601.776 mil captados em 2004. Já os depósitos na Previdência Complementar Aberta em 2005 chegaram a R\$ 7.738.588 mil, 3,31% menos que as contribuições registradas no ano anterior, da ordem de R\$ 8.003.921 mil.

The Brazilian Insurance Industry in 2005

In 2005 the Brazilian insurance industry, segmented for the purposes of this report into insurance, supplementary open pension funds and savings bonds, again outperformed the overall economy and demonstrated its ability to surmount challenges such as expansion of the low-income population covered by life insurance and changing tax rules for pensions and retirement plans.

The industry's aggregate revenue in premium income and contributions expanded 9.93% in the year to R\$ 65,635,750 thousand, compared with 2.3% growth in gross domestic product (GDP) according to IBGE, the national bureau of statistics.

The insurance segment including health insurance grossed R\$ 50,986,823 thousand, 13.05% more than in 2004 (R\$ 45,101,150 thousand). The savings bond segment expanded 4.67% year over year: contributions amounted to R\$ 6,910,339 thousand in 2005 compared with R\$ 6,601,776 thousand in 2004. Open pension funds collected R\$ 7,738,588 thousand in contributions, or 3.31% less than in 2004 (R\$ 8,003,921 thousand).

Vale ressaltar que a Previdência Complementar Aberta atravessou ano atípico em 2005, afetada pelas incertezas causadas pela implantação do regime tributário progressivo, quadro que só deu sinais de retorno à normalidade a partir do terceiro trimestre do ano. Mas a mudança foi essencial para criar as bases do crescimento sustentado de um setor que é tão relevante para a formação de poupança de longo prazo no País.

O ramo Pessoas, mais uma vez, contribuiu decisivamente para o aumento da produção global do segmento de Seguros. A arrecadação em 2005 atingiu R\$ 20.004.630 mil, 13,20% acima dos R\$ 17.671.836 mil contabilizados em 2004. A participação do ramo no mix de negócios do segmento foi de 39,23%.

Um dos destaques do ano foi o VGBL (Vida Geral de Benefícios Livres), cujo faturamento de R\$ 11.759.004 mil ultrapassou em 11,23% a produção de 2004, situada em R\$ 10.566.278 mil. Nos seguros de Vida tradicionais, associados à carteira de Acidentes Pessoais, a arrecadação atingiu R\$ 6.922.453 mil, fortalecida pela criação dos planos populares. O crescimento em 2005 foi de 11,49%, em relação aos prêmios de R\$ 6.209.057 mil em 2004.

It was an abnormal year for pension funds, owing to the uncertainty caused by the introduction of a progressive tax regime. Signs of a return to normality began to appear only in the third quarter. The changes were essential to lay the foundations of sustainable growth for an industry that plays a key role in the formation of long-term savings.

Personal lines once again made a decisive contribution to the overall increase in production in the Insurance segment. Premium income totaled R\$ 20,004,630 thousand in 2005, expanding 13.20% compared with R\$ 17,671,836 thousand in 2004 and accounting for 39.23% of the business mix in the segment.

Combined life insurance and variable-benefit retirement accounts (VGBLs) were again among the fastest-growing portfolios with premium income of R\$ 11,759,004 thousand, up 11.23% from R\$ 10,566,278 thousand in 2004. In traditional life insurance, associated with the personal accident portfolio, premium income totaled R\$ 6,922,453 thousand, strengthened by the creation of popular plans. Growth in 2005 was 11.49%, compared with premium income of R\$ 6,209,057 thousand in 2004.

Outro bom desempenho foi verificado no ramo Auto, que cresceu 15,14% em 2005. A receita subiu de R\$ 10.530.407 mil, em 2004, para R\$ 12.124.970 mil, em 2005, o que manteve o ramo entre os mais importantes do segmento de Seguros, com uma participação no mix de negócios de 23,78%. Juntos, os ramos Pessoas e Auto responderam por 63,01% do total da receita arrecadada pelo setor.

Não menos importante foi a evolução do ramo Saúde. Os prêmios arrecadados em 2005, que alcançaram R\$ 8.430.066 mil, cresceram 10,75% em relação aos prêmios acumulados em 2004, que ficaram em R\$ 7.611.541 mil.

O comportamento das vendas nos variados seguros do ramo Riscos Patrimoniais contribuiu igualmente para a expansão do segmento como um todo. A receita do ramo em 2005 subiu 26,46%, para R\$ 4.505.843 mil, contra R\$ 3.562.964 mil no ano anterior.

O ramo de Crédito também apresentou variação significativa, ao crescer 21,19%. O faturamento avançou de R\$ 387.459 mil, em 2004, para R\$ 481.177 mil, em 2005. O ritmo de crescimento foi observado ainda no ramo Responsabilidade Civil, cujos prêmios chegaram a R\$ 452.946 mil, 12,19% mais que em 2004, fechado com receita de R\$ 403.742 mil.

Auto insurance also expanded strongly in 2005, with premium income rising 15.14% to R\$ 12,124,970 thousand from R\$ 10,530,407 thousand in 2004. Auto was again one of the largest portfolios in the overall insurance market, with a share of 23.78%. Personal lines and Auto together accounted for 63.01% of the total market in terms of premiums written.

Health insurance was no exception to the trend, expanding 10.75% in the year. Premium income totaled R\$ 8,430,066 thousand, compared with R\$ 7,611,541 thousand in 2004.

Property insurance also contributed to the industry's strong performance overall, grossing R\$ 4,505,843 thousand in premium income for an increase of 26.46% compared with R\$ 3,562,964 thousand in 2004.

Credit insurance also expanded significantly. Premium income grew 21.19% to R\$ 481,177 thousand, from R\$ 387,459 thousand in 2004. Civil liability insurance grossed R\$ 452,946 thousand in premium income, for growth of 12.19% compared with R\$ 403,742 thousand in 2004.

Nas provisões técnicas, o mercado segurador brasileiro ultrapassou pela primeira vez na história a marca de R\$ 100 bilhões, prova incontestável de sua pujança e de sua vocação como formador de poupança interna. O saldo acumulado em 2005 foi a R\$ 107.870.959 mil, registrando expansão de 24,35% em relação a 2004, quando a soma alcançou R\$ 86.743.764 mil. Na composição total das provisões, o segmento de Seguros contribuiu com R\$ 49.084.681 mil. A Previdência Complementar Aberta participou com R\$ 48.228.840 mil e outros R\$ 10.557.438 mil foram adicionados pelo setor de Capitalização.

For the first time ever in the history of the Brazilian insurance industry, technical reserves surpassed the R\$ 100 billion mark, indisputably demonstrating the vigor of the industry and its key role in domestic savings formation. The balance of technical reserves accumulated in 2005 was R\$ 107,870,959 thousand, up 24.35% from R\$ 86,743,764 thousand in 2004. The Insurance segment accounted for R\$ 49,084,681 thousand, pensions for R\$ 48,228,840 thousand, and savings bonds for R\$ 10,557,438 thousand.

Source: Fenaseg (National Federation of Private Insurers & Savings Bonds Issuers).

Fonte: Fenaseg (Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização).



Candido Portinari
 Futebol – desenho a guache sobre papel para o livro *Maria Rosa*, de Vera Kelsey (detalhe),
 25 x 28,5 cm – 1941 – Washington, D.C..
 Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
 Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
 Soccer – guache drawing on paper for the book entitled *Maria Rosa*, by Vera Kelsey (detail),
 25 x 28.5 cm – 1941 – Washington, D.C..
 Reproduction authorized by João Candido Portinari.
 Image from the Portinari Project collection.

Bradesco Seguros e Previdência

A Bradesco Seguros e Previdência completou 70 anos em 2005, cumprindo uma trajetória marcada por sólido crescimento e pleno sucesso. Líder absoluta do mercado brasileiro, gerou 25,61% do total de prêmios e contribuições apurados por empresas de Seguros, Previdência Complementar Aberta e Capitalização no Brasil, em 2005.

Amparada por uma rede de atendimento com 409 dependências próprias, entre sucursais e escritórios, a Bradesco Seguros e Previdência teve a necessária capilaridade para atender às diferentes demandas de Segurados de pontos diversos do País. Além disso, como integrante da Organização Bradesco, o maior conglomerado financeiro privado da América Latina, sob a liderança do Banco Bradesco, a Bradesco Seguros e Previdência contou ainda com o apoio de 13.307 pontos de atendimento e 23.036 máquinas da rede de auto-atendimento.

Há de se destacar também o papel desempenhado pelos mais de 30 mil Corretores de Seguros que comercializaram os produtos com a marca Bradesco Seguros e Previdência em todo o Brasil. A plena sinergia nas ações empreendidas com esses parceiros foi indispensável para a consolidação da liderança no mercado e da marca na sociedade, contribuindo ainda para o sucesso nas vendas de seus produtos em 2005.

Bradesco Seguros e Previdência

Bradesco Seguros e Previdência completed 70 years in 2005, continuing on a course distinguished by solid growth and outstanding success. It was again the undisputed leader of the Brazilian market, accounting for 25.61% of aggregate revenue in premiums and contributions earned by companies in the Insurance, Complementary Open-End Pension Fund and Savings Bonds segments.

With a service network comprising 409 branches and other offices of its own, Bradesco Seguros e Previdência was sufficiently pervasive to meet the most comprehensive range of insurance needs in all of Brazil's widely differing regions. In addition, as part of the Bradesco Organization, Latin America's largest private financial services conglomerate led by Banco Bradesco, Bradesco Seguros e Previdência enjoyed the support of 13,307 branches and other banking outlets as well as 23,036 automated teller machines in the Bradesco self-service network.

It is also important to highlight the role played by more than 30,000 insurance brokers who sold products bearing the Bradesco Seguros e Previdência brand name in every part of Brazil. Highly productive synergy with these partners was indispensable to consolidation of the company's market leadership and brand image, while also contributing to successful sales of its products in 2005.

A Bradesco Seguros e Previdência opera em todos os ramos de seguros: Auto, Ramos Elementares, Saúde, Vida, além de atuar também em Previdência Complementar Aberta e Capitalização.

Em 31 de dezembro de 2005, a Marca Bradesco Seguros e Previdência era integrada pelas seguintes empresas, que atuaram em Seguros – inclusive o Seguro Saúde –, Previdência Complementar Aberta e Capitalização:

- Bradesco Seguros S.A.
- Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros
- Bradesco Vida e Previdência S.A.
- Bradesco Saúde S.A.
- Bradesco Capitalização S.A.
- Indiana Seguros S.A.
- Finasa Seguradora S.A.
- Atlântica Capitalização S.A.
- Alvorada Vida S.A.

A Bradesco Seguros e Previdência controla a Bradesco Argentina de Seguros S.A. Detém ainda participações minoritárias relevantes no capital do IRB – Brasil Resseguros S.A., da Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE) e da Áurea Seguros S.A.

Bradesco Seguros e Previdência operates in all insurance lines, from Auto and Property & Casualty to Health and Life, as well as Complementary Open-End Pension Funds and Savings Bonds.

On December 31, 2005, the Bradesco Seguros e Previdência Brand comprised the following companies, which operated in insurance (including Health insurance), pensions and savings bonds:

- *Bradesco Seguros S.A.*
- *Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros*
- *Bradesco Vida e Previdência S.A.*
- *Bradesco Saúde S.A.*
- *Bradesco Capitalização S.A.*
- *Indiana Seguros S.A.*
- *Finasa Seguradora S.A.*
- *Atlântica Capitalização S.A.*
- *Alvorada Vida S.A.*

Bradesco Seguros e Previdência controls Bradesco Argentina de Seguros S.A. and has significant minority holdings in IRB Brasil Resseguros S.A., Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE), and Áurea Seguros S.A.

Recursos Humanos

A Bradesco Seguros e Previdência manteve, em 2005, o foco no permanente aperfeiçoamento de seus recursos humanos. O destaque, nesse contexto, continuou sendo o UniverSeg, amplo programa de qualificação, aplicado por equipes de instrutores especializados com apoio de infra-estrutura adequada, que completou 19 meses de criação em dezembro de 2005.

Ferramenta estratégica de aperfeiçoamento e aprimoramento técnico profissional para os funcionários e os Corretores cadastrados na Bradesco Seguros e Previdência, o UniverSeg encerrou 2005 com mais de 58 mil participações, sendo 36 mil de Corretores.

Constituído de cursos virtuais e presenciais, disponíveis em âmbito nacional, o UniverSeg se baseia na experiência da Organização Bradesco na área de treinamento e possibilita a capacitação profissional de qualidade via Internet (www.universeg.com.br), com agilidade e liberdade de horário para participação, por meio de cursos interativos, com recursos audiovisuais e material para *download*, monitorados constantemente por professores.

Os cursos presenciais do UniverSeg são realizados em salas de aula que oferecem os melhores recursos didáticos, em que os Corretores têm contato direto com os instrutores que atuam também nos programas de treinamento para funcionários da Companhia.

Human Resources

Bradesco Seguros e Previdência continued to focus on the permanent development of its human resources in 2005. The highlight in this context was UniverSeg, a broad education and training program with specialist instructors supported by appropriate infrastructure. In December 2005 Universeg completed 19 months since its inception.

As a strategic tool enabling the technical and professional development of employees and brokers registered with Bradesco Seguros e Previdência, UniverSeg had more than 58,000 participants, of which 36,000 were brokers, in the course of the year.

