Apêndice A

CATEGORIA	MENÇÃO	TIPO DE MENÇÃO	Racional categoria estratégia corporativa de crescimento	DG	DT	TD	Racional categoria de Transformação digital	BASE	DOCUMENTO	ANO
Penetração de mercado (PM)	Ampliação da oferta de produtos por canais alternativos	Genérica	Retrata a importância em atender regiões desasistidas por agências bancárias fisicas. Seja por meio de parcerias com entes instalados em todos os municípios brasileiros, a exemplo dos correios, seja por meio de parcerias com grandes redes varejistas.	S	N	N	Apresenta poucos indícios de transformação digital, no entanto, os bancos reconhecem esse movimento voltado ao digital, devido a ampliação da rede de autoatendimento e oferta ativa de cartões de crédito.	B3	Formulário referência BB B3	2011
Penetração de mercado (PM)	Em 31 de dezembro de 2010, essa rede contava com 44.954 terminais de autoatendimento - TAA	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Penetração de mercado (PM)	Celebração de contrato com os Correios para dar início à operação do Banco Postal, a partir de 2012.	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Penetração de mercado (PM)	Criados 368 postos e pontos de atendimento bancário nas instalações de clientes pessoas jurídicas selecionados, alcançando um total de 4.480 postos e pontos de atendimento bancário	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Penetração de mercado (PM)	O Bradesco possui a maior rede bancária do setor privado no Brasil. No exercício de 2010, o Bradesco cresceu em 174 agências	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Penetração de mercado (PM)	Acordo Operacional para Oferta de Cartões de Crédito e Outros Produtos Financeiros, que tem por objeto regular a oferta de cartões co-branded e outros serviços financeiros correlatos	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2015

	relacionados à marca “Casas Bahia” pelo Bradesco									
Penetração de mercado (PM)	Parceria estratégica com a RCB Investimentos S.A. (“RCB”), uma das principais empresas do mercado de gestão e recuperação de créditos no Brasil, e com sua controladora PRA Group Brazil Investimentos e Participações, empresa do PRA Group Inc	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2018
Penetração de mercado (PM)	Contrato de Prestação de Serviços de Intermediação, Captação, Indicação e Manutenção de Estabelecimentos Comerciais em 29 de dezembro de 2021 (“Contrato” ou “Transação”) com sua coligada, Cielo S.A. (“Cielo”)	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2021
Penetração de mercado (PM)	Inaugurada a segunda Agência Digital, voltada para clientes que costumam utilizar, exclusivamente, os canais digitais para suas operações. Além de limites personalizados, o cliente conta com atendimento em horário estendido, das 7h00 à 00h00, por telefone, e-mail, vídeo atendimento, com equipe de consultores especializado	Específica	Retrata a oportunidade do grupo econômico, a partir do braço da .tec, levar sua expertise de automação comercial e bancária para outros países da América Latina. Com destaque para o atendimento de empresas no México. (Fonte: Relatório anual 2012)	N	S	N	Especificamente, a .tec ampliou sua linha de produtos de computação, a partir da inovação embarcada em software de gestão empresarial, integração de tecnologia para o varejo e distribuição de impressoras.	RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016

Penetração de mercado (PM)	frota de 18 Caminhões-Agências, uma solução inovadora cujo objetivo é auxiliar na melhoria do atendimento aos clientes e à população em geral	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Penetração de mercado (PM)	iniciativa pioneira da Caixa para atender às comunidades ribeirinhas e de localidades distantes, foi inaugurada no trimestre a segunda agência barco que recebeu o nome de Ilha do Marajó, a embarcação supre as carências de atendimento bancário impostas pelas dificuldades naturais da região	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Penetração de mercado (PM)	Expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina.	Genérica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2012	2012
Penetração de mercado (PM)	Começou a funcionar nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, o atendimento eletrônico por meio de comando de voz no Fone Fácil Bradesco	Específica	Aumento da rede de atendimento ligadas à plataformas digitais e atendimento telefônico.	N	N	S	Indícios de transformação digital voltado à atender os clientes de modo virtual.	RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Penetração de mercado (PM)	4 grandes Plataformas Digitais, que atendem clientes dos Segmentos Exclusive e Prime convidados pelo Banco e os que solicitaram a migração para as unidades em função do seu perfil de relacionamento ser prioritariamente digital.	Genérica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018