Consisting of virtual and face-to-face courses based on the experience of the Bradesco Organization in the area of education and training, Universeg delivers first-class instruction via the Internet (www.universeg.com.br), through interactive courses available at any time and anywhere throughout Brazil. Audiovisual material is plentiful and material can be downloaded by trainees, who are constantly monitored by instructors.

Universeg also offers face-to-face courses in classrooms equipped with state-of-the-art resources, enabling brokers to come into direct contact with instructors, who also teach training programs for Company employees.

A Bradesco Seguros e Previdência também dedica especial atenção aos programas de benefícios. Em 2005, foi dada atenção especial aos benefícios assistenciais voltados à melhoria da qualidade de vida, bem-estar e segurança dos funcionários e seus dependentes que contam com Seguro Saúde, Assistência Odontológica, Plano de Previdência Privada e Auxílio-Alimentação.

Ainda em 2005, foi realizada nova etapa do Programa "Talentos – Bradesco Seguros e Previdência", com o objetivo de reconhecer, destacar e integrar os funcionários. A ação de reconhecimento incentivou a participação dos funcionários, que por meio de votação, ocorrida mensalmente, indicaram os grandes destaques ao título de "Talentos do Mês". Ao final do programa foi elaborado um *ranking* geral, pelo qual os funcionários mais votados foram premiados com o Troféu Talento de Seguros – Bradesco Seguros e Previdência.

Bradesco Seguros e Previdência devotes special attention to employee benefits. In 2005 emphasis was placed on programs designed to enhance the quality of life, welfare and safety for employees and dependants, especially in medical insurance, dental care, pensions and meal allowances.

The year also saw a new stage of the Bradesco Seguros e Previdência Talent Program to recognize, highlight and integrate employees. Recognition motivated staff to participate by regularly voting for Talents of the Month. Based on a general rank order drawn up at the end of the Program, the employees with the most votes were awarded the Bradesco Seguros e Previdência Insurance Talent Trophy.

Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/tela (detalhe),
130 x 160 cm – 1940 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
Soccer – oil painting/wood (detail),
130 x 160 cm – 1940 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.



Ações Socioambientais

A Bradesco Seguros e Previdência manteve, em 2005, a estratégia de apoio a ações socioambientais, com destaque para a parceria inédita entre a Fundação SOS Mata Atlântica e a Bradesco Capitalização.

A iniciativa garante que parte dos recursos arrecadados com a venda do título de capitalização "Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica" seja destinada ao programa de reflorestamento "Clickarvore". Desde o lançamento, em junho de 2004, até o final de 2005, esse produto atingiu a extraordinária marca de 1,08 milhão de títulos comercializados, viabilizando recursos para o plantio de 10,8 milhões de mudas de árvores nativas em várias regiões do País.

Com essa parceria, a Fundação SOS Mata Atlântica pôde implantar cerca de 200 projetos de recuperação de matas e áreas devastadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Espírito Santo. Na área social, outra ação importante foi o lançamento, pela Bradesco Capitalização, do título "Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna", que reverte um percentual do valor arrecadado aos projetos sociais do Instituto Ayrton Senna. Desde o lançamento do produto, em julho, até dezembro de 2005, foram comercializados 600 mil títulos.

Social and Environmental Programs

In 2005 Bradesco Seguros e Previdência maintained its strategy of supporting social and environmental activities, especially through a unique partnership between Fundação SOS Mata Atlântica and Bradesco Capitalização. The initiative ensures that part of the income from sales of the "Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica" savings bond is donated to the "Clickarvore" reforestation program. Sales of this bond reached the outstanding total of 1.08 million between its launch in June 2004 and end-2005, providing funds for the planting of more than 10.8 million native saplings in various regions of Brazil.

Thanks to the partnership, Fundação SOS Mata Atlântica has been able to implement some 200 projects to rehabilitate deforested areas in the states of São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul and Espírito Santo.

In the social area, another important action was the launch by Bradesco Capitalização of the "Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna" bond, also funding donations to the social projects of Instituto Ayrton Senna. Some 600,000 of these bonds were sold between July and end-2005.

Ouvidoria

O sistema de Ouvidoria da Bradesco Seguros e Previdência consolidou-se em apenas dois anos e três meses de existência, completos em dezembro de 2005, como importante canal de relacionamento com seus Clientes e Corretores de Seguros. E dentro dos mais rigorosos padrões de exigência e qualidade, que são próprios da Organização Bradesco.

No modelo adotado está a razão principal do sucesso já alcançado pela Ouvidoria da Bradesco Seguros e Previdência, que assumiu características inéditas no mercado, porque foram além das exigências definidas pela SUSEP como necessárias para a implantação do serviço.

O diferencial reside em três premissas básicas. A primeira delas é a Amplitude de Alcance. Toda e qualquer reclamação, sugestão ou elogio é acompanhado pela Ouvidoria da Bradesco Seguros e Previdência. Para facilitar o acesso dos Clientes e Corretores, foram ampliados os canais de atendimento: Alô Bradesco Seguros e Previdência, Fale Conosco e e-mail ao Ouvidor.

Ombudsman

In December 2005 Bradesco Seguros e Previdência's Ombudsman's service completed two and a quarter years of existence, strengthening its position as an important channel for relationships with Customers and insurance brokers. It continued to operate in accordance with the highest standards of quality and correctness, as is the case with all activities of the Bradesco Organization.

The adopted model explains the success of the Ombudsman service, which is unique in the Brazilian market by exceeding the requirements defined by SUSEP, the national private insurance authority, as necessary for implementation of the service.

The difference lies in three basic premises. The first is Breadth of Remit. Every single complaint, query, suggestion or commendation is tracked by the Ombudsman service, and to facilitate access for Customers and brokers the channels have been extended to include Hello Bradesco Seguros, Contact Us and Ombudsman email.

O segundo preceito é a Celeridade das Respostas, que consiste em apresentar ao Cliente no prazo de cinco dias úteis uma resposta adequada e fundamentada, compromisso que, para seu cumprimento, implicou a organização interna de um fluxo de procedimentos, incluindo a audiência da área técnica envolvida. A terceira premissa é o Comprometimento dos Funcionários, que tem fundamental valor, porque é do empenho de cada funcionário em oferecer o melhor atendimento que nasce a excelência da prestação de serviços, Marca da Bradesco Seguros e Previdência.

Foi atenta a essas premissas básicas, que a Ouvidoria da Bradesco Seguros e Previdência atendeu a 12.971 ocorrências em 2005. A média diária estabilizou-se em cerca de 80 atendimentos, o que demonstra a consolidação da Ouvidoria. Foram ainda implantados sistemas de registro e acompanhamento de ocorrências, relatórios mensais e semestrais, por segmento, reuniões mensais com cada Unidade de Negócios, conexão pela Intranet, entre tantas outras ações.

Há novas metas a cumprir, como o aperfeiçoamento do controle de qualidade, o aprimoramento de processos e procedimentos internos e a interação maior com os órgãos de defesa do consumidor, como os Procons. São novas tarefas, que se inserem no mesmo objetivo de melhorar ainda mais o padrão de excelência do serviço prestado aos Clientes e Corretores de Seguros.

The second principle is Speed of Response, which means presenting Customers with a satisfactory response backed by a sound rationale within five working days. Meeting this target entailed the organization of a number of internal procedures and consultations with the technical area involved. The third is Employee Commitment, a crucial element because each and every employee's dedication to offering the best possible service is what gives rise to the excellent quality of service for which Bradesco Seguros e Previdência is justly renowned.

In accordance with these basic premises, Bradesco Seguros e Previdência's Ombudsman dealt with 12,971 questions, complaints, suggestions, comments, and the like in 2005, for a daily average of about 80, reflecting its popularity and effectiveness. Systems were implemented to record and follow-up messages and calls, produce monthly and semiannual reports by segment, hold monthly meetings with each Business Unit, and establish an intranet connection, among others.

New targets were set, such as enhancement of quality control, internal processes and procedures, and better interaction with consumer protection agencies (Procons). These new tasks are aligned with the same objective of continuous improvement in the quality of services delivered to Customers and Insurance Brokers.

Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/madeira (detalhe),
31,5 x 23,5 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Soccer – oil painting/wood (detail),
31.5 x 23.5 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*



Tecnologia da Informação

Em 2005, a Tecnologia da Informação da Bradesco Seguros e Previdência continuou investindo na modernização de seus sistemas de atendimento a Clientes e Corretores, com base em ferramentas de última geração, aprimorando ainda mais seus processos de pagamento de indenizações (sinistros) e a geração de informações para a tomada de decisões, explorando maciçamente os canais de relacionamento e melhorando continuamente os processos de venda dos produtos aos Clientes.

A Tecnologia da Informação passou por um processo de reestruturação tendo como objetivo atender diretamente às Unidades de Negócio da Bradesco Seguros e Previdência, visando a descentralizar a tomada de decisão em relação às prioridades e necessidades de cada área.

Houve avanços significativos na Governança de TI. Não apenas na administração, mas, principalmente, na adequação dos processos de TI e dos negócios às normas e critérios internacionais, instituídos pela Compliance e pela lei norte-americana Sarbanes-Oxley.

A Bradesco Seguros e Previdência consolidou projetos iniciados em 2004. Foram ainda mais exploradas, em 2005, suas utilizações e evoluções. Destaques para o Balanced Score Card, metodologia de gestão cujo objetivo principal é exibir indicadores em um painel de controle, de modo estruturado e sistêmico, facilitando e agilizando as decisões

Information Technology

In 2005 Bradesco Seguros e Previdência continued to invest in information technology (IT) in order to deliver even better services to Customers and brokers through latest-generation tools, further streamlining payment of claims, generating information for decision support, intensifying use of relationship channels, and continuously enhancing the processes used to sell products.

The IT area was restructured to enable it to provide service directly to the Business Units of Bradesco Seguros e Previdência, thus decentralizing decision making on the priorities and needs of each unit.

Significant progress was made with IT governance, not only in administration but above all in assuring that IT processes and business activities conform with international standards and criteria as established by Compliance and the United States Sarbanes-Oxley Act.

Bradesco Seguros e Previdência consolidated projects begun in 2004, further exploring their uses and potential in 2005. The highlights were the Balanced Scorecard management method, designed to display indicators on a control panel in a structured and systematic manner, and thereby to streamline corporate decision making; and data warehousing, which continued to be massified. Its evolution exceeded the original demands and we began working on developments not called for by the original design.

corporativas; e para o Data Warehouse, que também continuou sendo massificado. A sua evolução superou as demandas originais e começamos a trabalhar em evoluções não previstas no projeto inicial.

Além disso, o projeto “Base Única de Clientes” possibilitará visão unificada e consolidada dos Clientes, viabilizando o atendimento diferenciado e permitindo a oferta de produtos e serviços especializados, modernos e seguros.

Intensificou-se a utilização de tecnologias e processos para a regulação de sinistros, com destaque para o Projeto Autorizador, que agilizou a liberação de autorizações na Rede de Referenciados da Bradesco Saúde, e o Projeto SAF, que detecta possíveis fraudes na liberação de sinistros de automóveis.

Nos canais de relacionamento, foram implementadas inovações e mantido o alto grau de disponibilidade para os Clientes. Na Central de Atendimento, foram implementadas melhorias de processos e sistemas, garantindo a disponibilidade dos serviços dentro de padrão de excelência da Marca Bradesco Seguros e Previdência. No canal Internet (www.bradescoseguros.com.br) registrou-se crescimento na oferta de inovações, com destaque para a implantação do “Programa 100% Doutor”.

Realizou-se processo de *outsourcing* da infra-estrutura, de modo a garantir cada vez mais alta a disponibilidade dos serviços. Esse processo gerou acréscimo de 20% em nosso poder de processamento de informações, além de garantir um ambiente contingenciado.

In addition, Project Single Customer Base provides a unified and consolidated vision of the entire customer base to enable the company to deliver differentiated services and customized, modern and secure products.

The use of technology and processes for claims adjustment was intensified, especially through Project Authorizer to speed up the issuance of authorizations to the Bradesco Saúde network of accredited healthcare service providers, and Project SAF to detect possible fraud in auto claims authorization.

Innovations were implemented in relationship channels, alongside the maintenance of a high level of availability for Customers. Customer care center processes and systems were upgraded to guarantee service availability in accordance with the Bradesco Seguros e Previdência Brand's standard of excellence. Innovations also increased in the Internet channel (www.bradescoseguros.com.br), mainly through implementation of the 100% Doctor Program.