Penetração de mercado (PM)	Programa Speed – esse é um programa de fidelidade para lojistas, com o intuito de intensificar seu relacionamento com o Itaú	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2022
Penetração de mercado (PM)	Capilaridade da rede de agências	Genérica	Essa menção exemplifica o quesito de expansão geográfica como forma de aumentar seu desempenho. Presença desde 2011, com a abertura de capital da subsidiária mexicana do Santander, do Banorte, da Cementos Argos e a oferta inicial da Arcos Dorados. "É muito importante ter presença local", afirma Fernando Iunes, diretor do banco de investimentos. (Fonte: Valor Econômico 2013).https://valor.globo.com/financas/noticia/2013/11/05/bancos-brasileiros-disputam-negocios-na-america-latina.ghtml. A estratégia de atuar com o microcrédito reflete o papel do grupo econômico como agentes transformadores da sociedade. Tendo em vista que o microcrédito reforça a visão de sustentabilidade e aumenta a capacidade de transmitir conhecimentos	N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Penetração de mercado (PM)	A maior instituição financeira da América Latina, segundo ranking da consultoria Economática, com base em 31/12/2010	Genérica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Penetração de mercado (PM)	A rede de distribuição de Varejo (incluindo as agências estilo e alta renda), principal responsável pelo relacionamento com clientes Pessoa Física e Micro e Pequenas Empresas (MPE), encerrou 2010 com 4.971 agências	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Penetração de mercado (PM)	A partir de 1º de janeiro de 2012, pelo prazo de cinco anos, o BB terá acesso à rede de distribuição dos Correios, com 6.195 pontos presentes em 95% dos municípios brasileiros.	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2011
Penetração de mercado (PM)	Recebeu autorização do Federal Reserve Bank (FED) para adquirir a totalidade do capital social e votante do EuroBank, Banco com sede na Flórida (EUA	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012

Penetração de mercado (PM)	Estabelecimento de parcerias estratégicas	Genérica	em educação financeira. Fonte: Relatório Anual Itaú 2015. Este movimento de compra de um banco, ajuda a empresa a expandir oferecendo seus produtos existentes para novos clientes do mesmo mercado, mas não necessariamente de maneira digital. O objetivo dessa compra é originar 12 bilhões de reais em novos financiamentos com desconto em folha de pagamento nos próximos dois anos (Fonte: revista exame 2012). Essa menção refleto o foco do grupo econômico em se fazer presente, expandindo sua área de atuação presencial, na oferta de seus produtos. Em 24 de setembro de 2012, o Itaú Unibanco adquiriu 100% do capital social da Redecard. Em 18 de outubro do mesmo ano, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) aprovou o pedido de cancelamento do registro da Redecard como companhia aberta, deste modo, oItaú Unibanco pode expandir seus negócios com a oferta de produtos e serviços financeiros a outros	N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013
Penetração de mercado (PM)	Parceria com a Votorantim Finanças e o Banco Votorantim (“BV”) para a ampliação da capacidade comercial e de prospecção de novos negócios por correspondentes bancários, com foco em Crédito Consignado	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2014
Penetração de mercado (PM)	Investidos no Pilar Atacado, no Plano de Investimentos Fixos - PFix R$ 3.358 mil na expansão e adequação de instalações físicas de unidades especializadas no atendimento ao segmento de médias e grandes empresas. Esses valores foram utilizados na instalação de 01 nova agência Corporate em Campinas (SP), na relocalização e sua adequação ao novo padrão visual de 01 agência Corporate e 02 agências Empresariais, e ainda, na realização de pequenas reformas e benfeitorias em 08 plataformas empresariais	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2015
Penetração de mercado (PM)	Assinou acordo para a continuidade da distribuição de produtos eserviços do BB na rede de atendimento da Empresa Brasileira de Correios eTelégrafos (Correios) pelo	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2016

	prazo de até 36 meses da sua assinatura.		municípios brasileiros, onde até então não havia agência física (Fonte: Relatório anual 2012). Essa menção reforça a inteção do grupo econômico em expandir seus negócios atuais para outros países. Segundo o presidente, "o Itaú pretende ampliar operações no Peru, Colômbia e México, país no qual tem projetado instalar uma corretora". Bracher apontou que 30% da equipe do Itaú BBA está operando no exterior. (Fonte: Época Negócios 2013). Esta fusão tem indícios de ser um movimento tradicional tendo em vista que documentos disponíveis na internet demonstram que o objetivo do adquirente com a aquisição era apenas expandir a escala em mercados onde já se atuava, vide afirmação do presidente: "“Vemos todas as condições para a expansão – este é um trampolim para oportunidades de negócios no Chile, Colômbia, Peru e América Central”,							
Penetração de mercado (PM)	Criadas 42 novas Agências Empresas, até outubro, transformadas 333 agências em Postos de Atendimento Avançado (PAA) e outros 49 PAAs em agências.	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2019
Penetração de mercado (PM)	Aquisição de 100% do capital social do HSBC Bank Brasil S.A. – Banco Múltiplo e HSBC Serviços e Participações Ltda. (em conjunto “HSBC”)	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2015
Penetração de mercado (PM)	Aprovado o Instrumento de Protocolo e Justificação de Incorporação entre o Banco Bradesco BBI S.A. (Sociedade Incorporadora) e Banco Boavista Interatlântico S.A. (Sociedade Incorporada), firmado em 28 de novembro de 2017	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018
Penetração de mercado (PM)	Firmado Instrumento de Protocolo e Justificação de Incorporação da Kirton Administradora de Consórcio Ltda., pela Bradesco Administradora de Consórcios Ltda., mediante versão de parcela do Patrimônio Líquido da Kirton Consórcio para a Bradesco Consórcios	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018

Penetração de mercado (PM)	Caixa deu continuidade ao projeto de expansão de rede, facilitando o acesso da população aos seus serviços e produtos, alcançando novos mercados e promovendo a inclusão bancária	Genérica	disponível em: https://veja.abril.com.br/economia/fusao-com-o-corpbanca-e-a-maior-ja-feita-pelo-.-fora-do-pais/. Essa mençãoé reforçada pela estratégia de crescer fora do Brasil, de reduzir a dependência no mercado doméstico, utilizar sua presença em mercados como Chile e Colômbia para sustentar sua receita frente a desvalorização do real. Fonte: Revista Exame 2015. link: https://exame.com/negocios/.-se-protege-do-real-com-carteira-externa-de-credito. A menção destaca que o banco prioriza o crescimento com os atuais produtos em mercados estratégicos. O banco informou que "está continuamente analisando potenciais operações que agreguem valor aos nossos acionistas". Fonte: G1 2013. Essa aquisição, reforça a operação do Itaú Unibanco, com maior potencial de	n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Penetração de mercado (PM)	Em junho de 2020 foi criada uma unidade executiva dedicada exclusivamente à estratégia de clientes da baixa renda	Específica		n	n	n		RI	Relatório Integrado Caixa 2021	2020
Penetração de mercado (PM)	Internacionalização dos negócios.	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Penetração de mercado (PM)	Microcrédito, a partir da concentração geográfica do agente de microcrédito	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Penetração de mercado (PM)	Criação do Banco Itaú BMG Consignado S.A., decorrente da associação com o Banco BMG, voltado para a oferta, distribuição e comercialização de créditos consignados no Brasil.	Específica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2012	2012
Penetração de mercado (PM)	Oferta de produtos e serviços integrados, expansão dos negócios nos municípios brasileiros	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2012	2012

Penetração de mercado (PM)	Internacionalização Itaú Unibanco, banco líder na América Latina.	Genérica	crescimento nas atividades de prospecção e avaliação de portfólios, estruturação de operações e gestão operacional, de pessoas físicas até créditos corporativos, com instituições financeiras e não financeiras. fonte: Exame.com 2016. Essa menção destaca um movimeto tradicional de aquisição, a fim de manter a liderança do grupo econômico entre os bancos privados nas operações de empréstimo consignado.Fonte: Valor econômico 2016. link https://valor.globo.com/financas/noticia/2016/12/28/.-conclui-aquisicao-de-fatia-do-bmg-no-.-bmg-consignado.ghtml. Essa menção trata de aquisição de empresa atuante no mesmo segmento e com os mesmos produtos: empréstimos, depósitos, cartões de crédito, agências, gestão de recursos e corretagem de seguros. Segundo o diretor de Relações com Investidores do Itaú Unibanco, "Por meio desta	n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2013	2013
Penetração de mercado (PM)	Fusão com o CorpBanca,objetivo de crescimento dasoperações América Latina.	Específica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2015	2015
Penetração de mercado (PM)	Itaú Unibanco, expandir sua presença na América Latina, colocando o banco em posição de destaque no Chile e na Colômbia, bem como diversificando sua atuação na região.	Específica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2015	2015
Penetração de mercado (PM)	Aquisição de Ações e de Quotas do Banco Credicard S.A. (“Credicard”) e da Credicard Promotora de Vendas Ltda. (“Credicard Promotora”).	Específica		n	n	n		B3	Formulário de Referência - 2016 - V7	2016
Penetração de mercado (PM)	Aquisição de participação na Recovery do Brasil Consultoria S.A.	Específica		n	n	n		B4	Formulário de Referência - 2017 - V10	2017
Penetração de mercado (PM)	Aquisição de participação societária do Banco BMG S.A.(“BMG”) no Banco Itaú BMG Consignado S.A.	Específica		n	n	n		B5	Formulário de Referência - 2017 - V10	2017
Penetração de mercado (PM)	Aquisição dos negócios de varejo conduzidos pelo Citibank no Brasil, assim como as participações societárias na Tecban - Tecnologia Bancária S.A. (“Tecban”) e na Cibrasec –	Específica		n	n	n		B6	Formulário de Referência - 2017 - V10	2017

	Companhia Brasileira de Securitização.		operação, reafirmamos nossa confiança no futuro do Brasil e reforçamos nosso compromisso com o mercado financeiro brasileiro, com a satisfação de nossos clientes e criação de valor para nossos acionistas". Fonte: GZH 2016.							
Penetração de mercado (PM)	Para aumentar a nossa base de clientes, criamos uma estratégia de captação de clientes baseada no “gerente de aquisição”, um profissional totalmente dedicado a captação de clientes e desenvolvimento de negócio	Específica		n	n	n		B7	Formulario referencia . B3	2022
Penetração de mercado (PM)	Para pequenas empresas apresentamos em 2021 uma nova experiência para os nossos clientes com a criação de Centros de Negócios. Esses centros oferecerão aos nossos clientes diversos especialistas no mesmo espaço físico. Além de alojar várias agências em um mesmo prédio, esses centros também oferecerão especialistas em reestruturação de produtos, crédito e débito, que estarão disponíveis para dar suporte aos clientes e aos nossos gerentes de relacionamento para assegurar um ambiente bancário completo. Esses Centros de Negócios estarão disponíveis nas principais cidades do país, três deles já abertos em 2021.	Específica		n	n	n		B8	Formulario referencia . B3	2022