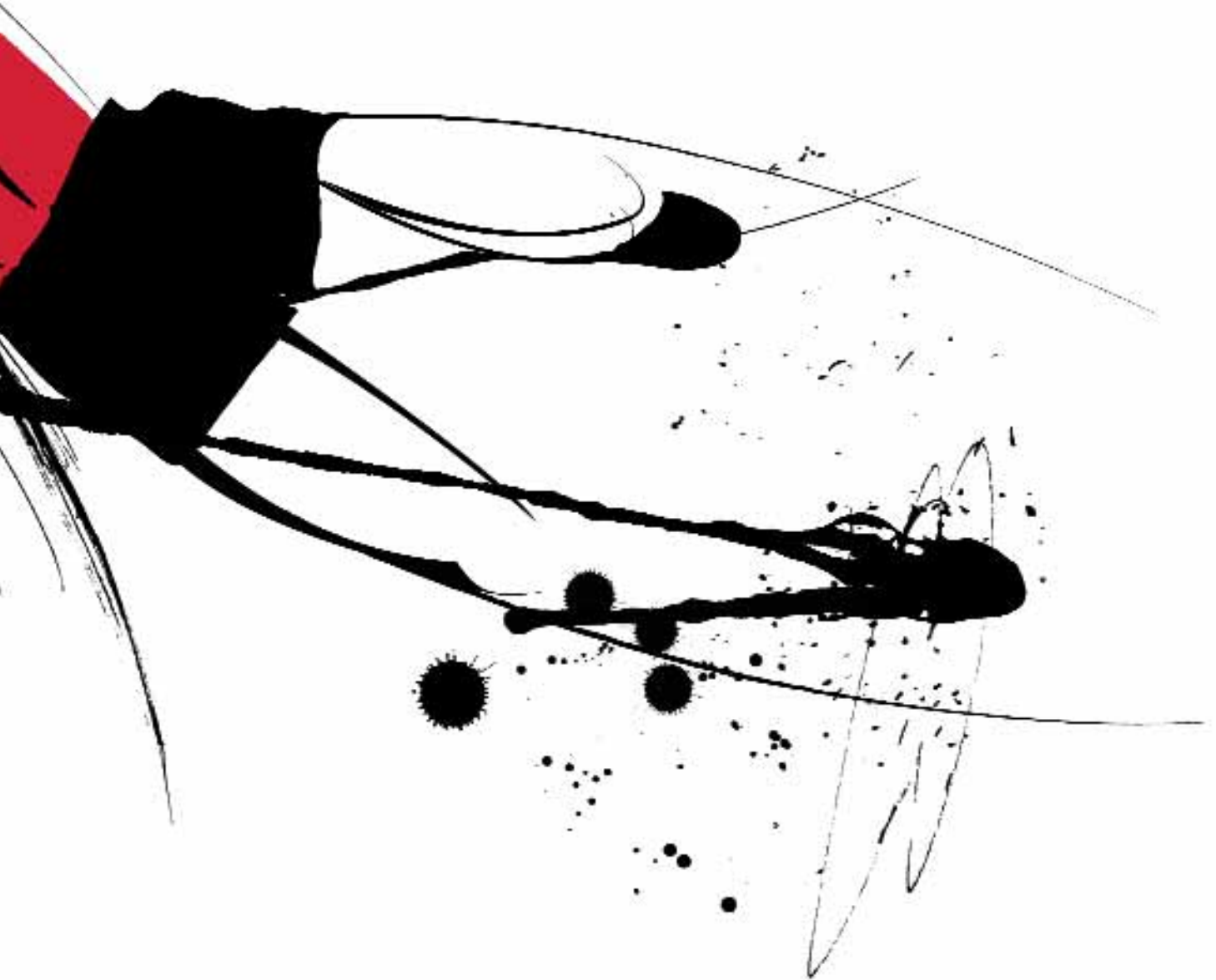
Infrastructure was outsourced to assure increasingly high levels of service availability. This raised information processing power by 20% and guaranteed efficient provisioning.



Bradesco Seguros e Previdência

O futebol mostra um Brasil que faz bem feito.
A Bradesco Seguros e Previdência decidiu homenagear
a espontaneidade do gesto, do movimento
e da arte que vibram dentro de cada brasileiro.

*Soccer reveals a Brazil that does things well.
The Bradesco Seguros e Previdência Group decided to pay
tribute to the spontaneity of the gesture, the movement
and the art that thrive within every Brazilian.*



Marketing: Foco no Relacionamento

Em 2005, as ações de Marketing da Bradesco Seguros e Previdência foram focadas nos programas de relacionamento e de incentivo à venda de seus produtos junto aos Corretores de Seguros. Nesse contexto, dando prosseguimento à estratégia de ser o melhor lugar para os Corretores e Concessionários, a Companhia aprimorou o "Programa 100% Corretor", que tem por objetivo a fidelização dos profissionais responsáveis pela comercialização de seguros.

Entre as ações adotadas está o lançamento do "Clube de Benefícios", que visa a proporcionar aos Corretores cadastrados diversas condições diferenciadas na aquisição de produtos, além de linhas de crédito.

Marketing: Emphasis on Relationships

In 2005 Bradesco Seguros e Previdência marketing actions focused on strengthening relationships and sales incentives for insurance brokers. In this context, the Company continued to pursue a strategy of being the best place to work for brokers and authorized dealers by enhancing the 100% Broker Program, which is designed to build loyalty among the professionals responsible for selling insurance.

The actions included the launch of the Benefit Club, which offers registered brokers lines of credit and the opportunity to buy products on special terms.



Candido Portinari
Praça de Brodósqui – pintura a óleo/tela (detalhe),
46 x 55 cm – 1939 – Brodósqui, SP.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
Brodósqui Square – oil painting/wood (detail),
46 x 55 cm – 1939 – Brodósqui, SP.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.

O foco no relacionamento foi reforçado pela oferta de novos serviços pelo "Site 100% Corretor", que passou a oferecer cerca de 30 novas funcionalidades aos Corretores, com o objetivo de facilitar suas operações com a Seguradora e, assim, melhorar ainda mais o atendimento prestado aos Segurados.

A Bradesco Seguros e Previdência lançou, em setembro de 2005, a terceira edição da campanha "Talentos de Seguros", que visa a reafirmar a tradição da Seguradora de parceria e bom relacionamento com o Corretor de Seguros e a aumentar a fidelização desses profissionais. Os Corretores de Seguros "campeões" receberam o Troféu Talentos de Seguros – Bradesco Seguros e Previdência.

Outro destaque foi a décima edição da "Árvore de Natal da Bradesco Seguros e Previdência", instalada no espelho d'água da Lagoa Rodrigo de Freitas e reconhecida pelo Guinness Book, o livro dos recordes, como a maior árvore de Natal flutuante do mundo. No calendário da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, a "Árvore da Bradesco Seguros e Previdência" figura como o terceiro mais importante evento da cidade, superado apenas pelo Carnaval e pelo *Reveillon*, respectivamente.

The focus on relationships was reinforced by new service offerings via the 100% Broker Site, which was extended with roughly 30 new functionalities to streamline broker interaction with the Insurance Company and thereby improve the services provided to insureds even further.

In September 2005 Bradesco Seguros e Previdência launched the third edition of the Insurance Talent campaign, which reaffirms the Company's tradition of partnering with insurance brokers and building strong relationships to assure their loyalty.

The Insurance Talent Trophy was awarded to "champion" brokers.

Another highlight was the tenth edition of the Bradesco Seguros e Previdência Christmas Tree, positioned in the Rodrigo de Freitas Lagoon, one of Rio de Janeiro's world-famous sights. The Christmas Tree is recognized by the Guinness Book of Records as the world's largest floating Christmas tree and regularly figures as the third most important attraction in the city's official calendar, outshone only by Carnival and New Year's Eve.

Bradesco Seguros e Previdência: a Marca mais lembrada

Em 2005, as ações que vêm sendo adotadas nos últimos anos visando ao fortalecimento da Marca Bradesco Seguros e Previdência novamente tiveram seus resultados reconhecidos. Pelo quarto ano consecutivo, a Bradesco Seguros e Previdência conquistou o prêmio "Folha Top of Mind". A Marca foi apontada como a mais lembrada pelos consumidores na categoria "Seguros", em pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha.

Outro prêmio que contou com a participação do "júri popular" foi o "iBest", que o site da Bradesco Seguros e Previdência (www.bradescoseguros.com.br) conquistou pela quarta vez, na categoria "Seguros".

Bradesco Seguros e Previdência

Premiações/Reconhecimentos

- Em março, a Bradesco Seguros e Previdência recebeu o prêmio "Segurador Brasil 2005", promovido pela revista Segurador Brasil. A Empresa foi escolhida a "Seguradora do Ano".
- Em março, a Bradesco Seguros e Previdência foi apontada, na sétima edição da pesquisa "Marcas de Quem Decide", como a empresa do setor que apresenta maior preferência entre os consumidores do Rio Grande do Sul. A pesquisa é elaborada

Bradesco Seguros e Previdência: Top-of-Mind Brand name

The actions taken in recent years to strengthen the Bradesco Seguros e Previdência Brand name brought widespread recognition yet again in 2005. For example, for the fourth year running the Bradesco Seguros e Previdência Brand won the Folha Top of Mind award in the Insurance category, based on a nationwide survey conducted by Instituto Datafolha.

Also by "popular vote", the Bradesco Seguros e Previdência portal (www.bradescoseguros.com.br) won the iBEST award in the Insurance category for the fourth time.

Bradesco Seguros e Previdência

Awards and Recognition

- *Winner of the 2005 Brazil Insurer prize awarded by Segurador Brasil magazine in the Insurer of the Year category (in March).*
- *Brand preferred by consumers in Rio Grande do Sul, according to the seventh edition of a survey by Jornal do Commercio and Instituto Qualidata called Brands for Decision Makers and recognized as the most comprehensive brand survey in the South of Brazil (in March).*

Candido Portinari
Futebol em Brodósqui – pintura a óleo/madeira (detalhe),
35,5 x 27 cm – c. 1958 – Brodósqui, SP.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

Candido Portinari
Soccer in Brodósqui – oil painting/wood (detail),
35.5 x 27 cm – c. 1958 – Brodósqui, SP.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.



pelo Jornal do Commercio em parceria com o Instituto Qualidata e é reconhecida como o mais completo estudo sobre marcas na Região Sul do País.

- Em maio, a Bradesco Seguros e Previdência foi escolhida “Destaque do Ano”, em premiação promovida pela revista Conjuntura Econômica, do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV), por ter sido em 2004 a melhor seguradora nos seguintes aspectos: Lucro Líquido, Ativo Total, Patrimônio Líquido e Melhor Margem Operacional.
- Em maio, o *site* da Bradesco Seguros e Previdência foi tetracampeão do prêmio “iBest”, considerado o “Oscar” da Internet brasileira. A Seguradora foi vencedora no “júri popular” na categoria “Seguros” e na categoria “Campanha de Marketing” (Academia iBest), concorrendo com empresas de vários segmentos, o que torna a conquista ainda mais significativa.
- Em maio, a Bradesco Seguros e Previdência foi vencedora do “XI Prêmio Abemd de Marketing Direto 2005”, promovido pela Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd). A Companhia ficou em primeiro lugar na categoria “Serviços e Produtos Financeiros – Seguro, Previdência, Investimento, Capitalização e Outros”, graças ao *case* “Campanha Renovação de Seguro Auto”.
- *Ranked Best of The Year by Conjuntura Econômica, a publication of Instituto Brasileiro de Economia, Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV), for being the best insurer in 2004 in terms of net income, total assets, net worth and operating margin (in May).*
- *Winner for the fourth time of the iBEST award for websites (considered the “Oscar of the Brazilian Internet”) in the Insurance category by popular vote and in the Marketing Campaign category by Academia iBEST, competing against companies in several segments, which makes the award even more significant (in May).*
- *Winner of the 11th Direct Marketing prize awarded by ABEMD, the national direct marketing association, ranking first in the Financial Services & Products category – Insurance, Pensions, Investment, Savings Bonds and others, for the Auto Insurance Renewal campaign (in May).*

- Em maio, a Bradesco Seguros e Previdência foi premiada na categoria "Liderança Seguros/Seguradora" no "X Top of Mind – Mercado Comum, Marcas de Sucesso – Minas Gerais", promovido pela revista Mercado Comum.
- Em junho, a Bradesco Seguros e Previdência foi destaque na premiação da revista Balanço Financeiro, publicação anual editada pela Gazeta Mercantil em parceria com a consultoria Austin Rating. A Empresa foi premiada na categoria "Seguros".
- Em junho, a Bradesco Seguros e Previdência foi premiada com o troféu "Gaivota de Ouro", concedido pela revista Seguro Total. A Empresa foi destaque na categoria "Excelência em Prêmios Totais" no "V Prêmio Mercado de Seguros 2005".
- Em agosto, a Bradesco Seguros e Previdência recebeu o "Troféu Preferência do Transporte 2005", na categoria "Companhia de Seguros", do Sindicato das Empresas de Transportes de Carga no Estado do Rio Grande do Sul (SETCERGS). O prêmio, criado em 1994, tem o objetivo de conhecer quais são os produtos e marcas preferidos pelos transportadores gaúchos.
- *Winner of the 10th Top of Mind prize for successful brands in Minas Gerais, awarded by Mercado Comum magazine in the Insurance Leadership category (in May).*
- *Special Mention in Balanço Financeira yearbook, published by Gazeta Mercantil and Austin Rating, in the Insurance category (in June).*
- *Winner of the Golden Seagull Trophy for the 5th Insurance Market awards by Seguro Total magazine in the Excellence in Total Premium Income category (in June).*
- *Winner of the 2005 Transportation Preference Trophy awarded by SETCERGS, the Rio Grande do Sul association of freight carriers, in the Insurance Companies category, recognizing since 1994 the products and brands preferred by carriers in that Southern state (in August).*

- Em setembro, a Bradesco Seguros e Previdência conquistou o prêmio "Melhores do Mercado" na categoria "Destaque Especial" pelo Projeto do Programa UniverSeg. A premiação foi promovida pela Câmara dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul.
- Em outubro, a Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros foi a vencedora do "JC Recall de Marcas 2005", na categoria "Companhia de Seguros de Automóvel", promovido pelo Jornal do Comércio de Pernambuco. Em pesquisa realizada, em agosto, pelo Instituto Harrop, as empresas premiadas foram as mais lembradas pelos consumidores pernambucanos.
- Em novembro, a Bradesco Seguros e Previdência recebeu o prêmio "Secovi Destaque Fornecedor 2005" na Feira Secovi Condomínios, realizada no Centro de Exposições Imigrantes, em São Paulo.
- Em dezembro, a Bradesco Seguros e Previdência ganhou o troféu "Alvorada 2005", na segmentação Auto/RE, por ter sido eleita a melhor seguradora na opinião dos Corretores de Brasília. A votação eletrônica foi feita pelo *site* do Sincor/DF.
- *Winner of the Best of the Market prize awarded by the Rio Grande do Sul Chamber of Insurance Brokers in the Special Mention category, for the UniverSeg Program (in September).*
- *Winner of the 2005 JC Brand Recall prize awarded by Jornal do Comércio, a Pernambuco newspaper, in the Auto Insurer category, based on a brand recall survey of consumers (to Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros in October).*
- *Winner of the 2005 SECOVI Top Supplier prize awarded at the SECOVI Condominium trade exhibition held at Centro de Exposições Imigrantes, São Paulo (in November).*
- *Winner of the 2005 Alvorada prize in the Auto & Property/Casualty category, as best insurer in the opinion of brokers in Brasília voting online via the SINCOR/DF website (in December).*

Bradesco Capitalização

Premiações/Reconhecimentos

- Em março, a Bradesco Capitalização recebeu o prêmio “Segurador Brasil 2005”, promovido pela revista Segurador Brasil. A Empresa foi reconhecida como “Melhor Desempenho”.
- Em maio, a Bradesco Capitalização conquistou o prêmio “Top de Marketing 2005”, da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil/SP, pelo case “Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica”. A premiação visa a destacar as organizações que fortalecem a criação ou a permanência de seu produto, serviço ou marca por meio de estratégias de *marketing* inovadoras ou consistentes.
- Em junho, a Bradesco Capitalização foi destaque na premiação da revista Balanço Financeiro, publicação anual editada pela Gazeta Mercantil em parceria com a consultoria Austin Rating. A Empresa foi premiada na categoria “Capitalização”.
- Em junho, a Bradesco Capitalização foi premiada com o troféu “Gaivota de Ouro”, concedido pela revista Seguro Total. A Empresa foi destaque na categoria “Melhores Empresas de Capitalização” pelo case “Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica” no “V Prêmio Mercado de Seguros 2005” (Mercado Segurador).
- Em outubro, a Bradesco Capitalização recebeu o “Prêmio Desempenho” da revista Desempenho das Empresas, por estar no Anuário 2005 da publicação.

Bradesco Capitalização

Awards and Recognition

- *Winner of the 2005 prize awarded by Segurador Brasil magazine for Best Performance (in March).*
- *In May, Bradesco Capitalização won the “Top de Marketing 2005” award from the National Association of Sales and Marketing Executives for the “Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica”. The award aims to highlight those Organizations that strengthen the creation or permanence of their product, service or brand through the use of innovative or consistent marketing strategies.*
- *Special Mention in Balanço Financeira yearbook, published by Gazeta Mercantil and Austin Rating, in the Savings Bonds category (in June).*
- *Winner of the Golden Seagull Trophy for the 5th Insurance Market awards by Seguro Total magazine in the Best Savings Bonds Companies category, for innovative marketing of Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica (in June).*
- *Winner of a prize awarded by Desempenho das Empresas magazine for being in the 2005 edition of its yearbook (in October).*

- Em novembro, a Bradesco Capitalização conquistou o prêmio "Top de Marketing SegNews 2005", pela melhor campanha de divulgação do produto Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna. O prêmio, iniciativa da Agência de Notícias SegNews, é concedido para as empresas mais lembradas nas pesquisas de opinião realizadas em junho e julho, entre seguradores, Corretores de Seguros e prestadores de serviços, via telefone ou e-mail.
- Em dezembro, a Bradesco Capitalização venceu o prêmio "Marketing Best – FGV/EAESP" em São Paulo, com o case "Bradesco Capitalização consolida sua posição no mercado nacional de títulos de capitalização" na 18ª edição do "Marketing Best", uma das mais importantes premiações de *marketing* do País. O prêmio, organizado por Editora Referência, FGV e MadiaMundoMarketing, tem o objetivo de promover e difundir as empresas que mais se destacam no planejamento e na execução de estratégias de *marketing*.
- Em dezembro, a Bradesco Capitalização venceu o prêmio "Top de Marketing ADVB-RIO" no Rio de Janeiro, com o case "Bradesco Capitalização consolida sua posição no mercado nacional de títulos de capitalização".
- Em dezembro, a Bradesco Capitalização conquistou o prêmio "Cobertura Performance 2005", iniciativa da revista Cobertura e da SK Comunicações. A Empresa recebeu o prêmio com o case "Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna" em evento realizado em São Paulo.
- *In November, Bradesco Capitalização won the "Top de Marketing SegNews 2005" award for the best campaign for its Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna product. The award is a SegNews News Agency initiative, and is conceded to the most remembered companies in opinion surveys conducted in June and July among insurance companies, insurance brokers and service providers, by telephone or e-mail.*
- *In December, Bradesco Capitalização won the "Marketing Best – FGV/EAESP" award in São Paulo with the "Bradesco Capitalização consolidates its position in the national savings bond market" case at the 18th edition of Marketing Best, one of the country's most important marketing awards. It is organized by Editora Referência, FGV and MadiaMundoMarketing with the objective of promoting and disseminating those companies that stand out in planning and execution of marketing strategies.*
- *Winner of the Top in Marketing prize awarded by the Rio de Janeiro chapter of ADVB, for the case study "Bradesco Capitalização consolidates position in national market for savings bonds" (in December).*
- *Winner of the 2005 Performance prize awarded by Cobertura magazine and SK Comunicações, for the case study "Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna" (in December).*

- Em dezembro, a Bradesco Capitalização conquistou o prêmio "Top de Ecologia – ADVB Brasil" em São Paulo, com o case "Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica". O prêmio contemplou cinco instituições que colaboram para o crescimento econômico do País sem degradar o meio ambiente e estimulando a conservação da Natureza.

Bradesco Vida e Previdência

Premiações/Reconhecimentos

- Em março, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio "Segurador Brasil 2005", patrocinado pela revista Segurador Brasil. A Empresa destacou-se pelo "Pioneirismo em Lançamento de Produtos e Conceitos".
- Em março, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio "Troféu Desbravadores – Pioneirismo em VGBL".
- Em março, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio "Troféu Marketing 10" pela linha de produtos (Vida Segura, Seguro de Acidentes Pessoais Premiável, Prev Jovem, entre outros).
- Em maio, a Bradesco Vida e Previdência foi apontada como "Empresa do Ano" no ramo Previdência Privada, premiação promovida pela revista Conjuntura Econômica, do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV).
- Em maio, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio "Top of Business".
- *Winner of the Top in Environment prize awarded by ADVB Brazil, for the case study "Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica", as one of five companies deemed to have contributed to economic growth in Brazil while encouraging environmental protection (in December).*

Bradesco Vida e Previdência

Awards and Recognition

- *Winner of the 2005 prize awarded by Segurador Brasil magazine, for pioneering introduction of products and concepts (in March).*
- *Winner of the Desbravadores Trophy, for pioneering introduction of VGBL products (in March).*
- *Winner of the Marketing 10 Trophy, for the entire product line including Vida Segura, Seguro de Acidentes Pessoais Premiável, and Prev Jovem, among others (in March).*
- *Ranked Best of The Year by Conjuntura Econômica, a publication of Instituto Brasileiro de Economia, Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV), for being the best provider of pension and retirement products (in May).*
- *Winner of the Top in Business prize (in May).*

- Em junho, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio “Melhores e Maiores” por terminar em 1º lugar no *ranking* das maiores seguradoras por prêmio.
- Em junho, a Bradesco Vida e Previdência foi premiada com o troféu “Gaivota de Ouro”, concedido pela revista Seguro Total. A Empresa foi destaque na categoria “Melhores Empresas em Previdência Privada” no “V Prêmio Mercado de Seguros 2005”.
- Em agosto, a Bradesco Vida e Previdência conquistou o prêmio “Marcas de Confiança”, promovido pela revista Seleções do Reader's Digest em parceria com o Ibope, com leitores de todo o Brasil. O prêmio foi o quarto consecutivo como a marca mais confiável no segmento de Previdência Privada.
- Em setembro, a Bradesco Vida e Previdência recebeu o prêmio “Destques 2004/2005” na categoria “Gerente Técnico”. A escolha dos “Destques do Ano”, realizada com associados do Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ), acontece há 29 anos e é considerada o “Oscar do Seguro”, homenageando os profissionais, as entidades e as empresas que mais contribuíram para o crescimento do mercado de seguros.
- *Ranked first among insurers by premium income according to Melhores e Maiores (in June).*
- *Winner of the Golden Seagull Trophy for the 5th Insurance Market awards by Seguro Total magazine in the Best in Pension Funds category (in June).*
- *Winner for the fourth year running of the Most Trusted Brands prize awarded by Reader's Digest and IBOPE based on polling of readers throughout Brazil, in the category Pensions and Retirement Products (in August).*
- *Winner of the Best in 2004-05 prize in the Technical Manager category, awarded by CVG/RJ (Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro) and considered the “Insurance Oscar”, for 29 years recognizing professionals, entities and companies that most contribute to the growth of the insurance market (in September).*

- Em setembro, a Bradesco Vida e Previdência conquistou o prêmio “Melhores do Mercado” na categoria “Melhor Seguradora de Vida”, promovido pela Câmara dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul.
- Em setembro, a Bradesco Vida e Previdência conquistou o prêmio “Melhores do Mercado” na categoria “Executivo Destaque de Vida – Interior”, promovido pela Câmara dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul.
- Em novembro, a Bradesco Vida e Previdência conquistou o prêmio “Top de Marketing SegNews 2005”, como o melhor Seguro de Vida. O prêmio, iniciativa da Agência de Notícias SegNews, é concedido para as empresas mais lembradas nas pesquisas de opinião realizadas em junho e julho, entre seguradores, Corretores de Seguros e prestadores de serviços, via telefone ou *e-mail*.
- Em dezembro, a Bradesco Vida e Previdência venceu o prêmio “Marketing Best – FGV/EAESP” em São Paulo, com o Vida Segura Empresarial Bradesco, na 18ª edição do “Marketing Best”, uma das mais importantes premiações de *marketing* do País.
- *Winner of the Best of the Market prize in the category Best Life Insurer, awarded by the Rio Grande do Sul Chamber of Insurance Brokers (in September).*
- *Winner of the Best of the Market prize in the category Top Life Executive – Interior, awarded by the Rio Grande do Sul Chamber of Insurance Brokers (in September).*
- *In November, Bradesco Vida e Previdência won the Top de Marketing SegNews 2005 award as the Best Life Insurance. The award is a SegNews News Agency initiative and is conceded to the most remembered companies in opinion surveys conducted in June and July among insurance companies, insurance brokers and service providers, by telephone or e-mail.*
- *Winner of the 18th Marketing Best prize, one of the most important marketing prizes in Brazil, awarded by FGV/São Paulo, for the corporate life insurance product Vida Segura Empresarial Bradesco (in December).*

Desempenho por Atividade

Auto-RCF / Ramos Elementares

A Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros consolidou, em 2005, a estratégia que visa a fortalecer e aprimorar de modo permanente a qualidade do atendimento a Segurados e Corretores, ampliando as opções de produtos e serviços. Baseada no trinômio produtos/processos/pessoas, essa estratégia trouxe resultados expressivos.

A Bradesco Auto/RE investiu na qualificação de seus funcionários e Corretores parceiros, por meio de amplo programa de capacitação e programas de relacionamento. Além disso, ficou ainda mais próxima dos consumidores e parceiros comerciais, mantendo sua característica de capilaridade em todo o País e agregou a sua estrutura dez sucursais. Complementou com novas funcionalidades o **Site 100% Corretor**, importante canal de relacionamento com os Corretores parceiros, bem como agregou na Internet novos serviços para os Segurados.

Intensificou a realização de pesquisas para desenvolvimento de novos produtos e qualificação de seus serviços, que servirão de base permanente para o desenvolvimento de produtos adequados às reais necessidades de cada nicho de mercado. O primeiro produto lançado foi o **Bradesco Seguro Auto – Exclusivo Cliente Bradesco**.

Performance by Line

Auto and Property / Casualty Insurance

In 2005 Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros intensified its strategic efforts to strengthen and constantly enhance the quality of service provided to insureds and brokers, extending the range of products and services on offer. This strategy, based on the combination products/processes/people, guaranteed significant results.

Bradesco Auto/RE invested in the professional development of its employees and the brokers with whom it partners, through extensive training and relationship building programs. It also took steps to work even more closely with Customers and commercial partners while maintaining its ubiquity throughout Brazil and adding ten branch offices to its structure. The functionalities of the 100% Broker Site, an important broker relationship channel, were extended and new services for Customers were added via the Internet.

Research and development of new products were intensified, and services were continuously improved to provide a permanent basis for the design and delivery of products tailored to the real needs of each market niche. The first product launched was Bradesco Auto Insurance – Exclusive for Bradesco Customers.

Candido Portinari
Futebol – pintura a óleo/madeira compensada (detalhe),
35,2 x 26,8 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Soccer – oil painting/plywood (detail),
35.2 x 26.8 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*



Outra característica marcante na atuação da Seguradora em 2005 foi a preocupação em adotar as melhores práticas para a tarifação dos produtos, com o monitoramento constante. Nesse contexto, solidificou-se a utilização da fixação do preço do seguro, com base no perfil do Segurado, no ramo Automóvel/Responsabilidade Civil Facultativa (Auto/RCF), decisão que teve influência direta e positiva no desempenho em 2005.