Penetração de mercado (PM)	Uma das ações que se destacaram neste ano foi a inauguração da nossa agência na Vila Cruzeiro, em dezembro, onde a comunidade local passou a contar com serviços e produtos bancários, além de um espaço para cursos, capacitações e oficinas culturais	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Penetração de mercado (PM)	Em 2013, inauguramos um posto de atendimento na comunidade de Paraisópolis, em São Paulo, uma comunidade de baixa-renda em São Paulo.	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Penetração de mercado (PM)	Com a estratégia de fazer investimentos crescentes no agronegócio, continuamos expandindo nossa rede de lojas Agro em todo o país e oferecendo uma gama completa de produtos e serviços voltados para o setor. Somente em 2018, inauguramos 7 novas lojaS	Específica		n	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2019	2018
Penetração de mercado (PM)	Seguimos ampliando nossas lojas especializadas, com as novas filiais da unidade de negócios Prospera Santander Microfinanças e as Lojas Agro. Assim, nos colocamos ainda mais próximos do consumidor para atendê-lo cada vez melhoR	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Abordagem automatizada e contratação por meio de terminais de autoatendimento e internet, com agilidade e segurança	Específica	Essa menção destaca o desenvolvimento de novo produto a partir do uso da tecnologia. Este serviço, lançado em parceria com o	S	N	N	Essa menção celebra o início do processo de digitalização do grupo econômico, à medida que tecnologias de comunicação	B3	Formulario referencia BB B3	2011

Desenvolvimento de produto (DP)	Primeira instituição bancária de varejo das Américas e do hemisfério sul e a décima do mundo a obter a certificação ISO 20.000 em tecnologia, segundo dados do IT Service Management Forum	Específica	Vivo em 2009, equipou os chips da operadora com um aplicativo específico do Itaú Unibanco que permite transações via smartphones. "Tivemos um crescimento de 600% do mobile banking no primeiro semestre, dentro da faixa de clientes Personnalité, que são os de renda mais elevada", afirma o diretor de canais de atendimento do banco, Ricardo Guerra. Fonte: Teletime 2011. link: https://teletime.com.br/27/09/2011/.-unibanco-testa-servicos-de-mobile-bank-e-pagamento-movel/. Essa menção destaca o desenvolvimento de novo produto a partir do uso da tecnologia. Este serviço, lançado em parceria com o Vivo em 2009, equipou os chips da operadora com um aplicativo específico do Itaú Unibanco que permite transações via smartphones. "Tivemos um crescimento de 600% do mobile banking no primeiro semestre, dentro da faixa de clientes Personnalité, que são os de renda mais elevada", afirma	S	N	N	móvel, embarcadas em smartphones e tablets, fiquem mais acessíveis, o banco confia na adesão dos correntistas ao serviço. Essa menção celebra o início do processo de digitalização do grupo econômico, à medida que tecnologias de comunicação móvel, embarcadas em smartphones e tablets, fiquem mais acessíveis, o banco confia na adesão dos correntistas ao serviço. Com a digitalização dos negócios e operações, houve redução do consumo de papel frente ao uso das mídias digitais.Também houve incentivo ao uso da fatura digital, para o cartão de crédito, com a inibição da postagem em papel e envio de alertas por e-mail e SMS. Fonte: Melo *et al.*, 2016. Essa digitalização no uso dos cartões, necessitou investimento de cerca de R$ 500 milhões em tecnologia e aproximadamente R$ 12 bilhões no fechamento de capital de sua subsidiária. O que propiciou uma estrutura mais integrada de meios de	B4	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Processo de reestruturação do modelo de atuação do Banco do Brasil nos negócios de seguridade	Específica		S	N	N		B5	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Ampliado sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais	Genérica		S	N	N		B6	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Está em processo de homologação o "Termo de Autorização para recebimento de e-mail", cujo objetivo é dar transparência ao relacionamento via e-mail e aumentar a conscientização do cliente sobre as regras de uso e características das mensagens. O termo estará disponível para os clientes no Autoatendimento BB pela Internet (APF) e para o gerente na Plataforma de Negócios	Específica		S	N	N		B7	Formulario referencia BB B3	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Racionalização de processos e equilíbrio no âmbito de atuação das Vice-presidências, foi aprovada, pelo Conselho de Administração, adequação da sua estrutura organizacional	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Programa BB Investimentos Agro em evento público online. A finalidade do Programa é intensificar a atuação em linhas de investimentos relacionadas ao Agronegócio, com foco na inovação e na sustentabilidade, além de trazer apoio aos produtores de café e de outras lavouras afetadas pelas geadas.	Específica	o diretor de canais de atendimento do banco, Ricardo Guerra. Fonte: Teletime 2011. link: https://teletime.com.br/27/09/2011/.-unibanco-testa-servicos-de-mobile-bank-e-pagamento-movel/. Essa menção espelha o compromisso do grupo econômico com a sustentabilidade, redução do uso de papel (representou a redução de cerca de 7 milhões de folhas de papel pelo banco), que representa redução de 24,8 toneladas de CO^2. Além da preocupação com o meio ambiente, isso representa economia financeira e de tempo na execução do processo. Fonte: Relatório anual de sustentabilidade 2011. Essa menção destaca a reestruturação da empresa. A mudança no produto se faz com a amplitude de uso nos canais digitais para a realização das transações. Um exemplo é a solução Mobile Rede, que envolve um aplicativo por meio do qual é possível efetuar pagamentos via smartphone ou tablet. Fonte:Febrafar	S	N	N	pagamento e com maior alcance. “A gente tem tudo para ocupar um market share maior que o atual”, disse Maluhy Filho, diretor-executivo da área de Cartões do Itaú Unibanco. Fonte: Febrafar 2013. Essa digitalização no uso dos cartões, necessitou investimento de cerca de R$ 500 milhões em tecnologia e aproximadamente R$ 12 bilhões no fechamento de capital de sua subsidiária. O que propiciou uma estrutura mais integrada de meios de pagamento e com maior alcance. “A gente tem tudo para ocupar um market share maior que o atual”, disse Maluhy Filho, diretor-executivo da área de Cartões do Itaú Unibanco. Fonte: Febrafar 2013.	RI	Comunicado ao mercado BB RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 04 de junho de 2010, o Bradesco concluiu a aquisição da compra do Ibi México e da RFS Human Management. O negócio incluiu a parceria de 20 anos com a C&A mexicana para a venda de produtos e serviços financeiros com exclusividade nas lojas da rede	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	A partir de outubro de 2010, o processamento dos cartões de crédito do emissor, nas bandeiras Visa e Mastercard, passou a ser efetuado pela subsidiária Fidelity Processadora e Serviços S.A	Específica		S	N	N		B4	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 31 de dezembro de 2010, o Bradesco tinha registrado mais de 78 parceiros com cartões co-branded, afinidade e private label/híbridos. A oferta de cartões de crédito a esse público integra a estratégia de relacionamento com o cliente, disponibilizando produtos bancários, como seguros e	Específica		S	N	N		B5	Formulario referencia Bradesco B3	2011