A receita de prêmios no ramo Auto somou R\$ 2,126 bilhões no exercício, o que representou crescimento de 19,10% em comparação ao ano anterior. Com isso, a Bradesco Seguros e Previdência permaneceu na primeira colocação no *ranking* nacional do ramo Auto/RCF e ainda aumentou seu *market share* para 17,53% da receita total do mercado. O total de veículos segurados no final de 2005 ultrapassou o patamar de 1,222 milhão de itens.

Em Ramos Elementares, a Bradesco Auto/RE atuou com focus em dois nichos de mercado: seguros massificados e corporativos. Houve incremento significativo da receita de produtos para Clientes pessoas físicas e para pequenas e médias empresas, com destaque para o Seguro Residencial, que atingiu a marca de 800 mil residências seguradas.

No final de 2005, a Seguradora lançou o **Bradesco Seguro Consultórios e Escritórios**, com foco no nicho de profissionais liberais, atendendo às necessidades deste público. Na área corporativa, lançou o D&O (Bradesco Seguro Responsabilidade Gerencial/Executivo) – desenvolvido em parceria com empresa especializada nessa modalidade de seguro.

Another highlight of the Company's activities was its concern to adopt best practice in product pricing, with constant monitoring and increased use of rates based on customer profiles in auto insurance, directly and positively influencing performance in 2005.

Auto insurance premium income totaled R\$ 2.126 billion in the period, for year-on-year growth of 19.10%. As a result, Bradesco Seguros e Previdência remained in the forefront of the national rank order in auto insurance and increased its market share to 17.53%. The number of vehicles insured exceeded 1.222 million at the end of 2005.

In property/casualty insurance Bradesco Auto/RE focused on two niche markets: mass-market products, and corporate products. Revenue from products for individuals and small business increased significantly, led by homeowner insurance, with the number of homes insured surpassing the 800,000 mark.

At the end of 2005, the company launched Bradesco Seguro Consultórios e Escritórios (Bradesco Office Insurance) for medical doctors, consultants, architects, lawyers and other professional practices. For the corporate segment it launched D&O, developed in partnership with a firm that specializes in directors and officers insurance.

A Bradesco Auto/RE esteve atenta também às novas tendências do mercado, preparando-se para atuar em segmentos que deverão apresentar grande demanda no futuro próximo. Atualizou seu quadro técnico com as melhores práticas internacionais para estar apta às novas regras de resseguro. Manteve ainda presença como seguradora de mais de 70 empresas dos 100 maiores grupos do País.

Em Ramos Elementares, a receita apurada em 2005 chegou a R\$ 763 milhões, contabilizando mais de 896 mil apólices de pessoas físicas e jurídicas em sua carteira.

Em 2005, a Bradesco Auto/RE devolveu aos Segurados, sob a forma de indenizações nos seguros de Automóveis e em Ramos Elementares, montante superior a R\$ 1,676 bilhão, além de ter registrado mais de 400 mil atendimentos por meio da Assistência Dia e Noite.

Seguro Saúde

Em 2005, a Bradesco Saúde manteve o foco de sua atuação nos Planos Empresariais, que, ao final do exercício, já representavam 87% de sua carteira de negócios. Ao final do exercício, 31 das 100 maiores empresas do País eram Clientes da Bradesco Saúde.

A Bradesco Saúde deu ênfase também ao nicho de mercado formado pelas pequenas e médias empresas. O resultado foi um aumento da produção nesse segmento.

Bradesco Auto/RE also paid careful attention to new market trends and prepared to act in segments that will display significant demand in the near future. Technical staff were updated on international best practice so as to be equipped to comply with new reinsurance rules. The Company also sustained its significant share of the insurance cover purchased by more than 70 of the top 100 corporations in Brazil.

Revenue in property/casualty totaled R\$ 763 million, and the number of policies written for individual and corporate insureds exceeded 896,000.

Bradesco Auto/RE returned more than R\$ 1.676 billion to insureds in auto and property/casualty claims in 2005. Its 24-hour assistance service responded to more than 400,000 calls during the year.

Health Insurance

In 2005 Bradesco Saúde continued to focus on corporate plans, which accounted for 87% of its portfolio. At the end of the year 31 of the top 100 companies in Brazil were clients of Bradesco Saúde.

Bradesco Saúde also emphasized the market niche formed by small and medium enterprises. The result was increased production in this segment.

Outro destaque foi o desempenho apurado na carteira de Seguro Odontológico. A Bradesco Saúde atingiu a marca de mais de 500 mil vidas seguradas e manteve ao longo do ano a tendência de crescimento da carteira.

A Bradesco Saúde investiu na modernização dos sistemas de atendimento a Clientes, à rede referenciada e Corretores, propiciando mais qualidade no atendimento a seus diversos parceiros.

Foram reforçados ainda os programas de relacionamento com os Clientes, sendo o principal deles o "Juntos pela Saúde", aplicado em parceria com as empresas estipulantes do Seguro Saúde. Por meio de um trabalho de consultoria permanente, a Bradesco Saúde vem sugerindo medidas que permitem melhor gerenciamento da saúde dos funcionários das empresas.

Essa preocupação com a qualidade no atendimento e no relacionamento com os Clientes tem resultado em índices elevados de aprovação.

Em 2005, a Bradesco Saúde pagou R\$ 3.027.144.609,00 a médicos, dentistas, hospitais, clínicas e laboratórios para assegurar a proteção à saúde de seus Segurados. A Empresa cobriu 40.269.452 procedimentos médico-hospitalares e odontológicos, o que representa uma média de cerca de 110.327 registros diários. Em 31 de dezembro de 2005, a Bradesco Saúde tinha 2.540.240 Segurados. A receita global da Bradesco Saúde atingiu R\$ 3,589 bilhões, 15,81% a mais do que no ano anterior.

Another highlight was the performance of the dental insurance portfolio. The number of dental care policies continued to grow, reaching the 500,000 mark during the year.

Bradesco Saúde invested in modernization of customer care systems and in the network of accredited service providers and brokers to assure even better service for its various partners.

Customer and client relationship programs were strengthened. The main program in this area is Together for Health, conducted in partnership with each corporate client. Through ongoing consultancy, Bradesco Saúde suggests measures to help manage employee health more effectively in these companies.

This focus on quality of service and relationships with clients and Customers has won high levels of approval.

In 2005 Bradesco Saúde paid out R\$ 3,027,144,609.00 to doctors, dentists, hospitals, clinics and laboratories to assure health protection for its insureds by covering 40,269,452 hospital and dental procedures for an average of about 110,327 per day. At end-2005 Bradesco Saúde had 2,540,240 insureds. Aggregate revenue reached R\$ 3.589 billion, or 15.81% more than in the previous year.

Vida / Previdência Complementar Aberta

Uma empresa especializada em Vida e Previdência, com uma estrutura sólida, confiável e capaz de resistir às mudanças do tempo, isto é fundamental e importante para quem cuida de acumulação de recursos a longo prazo como nos planos de aposentadoria.

Atuando no mercado desde agosto de 1981, a Bradesco Vida e Previdência é especializada na elaboração, implantação e administração de planos individuais e empresariais de aposentadoria, pensão e pecúlio.

A Bradesco Vida e Previdência concluiu 2005 com lucro de R\$ 1,400 bilhão e contabilizou no ano receita total de R\$ 8,627 bilhões, mantendo-se na condição de líder incontestado dos dois segmentos em que atua: Previdência Complementar e Seguros de Vida.

O ano de 2005 trouxe grandes mudanças para a Previdência Complementar, com a nova legislação que concedeu aos participantes a opção por um novo regime de tributação, de estímulo à visão de longo prazo em planos previdenciários.

A necessidade de conhecimento das novas regras e de esclarecimento aos Clientes e ao público em geral, devido à importância do conhecimento das particularidades dos dois regimes tributários possíveis – progressivo e regressivo, afetaram o desempenho de vendas do mercado como um todo, no primeiro semestre do ano, com retomada a partir de agosto.

Life & Pensions

A company specializing in life insurance and pension plans with a solid, reliable structure capable of withstanding changes over time is of paramount importance to those charged with accumulating long-term resources such as pension and retirement plans.

Bradesco Vida e Previdência, which has operated in this market since August 1981, specializes in the design, implementation and administration of individual and corporate pensions, retirement plans and annuities.

The Company remained the undisputed leader of both the life insurance and pension plan segments in 2005, with total revenue of R\$ 8.627 billion and net income of R\$ 1.400 billion.

The year brought major changes for the private pension fund industry, with new legislation allowing participants to opt for a new tax regime designed to stimulate a long-term approach to pension and retirement plans. The need to acquire profound familiarity with the new rules and clarify Customers, clients and the general public, given the importance of an informed choice between the two available tax regimes, progressive and regressive, affected the overall sales performance of the market as a whole in the first half of the year, with a recovery beginning in August.



Candido Portinari
Meninos Brincando – pintura a óleo/madeira (detalhe),
36,5 x 28,5 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Boys Playing – oil painting/wood (detail),
36.5 x 28.5 cm – c. 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*

A carteira de investimentos em Previdência da Bradesco Vida e Previdência alcançou a marca de R\$ 35,406 bilhões no encerramento do ano, que representam 44% do mercado previdenciário. Ainda nessa área, a captação foi de R\$ 7,304 bilhões, resultado 5,8% superior ao apurado em 2004. O produto com o maior volume de arrecadação foi o VGBL (Vida Gerador de Benefícios Livres), que teve receita anual de R\$ 5,235 bilhões. No segmento de Planos Empresariais, a receita cresceu 7,8% no ano e representou 35,3% do total arrecadado no mercado, chegando a R\$ 1,2 bilhão, enquanto o mercado teve retração de 4,9% com relação a 2004.

No ramo Vida, a Seguradora manteve-se firme na estratégia de democratização do acesso aos seguros de vida, e na divulgação desses produtos às classes C e D. Os prêmios de seguros de vida registrados em 2005 foram de R\$ 1,323 bilhão, o que representou aumento de 9,5%, em comparação aos R\$ 1,209 bilhão de 2004, e assegurou a liderança de mercado à Empresa, com 16% de participação.

Em 2005, a Empresa pagou R\$ 749,8 milhões em resgates e indenizações a seus beneficiários nos seguros de vida.

The Company's pension fund investment portfolio totaled R\$ 35.406 billion at year-end, accounting to 44% of the market. Funding in this area amounted to R\$ 7.304 billion, for year-on-year growth of 5.8%. The flagship product was the VGBL (variable-benefit pension plan) combined with life insurance, which grossed R\$ 5.235 billion. In the corporate segment, pension plan contributions rose 7.8% to R\$ 1.2 billion, reaching a market share of 35.3%, while the overall market contracted 4.9% in the year.

In the insurance segment the Company proceeded firmly with its strategy of democratizing access to life insurance and popularizing these products among classes C and D. Premium income totaled R\$ 1.323 billion, for year-on-year growth of 9.5% compared with R\$ 1.209 billion in 2004, reaffirming the Company's leadership with a market share of 16%. In 2005, the Company paid out R\$ 749.8 million in redemptions and claims to life insurance beneficiaries.

A Empresa dedica-se hoje à proteção de 10 milhões de pessoas. Tem 1,7 milhão de participantes em seus planos de previdência, área em que mantém 38.420 empresas conveniadas. No segmento de Seguros de Vida, conta com mais de 8,4 milhões de Segurados pessoas físicas, dos quais 2,2 milhões mantêm seguros individuais e 6,2 milhões participam de seguros contratados por 53.549 empresas.

Em 2005, a Empresa pagou benefícios, pensões, pecúlios, aposentadorias e rendas programadas da ordem de R\$ 5.055.458.098,00 em seus planos de previdência e seguros de vida, valor que representou uma tranquilidade a mais a 429.258 pessoas.

Lançamentos em 2005

Previdência

A Bradesco Vida e Previdência manteve, em 2005, seu compromisso de estar sempre à frente. Lançou de modo pioneiro as **Contas de Aposentadoria Programada PRGP e VRGP**, os primeiros planos do mercado do tipo PRGP – Plano com Remuneração Garantida e Performance e VRGP – Vida com Remuneração Garantida e Performance. Um dos segmentos que mereceu o foco da Empresa foi o de Planos Empresariais, que apresentou em 2005 crescimento de 7,8% em suas receitas, contra uma queda de 4,9% do mercado. Ainda na área de Previdência, a Empresa desenvolveu forte trabalho com planos para jovens, lançando em janeiro o **De Pai Para Filho Geração 2** e realizando a campanha “Dê um futuro de presente para o seu filho”, do **Prev Jovem – PGBL e VGBL**, no segundo semestre.

The Company currently protects 10 million people, with 1.7 million participants in its pension plans and a total of 38,420 corporate plans. In life insurance it covers 8.4 million people, of whom 2.2 million have individual policies and 6.2 million are participants in 53,549 corporate policies.

In 2005 the Company paid out pensions, lump-sum death benefits, annuities and other benefits amounting to some R\$ 5,055,458,098.00 under pension plans and life insurance policies, representing tranquility for 429,258 people.