	financiamentos aos associados dos cartões de crédito		2013. Essa menção reconhece a preocupação do grupo econômico em andar na vanguarda com projetos e equipes que superaram desafios excepcionais, com novos caminhos para a inovação do setor, devido a necessidade de data centers que ofereçam serviços resilientes, seguros, eficientes e ágeis. Isso reforça o compromisso do grupo econômico com a segurança dos dados e capacidade de processamento, Segundo Rooney Silva, diretor de infraestrututra de TI do .- Unibanco, o espaço estará em sintonia com as mais avançadas certificações de segurança física e de infraestrutura. "Internamente, haverá cinco níveis de segurança. Fonte: Valor Econômico 2013. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/29/bancos-apostam-em-estrutura-propria-para-obter-seguranca.ghtml							
Desenvolvimento de produto (DP)	O Bradesco é pioneiro entre os bancos no Brasil no uso do sistema de leitura biométrica	Específica		S	N	N		B6	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Opção para investimento em ações por meio do Bradesco Home Broker Universitário, que conta com os serviços de cotações on-line, TV Home Broker, com programação diária, análises, recomendações, cursos on-line, além de permitir negociações através do aplicativo Bradesco Trading para iPhone, iPad e iPod Touch.	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Internet Banking foi totalmente reformulada. Além de novos serviços, como aquisição online de títulos, consultas de extrato detalhado e alteração da data de débito, a página apresenta interface otimizada e de fácil navegação	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Site para aposentados, onde eles podem ter acesso aos produtos e serviços voltados para o seu perfil, conferir descontos exclusivos em medicamentos, pacotes de viagens,	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015

	ingressos de espetáculos e outras atividades de cultura e lazer									
Desenvolvimento de produto (DP)	Aplicativo Bradesco Cartões, que oferece serviços como visualização da data de vencimento, melhor data de compra, extrato, limite de compra e saque, código de barras para pagamento, aviso de viagem, desbloqueio e gráfico de gastos. A inovação está disponível para os clientes pessoa física, portadores de cartões de crédito Bradesco e BradesCard correntista e não correntista, titular e adicional, que possuem celular com sistema operacional iOS ou Android;	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Os clientes PF podem renegociar de forma online, via Internet Banking, os seus débitos, simular o pagamento em parcelas, escolher a data para o 1º pagamento e ainda contar com opções para pagamento do valor total ou em parcelas, via débito em conta ou boleto de cobrança	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016