Product Launches in 2005

Pensions

*Bradesco Vida e Previdência maintained its commitment to stay ahead of the curve in 2005. Launching two groundbreaking products, **Contas de Aposentadoria Programada PRGP e VRGP** (PRGP and VRGP Programmed Retirement Accounts), it was the first in the market to offer PRGP – Plano com Remuneração Garantida e Performance (Programmed Individual Retirement Accounts – PRGP), and VRGP – Vida com Remuneração Garantida e Performance (Life plus Defined-Contribution IRAs – VRGP). It also focused on corporate plans, with revenue growing 7.8% in this segment in the year while the market as a whole contracted 4.9%. Also in pensions, the Company began targeting young people: in January it launched a new product called **De Pai Para Filho Geração 2** (Father to Son Generation 2) and in the second half conducted a campaign called “Give your child a future” to market two more new products called **Prev Jovem PGBL and VGBL**.*

Vida

Uma das conquistas da Bradesco Vida e Previdência em 2005 foi seu ingresso na área de **Seguro de Proteção Financeira**. Com isso, ampliou o público que já era alvo de seu seguro prestamista e firmou novas parcerias com empresas.

Capitalização

Em 2005, a Bradesco Capitalização, maior empresa privada do setor, pagou R\$ 39.920.418,00 em prêmios distribuídos a 2.031 Clientes. Os destaques, mais uma vez, foram os produtos com caráter socioambiental. A Empresa manteve o foco nos planos desenvolvidos com tais características, estratégia que já havia sido adotada com sucesso em 2004, quando foi lançado o **Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica**, fruto de uma parceria da Bradesco Capitalização com a Fundação SOS Mata Atlântica, instituição para a qual é revertida parte dos recursos obtidos com a comercialização de títulos. No final de 2005, esse produto atingiu a marca de 1,08 milhão de títulos comercializados, viabilizando recursos para o plantio de 10,8 milhões de mudas de árvores nativas.

Outro sucesso de vendas em 2005 foi o **Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna**, que reverte um percentual do valor arrecadado aos projetos sociais do Instituto Ayrton Senna. Desde o lançamento do produto, em julho, até o final de 2005, foram comercializados 600 mil títulos.

Life

*One of the breakthroughs achieved by Bradesco Vida e Previdência in 2005 was entry into the area of **Financial Protection Insurance**. In this way it expanded the contingent of people already targeted by its credit insurance and built new partnerships with companies.*

Saving Bonds

*Bradesco Capitalização, the largest private company in the segment, paid out R\$ 39,920,418.00 in cash prizes to 2,031 Customers in 2005. The highlights once again were products of a social and environmental stamp. The Company continued to focus on plans developed with these characteristics, a strategy already successfully pursued in 2004, when it launched **Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica** in partnership with Fundação SOS Mata Atlântica, an NGO to which part of the income from sales of the bond is donated. Sales of this bond totaled 1.08 million by end-2005, providing funds for the planting of more than 10.8 million native saplings in deforested areas.*

*Another sales success in 2005 was **Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna**, also funding donations to the social projects of Instituto Ayrton Senna. Some 600,000 of these bonds were sold between its launch in July and the end of 2005.*

Ciente de que há uma tendência natural de a sociedade dar preferência à compra de produtos vinculados a projetos socialmente responsáveis, a empresa planeja desenvolver novos planos com esse perfil. A idéia é atender aos três pilares que embasam a vontade do consumidor médio, em especial no caso do setor de Capitalização: a possibilidade de realizar uma boa ação, contribuindo para projetos sociais; a hipótese de ser sorteado e ganhar prêmios; e a certeza de receber de volta 100% do valor pago, devidamente corrigidos.

Ainda em 2005, a Bradesco Capitalização disponibilizou uma gama variada de produtos, desenvolvidos para atender a diferentes camadas sociais da população. Nessa cesta constaram os planos populares, com parcelas mensais a partir de R\$ 7,00, e os títulos com pagamento único, voltados para o público de maior poder aquisitivo. Nesse contexto, destacaram-se o **Pé Quente Bradesco 1000**, título de pagamento único de R\$ 1 mil, que oferece prêmios brutos de até R\$ 2 milhões, e o **Pé Quente Bradesco 100**, de pagamento único no valor de R\$ 100,00, com prêmios semanais de R\$ 25 mil.

Em 2005, a Bradesco Capitalização registrou expressivo crescimento no faturamento dos canais Bradesco Dia & Noite (Internet – www.bradescocapitalizacao.com.br, máquinas de auto-atendimento, Fone Fácil Bradesco) e Parcerias, resultado de política contínua de desenvolvimento de canais alternativos para a oferta de produtos e serviços a seus Clientes.

Well aware that society naturally tends to prefer buying products linked to socially responsible projects, the company plans to develop new products with this profile. The idea is to match three goals or desires to the average consumer, especially in savings bonds: the possibility of doing good by contributing to social projects; the chance of winning cash prizes in drawings; and the certainty of getting back 100% of the amount paid in plus interest.

*Also in 2005 Bradesco Capitalização offered a wide array of products designed to meet the needs of various different social strata. This basket comprises popular savings plans with monthly installments starting at R\$ 7.00 and bonds available for a lump sum to those with greater purchasing power. The highlights were **Pé Quente Bradesco 1000**, a single-payment bond costing R\$ 1,000 and offering a chance to win up to R\$ 2 million gross, and **Pé Quente Bradesco 100**, a single-payment bond costing R\$ 100 with weekly prizes of R\$ 25,000.*

In 2005 Bradesco Capitalização significantly increased sales via the Bradesco Dia & Noite channel (automated teller machines forming the Bradesco Self-Service Network, the website www.bradescocapitalizacao.com.br, and the Fone Fácil Bradesco call center) and partnerships resulting from an ongoing policy of developing alternate channels to offer products and services to its Customers. The top performers in 2005 were the Internet and Self-Service channels, which grew 27.22% and 19.86% respectively.

Destaca-se em 2005 o crescimento dos canais Internet e Auto-Atendimento que alcançaram, 27,22% e 19,86%, respectivamente.

Por seu desempenho em 2005 a Bradesco Capitalização foi reconhecida em dez importantes premiações, entre elas como destaque na revista "Balço Financeiro" na categoria "Capitalização", publicação anual editada pela Gazeta Mercantil. Recebeu ainda o prêmio "Marketing Best 2005", o prêmio "Top de Marketing 2005" pela ADVB/SP e ADVB/RJ e o prêmio "Top de Ecologia 2005", também pela ADVB/SP.

A Bradesco Capitalização é a única empresa do setor a possuir a classificação de *rating* AA (bra), concedida pela agência de classificação de riscos Standard & Poor's. É também a primeira empresa brasileira do setor a receber o Certificado ISO 9002, em dezembro de 1999. Após nova auditoria, a versão da certificação foi atualizada em dezembro de 2002, alterando sua denominação para ISO 9001:2000. Em novembro de 2005 recebeu a recertificação da ISO. Este certificado, concedido pela Fundação Vanzolini, atesta a qualidade de administração dos Títulos de Capitalização Bradesco e confirma os princípios que estão na origem desses títulos: bons produtos, bons serviços e evolução permanente.

Bradesco Capitalização won recognition for its performance in 2005 through ten important awards, including a special mention for the Savings Bonds category in the Balço Financeiro yearbook published by Gazeta Mercantil, Top in Marketing prizes awarded by the São Paulo and Rio de Janeiro chapters of ADVB, the national association of sales and marketing executives (Marketing Best 2005), and the Top in Environment prize awarded by ADVB Brazil.

Bradesco Capitalização is the only company in the sector rated "AA (bra)" by Standard & Poor's. It was also the first savings bond company in Brazil to be certified against ISO 9002, in December 1999. The certificate was upgraded to ISO 9001:2000 after a new audit in December 2002. The Company was ISO recertified in November 2005. This certification, awarded by Fundação Vanzolini, attests to the quality of savings bond management by Bradesco Capitalização and reaffirms the underlying principles of good products, good service and continuous improvement.

Desempenho Econômico e Financeiro

A Bradesco Seguros e Previdência consolidou, em 2005, a liderança absoluta no setor, com 25,61% de *market share* no final do exercício. As suas receitas cresceram 9,33% no agregado das operações dos segmentos de Seguros, Previdência Complementar Aberta e Capitalização, passando de R\$ 15,389 bilhões registrados em 2004 para R\$ 16,825 bilhões em 2005.

O lucro líquido somou R\$ 1,597 bilhão em 2005, resultado 79,84% maior que o registrado em 2004, quando o lucro foi de R\$ 888 milhões. A rentabilidade sobre o patrimônio líquido aglutinado foi de 27,59%.

A Bradesco Seguros e Previdência também destacou-se pelo volume de provisões técnicas, que alcançou R\$ 40,862 bilhões, contra R\$ 33,632 bilhões em 2004. O montante representa 37,87% das reservas de todo o mercado segurador nacional.

Os seus ativos totais atingiram R\$ 49,754 bilhões, com crescimento de 23,55% sobre 2004, quando somaram R\$ 40,271 bilhões.

Economic and Financial Performance

Bradesco Seguros e Previdência strengthened its absolute leadership of the market in 2005, with a year-end market share of 25.61%. Aggregate revenues in insurance, pensions and savings bonds rose 9.33% to R\$ 16.825 billion, from R\$ 15.389 billion in 2004.

Net income amounted to R\$ 1.597 billion in 2004, for an increase of 79.84% compared with the previous year (R\$ 888 million). Return on equity was 27.59%.

Bradesco Seguros e Previdência also outperformed the industry in technical reserves, which totaled R\$ 40.862 billion at year-end, compared to R\$ 33.632 billion in 2004. The end-2005 total corresponded to 37.87% of the Brazilian insurance industry's total reserves in the same period.

Total assets ended the year on R\$ 49.754 billion, for growth of 23.55% compared to R\$ 40.271 billion a year earlier.

Principais Números Aglutinados (em milhões de R\$)**Consolidated Financial Highlights (R\$ million)**

Indicadores	2005	2004	Crescimento (%)
Ativos totais	49,754	40,271	23,55
Provisões técnicas	40,862	33,632	21,50
Patrimônio líquido aglutinado	5,791	3,041	90,43
Prêmios líquidos	16,825	15,389	9,33
Lucro líquido	1,597	888	79,84
Rentabilidade sobre o Patrimônio líquido aglutinado	27,59%	29,20%	

Indicators	2005	2004	% Change
Total assets	49.754	40.271	23.55
Technical reserves	40.862	33.632	21.50
Net worth	5.791	3.041	90.43
Net premiums	16.825	15.389	9.33
Net income	1.597	888	79.84
Return on consolidated equity	27.59%	29.20%	

Composição do Prêmio Líquido por Segmento (em bilhões de R\$)**Net Premiums by Segment (R\$ billion)**

Segmentos	Produção em 2005	Produção em 2004	Evolução (%)
Seguro	13,337	11,887	12,20
Previdência Complementar Aberta	2,068	2,144	3,54
Capitalização	1,420	1,358	4,57
Total	16,825	15,389	9,33

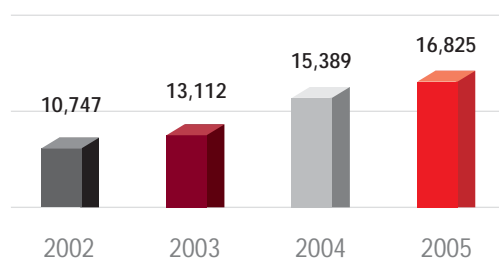
Segment	2005	2004	% Change
Insurance	13.337	11.887	12.20
Pensions	2.068	2.144	3.54
Savings bonds	1.420	1.358	4.57
Total	16.825	15.389	9.33

Principais Indicadores (valores em R\$ bilhões)

Main Indicators (values in R\$ billions)

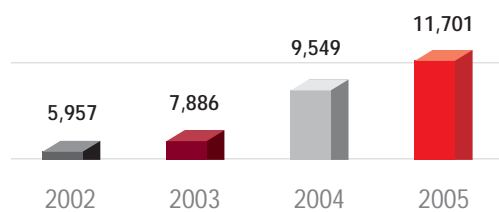
Prêmios, Contribuições de Previdência e Receitas de Capitalização

Premiums, Pension Plan Contributions and Savings Bonds Revenue



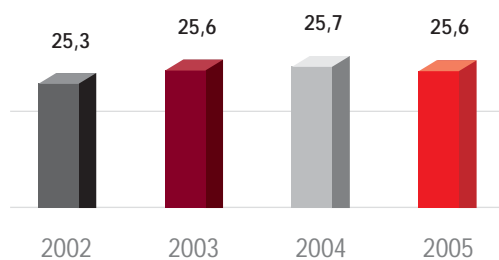
Indenizações, Benefícios Pagos e Resgates

Claims & Benefits Paid and Redemptions



Participações de Mercado* (%)

Market Share* (%)

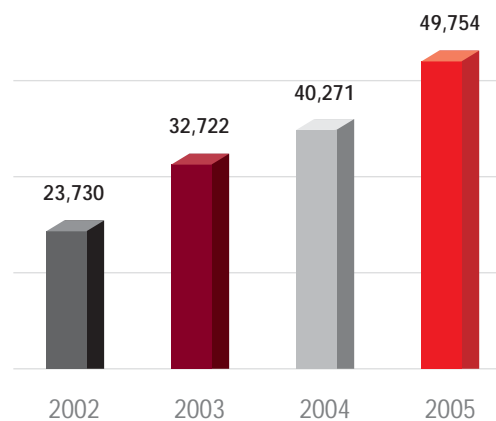


*Mercado de Dezembro/2005.

*Market in December/2005.

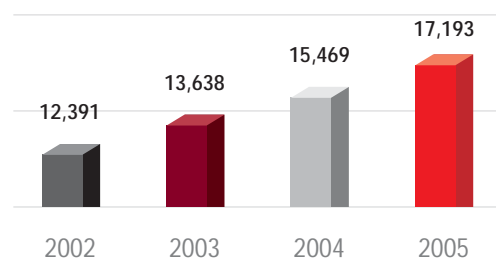
Total de Ativos

Total of Assets



Quantidade de Segurados, Participantes e Clientes (milhões)

Quantity of Insured, Participants and Clients (in millions)



Custos e Resultados

O resultado financeiro e patrimonial da Bradesco Seguros e Previdência atingiu o patamar de R\$ 2,822 bilhões em dezembro de 2005, o que representou crescimento de 42,67% em relação ao exercício anterior.

A relação entre custos administrativos e prêmios retidos ficou em 6,69%, contra 7,48% em 2004.

Provisões Técnicas

Outro fato relevante em 2005 foi o volume de provisões técnicas da Bradesco Seguros e Previdência, que chegou a R\$ 40,862 bilhões, contra R\$ 33,632 bilhões em 2004.

Provisão técnica de seguros	R\$ 18,403 bilhões
Provisão técnica de Previdência Complementar Aberta	R\$ 20,320 bilhões
Provisão técnica de Capitalização	R\$ 2,139 bilhões

O valor de mercado dos bens garantidores das provisões técnicas era de R\$ 41,074 bilhões em dezembro de 2005. Esse valor é 20,26% superior ao apurado no final do exercício de 2004.

Os investimentos em títulos de renda fixa, títulos de renda variável, ações de coligadas e controladas e outros investimentos permanentes alcançaram a marca de R\$ 46,691 bilhões.

Os ativos totais da Bradesco Seguros e Previdência somavam R\$ 49,754 bilhões no final de 2005, 23,55% a mais que os R\$ 40,271 bilhões registrados em 2004.

Provisions and Reserves

The financial and equity result of Bradesco Seguros e Previdência totaled R\$ 2.822 billion in 2005, for growth of 42.67% compared with the previous year.

The ratio of administrative expenses to net earned premiums was 6.69%, compared with 7.48% in 2003.

Technical Reserves

Another important feature of Bradesco Seguros e Previdência's 2005 performance was the volume of technical reserves, which ended the year on R\$ 40.862 billion, up from R\$ 33.632 billion at end-2004.

<i>Technical reserves for insurance</i>	<i>R\$ 18.403 billion</i>
<i>Technical reserves for Pensions</i>	<i>R\$ 20.320 billion</i>
<i>Technical reserves for Savings Bonds</i>	<i>R\$ 2.139 billion</i>

The market value of the assets securing these technical reserves was R\$ 41.074 billion in December 2005, for an increase of 20.26% compared with a year earlier.

Holdings in equities, bonds, subsidiaries and affiliates, and other permanent investments totaled R\$ 46.691 billion at year-end.

Total assets reached R\$ 49.754 billion, up 23.55% from R\$ 40.271 billion in 2004.

Grupo Bradesco de Seguros e Previdência

Balanço Patrimonial Aglutinado

Bradesco Insurance Group Balance Sheet Consolidated

	Aglutinado / Consolidated	
ATIVOS / ASSETS	2005	2004
CIRCULANTE / CURRENT ASSETS	44.961.574	34.142.153
Disponível / Cash, Banks & Short Term Investments	93.103	52.183
Aplicações / Investments	43.172.318	32.546.438
Títulos de renda fixa – privados / Fixed income bonds – private	4.343.297	15.894.572
Títulos de renda fixa – públicos / Fixed income bonds – public	248.434	650.511
Títulos de renda variável / Stocks	1.011.084	1.507.207
Quotas de fundos especialmente constituídos / Fund shares	37.572.618	14.497.675
Outras aplicações / Other investments	12.121	5.822
Provisão para desvalorização / Devaluation reserve	(15.236)	(9.349)
Créditos das operações com seguros / Credits on insurance operations	1.129.185	1.042.379
Prêmios a receber / Premiums receivables	1.039.092	947.976
Seguradoras / Insurance	57.225	39.520
Resseguradoras / Reinsurance	53.344	60.980
Outros créditos operacionais / Other credits	110.316	100.470
Provisão para riscos sobre créditos / Allowance for bad debts	(130.792)	(106.567)
Créditos com operações de Capitalização / Insurance receivables	-	227
Títulos e créditos a receber / Other credits receivables	255.551	186.573
Títulos e créditos / Credits	109.667	108.562
Créditos tributários e previdenciários / Tax credits	192.508	123.280
Depósitos judiciais e fiscais / Legal deposits	89	34
Outros créditos / Other credits	3.065	2.270
Provisão para riscos sobre créditos / Allowance for bad debts	(49.778)	(47.573)
Outros valores e bens / Other assets	37.711	64.616
Bens à venda / Assets for sale	35.179	62.279
Outros valores / Other	2.532	2.337
Despesas antecipadas / Prepaid expenses	545	410
Despesas de comercialização diferidas – Seguros / Deferred commissions	273.161	249.327
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO / LONG TERM RECEIVABLES	4.188.733	5.159.327
Aplicações / Investments	3.137.065	4.171.371
Títulos de renda fixa – privados / Fixed income bonds – private	460.685	340.059
Títulos de renda fixa – públicos / Fixed income bonds – public	2.676.213	3.830.877
Outras aplicações / Other investments	167	435
Títulos e créditos a receber / Other credits receivables	1.048.367	984.828
Títulos e créditos a receber / Credit receivables	58.082	6.223
Créditos tributários e previdenciários / Tax credits	445.166	412.577
Depósitos judiciais e fiscais / Legal deposits	600.936	560.305
Outros créditos a receber / Other credits	5.684	5.723
Provisão para riscos de créditos / Allowance for bad debts	(61.501)	-
Despesas de comercialização diferidas – Seguros / Deferred commissions – Insurance	3.301	3.128
Seguros e resseguros / Insurance & reinsurance	3.301	3.128
PERMANENTE / PERMANENT INVESTMENTS	604.333	969.968
Investimentos / Investments	440.417	765.206
Participações societárias / Subsidiaries companies	123.857	549.779
Imóveis destinados a renda / Properties held for the production of income	236.794	248.522
Outros investimentos / Other Investments	289.976	176.894
Provisão para desvalorização / Devaluation reserve	(153.125)	(155.966)
Depreciação / Depreciation	(57.085)	(54.023)
Imobilizado / Fixed assets	128.504	152.036
Imóveis / Real estate	91.789	96.555
Bens imóveis / Plant & equipment	317.909	302.970
Outras imobilizações / Other	409	10.724
Provisão para desvalorização / Devaluation reserve	(1.563)	(2.163)
Depreciação / Depreciation	(280.040)	(256.050)
Diferido / Deferred	35.412	52.726
TOTAL	49.754.640	40.271.448

Aglutinado / Consolidated

PASSIVOS / LIABILITIES	2005	2004
CIRCULANTE / CURRENT LIABILITIES	31.386.967	25.093.077
Obrigações a pagar / Obligations payable	1.007.274	1.311.704
Obrigações a pagar / <i>Obligations payable</i>	748.125	1.068.157
Impostos e encargos sociais a recolher / <i>Taxes and social charges payable</i>	74.021	67.969
Provisões trabalhistas / <i>Provision for labor claims</i>	24.410	24.410
Provisão para impostos e contribuições / <i>Provision for taxes</i>	160.718	151.168
Débitos de operações com seguros / Debits on insurance operations	410.606	362.846
Prêmios a restituir / <i>Refundable premiums</i>	7.886	8.497
Seguradoras / <i>Insurance</i>	47.681	40.310
Resseguradoras / <i>Reinsurance</i>	277.785	247.473
Comissões sobre prêmios emitidos / <i>Commissions on premiums written</i>	53.068	52.811
Outros débitos operacionais / <i>Other debits</i>	24.186	13.755
Débitos das operações com Previdência Complementar / Pension Fund payables	46.596	371.090
Contribuições a restituir / <i>Refundable contributions</i>	5.812	8.990
Outros débitos operacionais / <i>Other pension fund repaybles</i>	40.784	362.100
Depósitos de terceiros / Third-party deposits	170.550	241.728
Provisões técnicas – Seguros / Technical Reserves – Insurance	18.216.542	12.493.615
Ramos elementares, saúde e vida em grupo / <i>Property & casualty, health and group life</i>	4.332.086	3.167.758
Provisão de prêmios não ganhos – riscos vigentes e já emitidos / <i>Provision for accrued benefits</i>	1.402.733	1.246.920
Provisão de benefícios a conceder / <i>Provision for accrued benefits</i>	133.730	20.202
Provisão de benefícios concedidos / <i>Provision for accrued benefits</i>	92.734	28.709
Sinistros a liquidar / <i>Claims payable</i>	828.343	725.456
Provisão de sinistros ocorridos, mas não avisados / <i>Provision for claims incurred but not reported</i>	1.554.500	1.112.128
Outras provisões / <i>Other</i>	320.046	34.343
Vida com cobertura de sobrevivência / <i>Life with survival benefit</i>	13.884.456	9.325.857
Provisão matemática de benefícios a conceder / <i>Mathematical provision for accrued benefits</i>	13.611.023	9.217.794
Provisão matemática de benefícios concedidos / <i>Mathematical provision for benefits granted</i>	2.808	162
Provisão de riscos não-expirados / <i>Provision for unexpired risk</i>	5.683	5.336
Provisão de excedente financeiro / <i>Provision for financial surplus</i>	1.235	-
Provisão de eventos ocorridos, mas não avisados / <i>Provision for claims incurred but not reported</i>	12.110	5.683
Provisão de insuficiência de prêmios / <i>Premium insufficiency reserve</i>	21.015	-
Provisão de benefícios a regularizar / <i>Provision for benefits to be regularized</i>	24.142	20.490
Outras provisões / <i>Other</i>	206.440	76.392
Provisões técnicas – Previdência Complementar / Technical Reserves – Pensions	10.699.200	9.592.927
Planos não-bloqueados / <i>Plans not blocked</i>	10.699.200	9.592.927
Provisão matemática de benefícios a conceder / <i>Mathematical provision for accrued benefits</i>	9.284.189	8.726.837
Provisão matemática de benefícios concedidos / <i>Mathematical provision for benefits granted</i>	264.792	254.706
Provisão de insuficiência de contribuições / <i>Provision for insufficiency of premiums</i>	409.924	50.434
Provisão de benefícios a regularizar / <i>Provision for benefits to be regularized</i>	11.276	15.820
Provisão de eventos ocorridos, mas não avisados / <i>Provision for claims incurred but not reported</i>	18.601	14.265
Provisão de excedente financeiro / <i>Provision for financial surplus</i>	40.592	20.631
Outras provisões / <i>Other</i>	669.826	510.234
Provisões técnicas – Capitalização / Technical Reserves – Savings Bonds	836.199	719.167
Provisão matemática para resgates / <i>Mathematical provision for bond redemption</i>	816.129	465.977
Provisão para sorteio a realizar / <i>Provision for accrued drawings</i>	9.499	7.698
Provisão para resgate de títulos vencidos / <i>Provision for redemptions of expired bonds</i>	-	201.897
Provisão para sorteio a pagar / <i>Provision for drawings awarded</i>	-	6.836
Provisão para resgate de títulos antecipados / <i>Provision for early bond redemption</i>	-	22.138
Outras provisões / <i>Other</i>	10.571	14.621
EXIGÍVEL A LONGO PRAZO / LONG TERM LIABILITIES	12.493.865	12.101.853
Obrigações a pagar / Obligations Payable	182.349	195.604
Pagamentos a efetuar / <i>Payments outstanding</i>	-	862
Provisões para tributos diferidos / <i>Provision for deferred taxes</i>	175.720	188.452
Outras exigibilidades / <i>Other</i>	6.629	6.290
Provisões técnicas – Seguros / Technical Reserves – Insurance	187.430	179.775
Ramos elementares e vida em grupo / <i>Property & casualty and group life</i>	24.179	23.866
Provisão de prêmios não ganhos / <i>Unearned premium reserve</i>	11.176	10.140
Provisão de benefícios a conceder / <i>Provision for accrued benefits</i>	13.003	13.726
Vida com cobertura de sobrevivência / <i>Life with survival benefit</i>	163.251	155.909
Provisão matemática de benefícios a conceder / <i>Mathematical provision for accrued benefits</i>	163.227	155.885
Provisão de excedente financeiro / <i>Provision for financial surplus</i>	24	24
Provisões técnicas – Previdência Complementar / Technical Reserves – Pensions	9.620.474	9.379.995
Planos não-bloqueados / <i>Plans not blocked</i>	9.620.474	9.379.995
Provisão matemática de benefícios a conceder / <i>Mathematical provision for accrued benefits</i>	5.447.017	4.868.241
Provisão de riscos não expirados / <i>Provision for unexpired risks</i>	6.716	4.563
Provisão de oscilação de riscos / <i>Provision for risks fluctuation</i>	5.472	3.720
Provisão matemática de benefícios concedidos / <i>Mathematical provision for benefits granted</i>	2.993.793	2.127.089
Provisão de insuficiência de contribuição / <i>Provision for insufficiency of contributions</i>	565.332	1.875.525
Provisão de excedente financeiro / <i>Provision for financial surplus</i>	299.562	244.372
Outras provisões / <i>Other</i>	302.582	256.485
Provisões técnicas – Capitalização / Technical Reserves – Savings Bonds	1.302.710	1.266.359
Provisão matemática para resgates / <i>Mathematical provision for bond redemption</i>	1.210.307	1.178.108
Provisão para sorteio a realizar / <i>Provision for accrued drawings</i>	9.101	5.748
Outras provisões / <i>Other</i>	83.302	82.503
Contingências fiscais e trabalhistas / Contingencies – tax & labor litigation	1.200.902	1.080.120
Contingências fiscais / <i>Tax contingencies</i>	1.012.535	907.581
Contingências trabalhistas / <i>Labor contingencies</i>	30.509	126.787
Contingências cíveis / <i>Civil suit contingencies</i>	157.858	45.752
PARTICIPAÇÃO DE ACIONISTAS MINORITÁRIOS / MINORITY INTEREST	83.303	35.136
PATRIMÔNIO LÍQUIDO / NET EQUITY	5.790.505	3.041.382
Capital social / <i>Capital</i>	1.775.978	1.301.000
Aumento (redução) de capital (em aprovação) / <i>Capital increase</i>	1.135.160	(425.913)
Reservas de capital / <i>Reserves</i>	8.407	8.407
Reservas de reavaliação / <i>Revaluation reserves</i>	33.125	39.092
Reservas de lucros / <i>Profit reserves</i>	2.628.293	1.797.049
Ajustes com títulos e valores mobiliários / <i>Changes in trading securities</i>	253.849	321.747
Lucros (prejuízos) acumulados / <i>Accumulated profits (losses)</i>	(44.307)	-
TOTAL	49.754.640	40.271.448