Desenvolvimento de produto (DP)	A BIA (Bradesco Inteligência Artificial) foi expandida e agora atende os clientes diretamente pelo celular, respondendo dúvidas sobre produtos e serviços do banco de forma rápida e interativa. A solução, baseada em inteligência artificial, está disponível nos aplicativos Bradesco Celular, Exclusive e Prime	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	No ramo de seguros, o usuário pode acompanhar o status das solicitações de procedimentos médicos pelo App da Bradesco Seguros e pelos sites segurado e concierge	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Houve ampliação do número de clientes realizando atividades de banking e aumento significativo no número de transações pelo internet banking e mobile.	Genérica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Negócios Remotos – Disponibilizamos 36 mil gerentes de conta equipados e prontos para realização de negócios e transações, oferecendo consultoria a clientes por áudio ou vídeo conferência, auxiliando a vida financeira dos clientes e apoiando com crédito e alongamento de dívidas	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	Transformação de agências em unidades de negócios que possuem uma estrutura mais leve, se comparada à de uma agência, possibilitando reduzir o custo de servir	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	O processo de digitalização e engajamento do Mobile já vinha em forte crescimento nos últimos anos. A pandemia pressionou pessoas e empresas a desafiar modelos tradicionais e sua própria velocidade de transformação	Genérica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Digitalizamos nosso atendimento humano, seja um RM (Relationship Manager) de Atacado, um gerente de agências ou um parceiro correspondente	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	No site da Ágora, temos o Ágora scan que, baseado no portfólio, histórico e perfil de investidor do cliente e com uso de inteligência artificial, exibe uma lista personalizada de produtos que mais se encaixam com o seu perfil, considerando seus objetivos e momentos de vida	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Inovações analíticas, pautadas numa miríade de novas informações processadas em tempo real e que combinadas com jornadas digitais mais intuitivas, vem proporcionando originações mais rentáveis, bem como um acesso mais fluído dos clientes para reorganização dos seus contratos	Genérica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos nos canais digitais (APP Bradesco Celular e Internet Banking) o produto de pagamento mensal de R$ 10,00, atendendo todos os perfis de clientes, auxiliando-os com o hábito de guardar dinheiro e concorrer a sorteios, contribuindo com a educação financeira.	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Firmou parceria estratégica com o Banco Votorantim S.A. (“banco BV”) para a formação de uma gestora de investimentos independente, que terá marca própria, a ser definida.	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Nova versão do aplicativo Grupo Bradesco Seguros, que incorpora novas funções e evolução em usabilidade	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Nova subhome de cartões no App, solução que impulsionou o número de acessos à aba desde a implantação	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Captura de feedbacks dos clientes dentro do App Bradesco também foi reestruturada, de forma a gerar ainda mais insights voltados à melhoria da experiência	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Transformamos a BIA em um canal para avisos de mensagens de segurança. Via WhatsApp, ela entra em contato com o cliente em casos de suspeita de fraude de cartão de crédito. A novidade, implantada no início de outubro e inicialmente disponívelapenas para clientes PF, aproxima ainda mais a BIA do cliente, levando mais segurança e agilizando a comunicação e manifestação em casos de suspeita de fraude	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Gastos realizados e pagos com cartão de crédito, sejam convertidos em 1% de Investback na Ágora. E para que ele possa se organizar ainda mais com seus gastos, é possível demonstrar na fatura atual, o descritivo dos parcelados das próximas faturas, além do somatório do total de parcelados por vir.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Bancos da Empresa, que ajuda o cliente PJ na gestão e na tomada de decisões do negócio. Pode ser utilizada no celular e computador por uma base de clientes elegíveis com até 4 contas Bradesco. Com ela é possível acompanhar em um só lugar as movimentações bancárias da empresa de todas as referidas contas, e em breve, de outras instituições também. O serviço possibilita uma visão consolidada e individual de saldo, extrato e limite, e de operações de financiamento e empréstimos	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo Ágora Token, o cliente tem muito mais segurança e facilidade de acesso aos seus dados.	Genérica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Ágora Infinite, o cartão de crédito que, entre os benefícios, concede 50% de desconto na taxa de corretagem para operações no mercado à vista via app Ágora ou Home Broker	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	App Bradesco com a opção “Meus bancos”, o Cliente Pessoa Física pode agregar suas informações financeiras e, assim, conseguir consultar as principais informações de todas as suas contas no Bradesco e em outros bancos	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Atendimento SAC em Libras por vídeo chat no site do Bradesco, especialmente direcionado a pessoas surdas ou portadoras de deficiência auditiva.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Função 'liga/desliga' para os cartões contactless (pagamentos por aproximação), permitindo ao cliente utilizar ou não o recurso; o serviço de contestação de despesas não reconhecidas diretamente no App cartões - disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	comercialização da Mega-Sena em ambiente virtual, por meio do Internet Banking CAIXA	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Em outubro foi lançado o Atendimento CAIXA ao Cidadão por meio do 0800 726 0207, novo canal com foco em serviços de cidadania	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2012, a CAIXA disponibilizou os serviços do FGTS no internet banking para todos os correntistas	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	O novo site, lançado em 11 de janeiro, possui navegação mais dinâmica e conteúdo mais objetivo	Genérica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	lançou aplicativo Bolsa Família para celular	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2015

Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamento do aplicativo CAIXA Tem	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Transferência de Limite - opção, por meio da qual o cliente que possui mais de uma conta de cartão de crédito ativa e cadastrada no App poderá realizar transferência de limites entre um cartão e outro;	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Rastreamento de Cartões - acompanhamento, pelo App, do status de envio da nova via de cartão de crédito	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Perfil de Gastos - gerenciamento de faturas com a apresentação gráfica das principais categorias de estabelecimentos (restaurante, saúde, supermercado, etc.) onde os gastos estão concentrados com os respectivos valores e percentuais	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Estratégia de lançamento do produto Antecipação do Saque Aniversário FGTS - Linha de crédito destinada a clientes Pessoa Física que optaram pelo Saque Aniversário FGTS, modalidade de saque anual do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, instituído pela Lei nº 13.932, e que indicaram a CAIXA para receber o recurso. Baseado em uma visão cliente, a operação foi implantada em	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020

	jornada CAIXA de contratação 100% digital;									
Desenvolvimento de produto (DP)	A ampliação do App Loterias para o sistema operacional Android, a partir de novembro de 2020, além da plataforma iOS, atrelado ao contexto de pandemia que demandou maior procura por serviços on-line	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	O portal 'CAIXA com sua Empresa' disponibiliza informações de produtos e serviços e solicitação de crédito por meio digital	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	A CAIXA bateu a marca de R$ 1,8 bilhão em contratações pelo App Habitação desde a expansão da utilização do aplicativo, em agosto de 2020	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Integrado Caixa 2022	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, desenhamos jornadas digitais voltadas para a implementação de melhorias ou para os novos produtos digitais da CAIXA. Atuamos nas demandas de comunicação digital e na gestão do Portal da CAIXA	Específica		s	n	n		RI	Relatório Integrado Caixa 2022	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	As carteiras das agências digitais, os canais remotos de atendimento, incluído o Whatsapp, e as jornadas digitais de contratação e manutenção de uma série de produtos e serviços, contribuindo para a redução do fluxo de clientes nas agências, sobretudo em um cenário impactado pelas medidas de isolamento social.	Específica		s	n	n		RI	Relatório Integrado Caixa 2022	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Ampliação de Canais: viabilizada a contratação do Crédito Pessoal – Saque-Aniversário no App CAIXA Tem	Específica		s	n	n		RI	Relatório Integrado Caixa 2022	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Ao final de 2011, aproximadamente 100 mil clientes já haviam aderido ao extrato em PDF	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Ao final de 2011, aproximadamente 100 mil clientes já haviam aderido ao extrato em PDF	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Simplificação de formulários para Proposta de Abertura de Conta (PAC) e de Câmbio	Específica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Reposicionamento da marca Rede no mercadode captura de cartões, com múltiplas soluções emtodas as plataformas digitais.	Específica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2014	2014

Desenvolvimento de produto (DP)	DatacenterDynamics Awards – Melhor Projeto de Transformação em Data Center,	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2014	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Novas Plataformas - Personnalité Digital e Uniclass Digital – nestas novas plataformas, o atendimento é feito online. Os gerentes atendem remotamente a necessidade dos clientes, estando disponíveis em horários diferenciados das agências físicas.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio Demonstrações Contábeis Completas 2015	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	APP Itaú Tokpag – Aplicativo inovador que visa simplificar a vida dos correntistas ao permitir o envio de recursos para os contatos da sua lista de celular com apenas um toque de forma rápida e segura	Específica		s	n	n		RI	Relatorio Demonstrações Contábeis Completas 2015	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo recurso: no nosso aplicativo, os clientes encontram um novo recurso para ajudá-los a comprar um consórcio. Eles só precisam preencher um formulário e receberão uma ligação oferecendo as melhores opções para eles.	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Santander Reward", um cartão que oferece crédito em moeda de uma parte dos valores gastos pelos clientes em seus cartões de crédito ("cash back")	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2011

Desenvolvimento de produto (DP)	Um dos avanços operacionais foi a digitalização de documentos. Todas as agências e PABs receberam equipamentos, o que economiza custos e tempo com correio e malotes	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	As primeiras experiências de venda de seguros on-line já foram feitas em 2011, com grande procura pelas ferramentas de simulação.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	O projeto, chamado Santander 3.1, foi lançado em 2011 e prevê um conjunto de ações que envolvem as diversas áreas do banco. Na prática, queremos ser um banco mais simples e ágil em tudo o que faz, que trabalha de forma eficiente e com qualidade, sempre com gestão integrada e uma execução impecável	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos também o Canal Santander Responde, que traz, entre outros conteúdos, 34 vídeos que buscam orientar o cliente a utilizar o banco da melhor forma	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Canais agência, cartões e call center, além do atendimento do SAC, foram os que mais impulsionaram essa retomada de crescimento	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012

Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2012, o site foi reformulado para atender melhor as necessidades desse público, tornando-se muito mais simples e rápido. Nesse novo formato, os investidores dispõem de ferramentas que facilitam a rápida identificação das informações: um sistema de busca mais eficiente e o Top 5, que é um espaço na home principal no qual rapidamente se identificam as últimas cinco atualizações do site e também os cinco temas mais acessados pelo público em geral	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Outra novidade tecnológica foi a parceria firmada com a empresa sueca iZettle para pagamento por meio de dispositivos móveis	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, também iniciamos uma parceria com iZettle, uma empresa de pagamentos móveis sueca, para oferecer leitores de crédito e débito que permitem que indivíduos e pequenas empresas aceitem pagamentos com cartão em seus smartphones ou tablets.	Específica		s	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2014	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, concluímos a construção do nosso novo centro de dados, localizado em Campinas , que acreditamos ser	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014