Demonstração do Resultado Aglutinado

Income Statement Consolidated

	Aglutinado / Consolidated	
	2005	2004
PRÊMIOS / PREMIUMS		
Prêmios emitidos de seguros, co-seguros aceitos, planos de previdência e capitalização <i>Insurance premiums written, co-insurance accepted, pension plans, savings bonds</i>	17.052.332	15.700.208
Prêmios restituídos e co-seguros cedidos / <i>Premiums refunded & co-insurance ceded</i>	(227.294)	(311.463)
Prêmios de resseguros cedidos / <i>Reinsurance premiums ceded</i>	(548.563)	(547.431)
Resgates de seguro de vida individual / VGBL / <i>Individual life & VGBL redemptions</i>	(2.629.210)	(1.557.636)
Prêmios retidos / Premiums Retained	13.647.265	13.283.678
Variação da provisão de prêmios / Change in Premium Provisions	(2.755.667)	(3.927.407)
Prêmios ganhos / Premiums Earned	10.891.598	9.356.271
Sinistros de seguros, benefícios e resgates de previdência, resgates e sorteios de capitalização <i>Insurance claims, pension plan benefits & redemption, savings bonds redemption & drawings</i>	10.125.763	8.824.615
Recuperação de sinistros / <i>Claims recovered</i>	(203.566)	(221.496)
Salvados e ressarcimentos / <i>Salvaged & compensated</i>	(135.857)	(89.928)
Sinistros retidos / Claims Retained	9.786.340	8.513.191
Despesas de comercialização / Selling expenses	834.831	875.383
Comissões de seguros e planos de previdência / <i>Insurance & pension plan commissions</i>	730.737	664.256
Recuperação de comissões / <i>Recovery of commissions</i>	(35.369)	(40.485)
Outras despesas de comercialização / <i>Other selling expenses</i>	163.469	270.168
Variação das despesas de comercialização diferidas / <i>Change in deferred selling expenses</i>	(24.006)	(18.556)
Outras receitas operacionais / <i>Other operating revenue</i>	341.059	232.220
Despesas administrativas / <i>Administrative expenses</i>	912.989	993.270
Despesas com tributos / <i>Tax expenses</i>	175.101	136.928
Resultado das operações de seguros / Income from insurance operations	(476.604)	(930.281)
Resultado financeiro / <i>Financial income</i>	2.425.954	1.894.498
Resultado patrimonial / <i>Equity income</i>	395.590	83.547
Resultado operacional / Operating Income	2.344.940	1.047.764
Resultado não-operacional / <i>Non-Operating Income</i>	(70.197)	(43.263)
Resultado antes dos impostos e participações / Income Before Taxes & Minority Interest	2.274.743	1.004.501
Imposto de Renda / <i>Income Tax</i>	(475.289)	(79.860)
Contribuição social / <i>Social contribution</i>	(185.006)	(24.207)
Participações sobre o lucro / <i>Profit sharing</i>	(9.562)	(13.540)
Participação dos acionistas minoritários / Minority Interest	(7.560)	1.101
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO / NET INCOME	1.597.326	887.995

	Consolidated	
	2005	2004
GROSS PREMIUMS, PENSIONS AND SAVINGS BONDS REVENUES	16.825.038	15.388.745
<i>Premiums earned, pension fund contribution and savings bonds revenues</i>	10.891.598	9.356.271
<i>Reinsured losses, pension plan benefits and saving bonds redemption</i>	9.786.340	8.513.191
<i>Acquisition costs</i>	834.831	875.383
<i>Other operational income and expenses</i>	341.059	232.220
<i>Administrative expenses</i>	912.989	993.270
<i>Transactional taxes</i>	175.101	136.928
NET INVESTMENT INCOME	2.821.544	1.978.045
<i>New underwriting income</i>	2.344.940	1.047.764
<i>Net operational gains</i>	(70.197)	(43.263)
SHARING	(9.562)	(13.540)
INCOME BEFORE INCOME TAXES	2.265.181	990.961
<i>Income Tax</i>	(660.295)	(104.067)
<i>Minoritary</i>	(7.560)	1.101
NET INCOME FOR THE YEAR	1.597.326	887.995

Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

Statement of Chains in Stockholders Equity

	Aglutinado / Consolidated	
EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO (EM MILHARES DE REAIS) YEARS ENDED DEC. 31 (IN THOUSANDS OF REAIS)	2005	2004
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO / NET INCOME	1.597.326	887.995
Depreciações e amortizações / <i>Depreciation & amortization</i>	70.608	53.623
Participação de acionistas minoritários / <i>Minority interest</i>	7.560	(1.101)
Amortizações de ágio – investimento / <i>Amortization of goodwill – Investment</i>	52.606	32.751
Amortizações de ágio – diferido / <i>Amortization of goodwill – Deferred charge</i>	-	113.878
Constituição (reversão) de provisão para desvalorização de investimentos <i>Constitution (reversal) of provision for devaluation of investments</i>	(1.314)	(3.352)
Varição cambial de investimentos / <i>Translation gain (loss) on investments</i>	29	-
Prejuízo na venda de investimentos e imobilizado / <i>Losses on sale of investments & fixed assets</i>	(3.980)	(9.465)
Resultado de equivalência patrimonial / <i>Equity income from subsidiaries & affiliates</i>	354.909	(160.486)
Amortizações de deságio / <i>Amortization of badwill</i>	-	(15.032)
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO / ADJUSTED NET INCOME	2.077.744	898.811
ORIGENS / FUNDS PROVIDED		
Lucro líquido ajustado / <i>Adjusted net income</i>	2.077.744	898.811
Dividendos recebidos de controladas e coligadas / <i>Dividends received from subsidiaries & affiliates</i>	40.039	31.324
Aumento de capital / <i>Capital increase</i>	1.500.000	-
Alienação de investimentos e imobilizado (valor de venda) <i>Disposal of investments & fixed assets (sale price)</i>	814.504	49.960
Participações acionárias transferidas para o Controlador / <i>Equity transferred to parent company</i>	-	456.097
Redução do realizável a longo prazo / <i>Decrease in long-term assets</i>	643.600	-
Aumento do exigível a longo prazo / <i>Increase in long-term liabilities</i>	391.166	1.558.733
Baixa no diferido / <i>Writedown of intangibles</i>	23	-
Transferência da carteira de ações do permanente para o circulante <i>Transfer of equity securities portfolio from permanent to current assets</i>	3.375	-
TOTAL DAS ORIGENS DE RECURSOS / TOTAL FUNDS PROVIDED	5.470.451	2.994.925
APLICAÇÕES / FUNDS USED		
Redução de capital / <i>Capital reduction</i>	365.590	663.310
Dividendos propostos / <i>Proposed dividend</i>	422.769	626.000
Ações em tesouraria / <i>Treasury shares</i>	-	8.972
Aquisição de investimentos e imobilizado / <i>Acquisition of investments & fixed assets</i>	94.037	647.683
Aplicações de recursos no ativo diferido / <i>Deferred charges</i>	16.301	12.781
Aumento no realizável a longo prazo / <i>Increase in long-term assets</i>	-	723.028
Ajustes com títulos e valores mobiliários / <i>Changes in trading securities</i>	46.223	4.171
Transferência de ações do circulante para o permanente <i>Transfer of shares from current assets to permanent assets</i>	-	7.220
TOTAL DAS APLICAÇÕES DE RECURSOS / TOTAL FUNDS USED	944.920	2.693.165
Aumento do capital circulante líquido / Increase in net working capital	4.525.531	301.760
VARIAÇÕES DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO / CHANGE IN NET WORKING CAPITAL		
Capital circulante no exercício corrente / <i>Working capital in current year</i>	13.574.607	9.049.076
Capital circulante no exercício anterior / <i>Working capital in previous year</i>	9.049.076	8.747.316
AUMENTO DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO / INCREASE IN NET WORKING CAPITAL	4.525.531	301.760

Administração

Bradesco Seguros S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

Diretor-Geral de Tecnologia

Chief Information & Technology Officer

Carlos Henrique Robertson Schmitz

Diretor-Geral Administrativo e Financeiro

Chief Financial Officer

Samuel Monteiro dos Santos Júnior

Diretores-Gerentes / General Managers

Luiz Tavares Pereira Filho

Marcos Suryan Neto

Ivan Luiz Gontijo Júnior

Diretores / Directors

Haydewaldo Roberto Chamberlain da Costa

Bradesco Saúde S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

Diretor-Geral de Saúde

Chief Operating Officer Health

Heráclito de Brito Gomes Júnior

Diretor-Gerente / General Manager

Marcio Serôa de Araujo Coriolano

Diretores / Directors

Sérgio Azoury Galvão

Júlia Maria Pinheiro T. de Menezes

Administration

Bradesco Vida e Previdência S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Marco Antônio Rossi

Diretor-Gerente / General Manager

Marcos Suryan Neto

Diretores / Directors

Jair de Almeida Lacerda Júnior

Lúcio Flávio Condurú de Oliveira

Eugênio Liberatori Velasques

Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

Diretor-Geral de Auto e Ramos Elementares

Chief Operating Officer Property & Casualty

Ricardo Saad Affonso

Diretores-Gerentes / General Manager

Luiz Carlos Almeida Braga Nabuco de Abreu

Carlos Eduardo Corrêa do Lago

Marco Antônio Gonçalves

Diretores / Directors

Marcos Suryan Neto

Isair Paulo Lazzarotto

Luiz Camilo Rinhel Virdes

Bradesco Capitalização S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

**Diretor-Geral de Capitalização
Savings Bonds Managing Director**

Norton Glabes Labes

Diretores / Directors

Samuel Monteiro dos Santos Júnior

Marcos Suryan Neto

Ivan Luiz Gontijo Júnior

Finasa Seguradora S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

Diretores / Directors

Ricardo Saad Affonso

Marcos Suryan Neto

Carlos Eduardo Corrêa do Lago

Alvorada Vida S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Marco Antônio Rossi

Diretor-Gerente / General Manager

Marcos Suryan Neto

Diretores / Directors

Jair de Almeida Lacerda Júnior

Lúcio Flávio Condurú de Oliveira

Atlântica Capitalização S.A.

DIRETORIA / SENIOR MANAGEMENT

Diretor-Presidente / President

Luiz Carlos Trabuco Cappi

Diretores / Directors

Samuel Monteiro dos Santos Júnior

Marcos Suryan Neto

Norton Glabes Labes



Imagens originalmente publicadas no livro "BRASIL: UM SÉCULO DE FUTEBOL – ARTE E MAGIA", patrocinado pela Bradesco Seguros e Previdência. A reprodução das obras neste Relatório foi autorizada por João Candido Portinari e elas fazem parte do acervo do Projeto Portinari.

Criação, projeto e produção gráfica: fmcom

Coordenação: Artplan

Concepção básica, coordenação, supervisão e edição:
Superintendência Executiva de Marketing da Bradesco Seguros e Previdência

Bradesco Seguros e Previdência
Avenida Paulista, 1415 – parte
Bela Vista – São Paulo – SP – Brasil – CEP 01311-925
www.bradescoseguros.com.br

Images originally published in the book entitled "BRASIL: UM SÉCULO DE FUTEBOL – ARTE E MAGIA", sponsored by Bradesco Seguros e Previdência. The reproduction of these works in this Report were authorized by João Candido Portinari and are part of the Portinari Project collection.

Created & designed by: fmcom

Coordination: Artplan

Basic conception, coordination, supervision and publishing: Executive Marketing Superintendency, Bradesco Seguros e Previdência

*Bradesco Seguros e Previdência
Avenida Paulista, 1415 – parte
Bela Vista – São Paulo – SP – CEP 01311-925 – Brazil
www.bradescoseguros.com.br*

Candido Portinari
Brodósqui – pintura a óleo/madeira (detalhe),
65,5 x 100 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reprodução autorizada por João Candido Portinari.
Imagem do acervo do Projeto Portinari.

*Candido Portinari
Brodósqui – oil painting/wood (detail),
65.5 x 100 cm – 1958 – Rio de Janeiro, RJ.
Reproduction authorized by João Candido Portinari.
Image from the Portinari Project collection.*