	o maior centro de tecnologia na América Latina, com 800 mil metros quadrados										
Desenvolvimento de produto (DP)	Implantação do acesso por CPF ao Mobile, ao InternetBanking e ao Call Center; e no lançamento do novo aplicativo de mobile banking, mais intuitivo e completo	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos um novo aplicativo para clientes pessoa física	Genérica		s	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Programa Avançar, que oferece acesso a cursos online, ferramentas para contratar e reter talentos e apoio à internacionalização de negócios utilizando nossa experiência internacional	Específica		s	n	n		B4	Formulario referencia Santander B3	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2015, lançamos Santander AutoCompara (www.autocompara.com.br), uma ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis através de várias companhias de seguros	Genérica		s	n	n		B5	Formulario referencia Santander B3	2016

Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2015 , realizamos melhorias adicionais na experiência do usuário, por meio de simplificação das funcionalidades intuitivas, bem como colocando à disposição dos nossos Clientes o acesso às suas informações consolidadas através de determinados smartphones.	Genérica		s	n	n		B6	Formulario referencia Santander B3	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2016, nós também introduzimos o ContaSuper, um modelo de cartão pré-pago, o qual é totalmente digital e amigável ao usuário	Específica		s	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2016	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2016, nós introduzimos nosso novo portal interativo de recursos humanos, que inclui novas ferramentas, tais como gerenciamento de horas trabalhadas, informações da equipe e alertas personalizados	Específica		s	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2017	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançou o Atendimento Digital Empresas para atender empresas com faturamento anual de até R$300 mil, para as quais a Companhia disponibiliza oferta simplificada e gerentes de relacionamento exclusivos	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2017

Desenvolvimento de produto (DP)	Realizamos um trabalho para redução de reclamações, que contou com ações relacionadas a cartões de crédito voltadas a digitalização do cliente, fomento na utilização do aplicativo Santander Way, melhorias no processo de aquisição, além de revisão do roteiro de vendas e comunicação da anuidade do cartão Free; lançamento não reconhecido; e centrais de atendimento com maior estabilidade dos canais, por exemplo. Essas ações contribuíram para reduzimos em 29% as reclamações no canal de atendimento SAC.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Em novembro de 2018, lançamos a nova assistente virtual do Santander com inteligência Artificial e em Novembro do mesmo ano, fizemos o rollout para toda Rede de Agências	Específica		s	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2018	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2018, definimos o padrão de armazenamento de dados, iniciamos o processo de normatização para os canais internet/mobile banking e aplicamos a auto recuperação de serviços por desvio de comportamento (early detection)	Específica		s	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2019	2018

Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2019, os gastos com papel e impressões diminuíram cerca de 73% em comparação com o ano anterior. Essa redução ocorreu devido às revisões de processos, que contam com ações de digitalização de produtos e otimização de comunicações para clientes	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Digitalização de Documentos e Manutenção de Registros Instituições financeiras e outras instituições autorizadas a operar pelo Banco Central do Brasil estão autorizadas a manter em seus registros os documentos digitais, ao invés dos documentos físicos, contanto que determinados requisitos para garantir a autenticidade e validade dos documentos sejam atendidos.	Específica		s	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Digitalização: solução de assinatura digital que possibilitou tornar 100% online a contratação de operações como capital de giro e preventivos.	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos os sites “Superamos Juntos” e “O Santander te apoia”, que reuniram recursos e iniciativas relacionadas com o nosso negócio	Específica		s	n	n		OUTROS	Outros	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamento do SX, que nos diferencia da solução de pagamento instantâneo	Específica		s	n	n		OUTROS	Outros	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	Adoção de metodologias de análise de crédito com alto grau de automatização, propiciando decisões mais rápidas das solicitações de empréstimos;	Específica	A menção destaca um novo modelo de caixa eletrônico, desenvolvido e patenteado pela própria .tec. A empresa oferece um novo formato de segurança e interação para os clientes. De acordo com Denise Damiani, vice-presidente de Automações da .tec, este novo ATM diminui as chances de ocorrer arrombamentos em caixas, os clientes sentirão mais segurança nas transações, pois supostamente não há como fraudar ou clonar um cartão nesse sistema. Fonte: Ciab Febraban 2011. A menção retrata um novo produto disponibilizado pelo grupo econômico aos clientes, por ser um procedimento regulamentado desde em 2004, é um processo que surge como alternativa a tradicional de assinatura manual nos contratos. Fonte: Abud, 2011. A empresa se beneficia deste acordo pois com isso conseguirá realizar automação bancária de maneira mais eficiente e em maior escala por vias digitais. Com esse acordo se	N	S	N	No que se refere a digitização, a menção retrata a oportunidade de interação com os clientes, visto que o novo produto traz consigo uma nova tecnologia, chamada pelo Itaú de “contactless, que transmite os dados do cartão por aproximação. Com as automações dos ATM,as funções selecionadas não podem ser vistas por outras pessoas senão o próprio cliente, não há reflexos na tela e a disposição da mesma impossibilita um raio de visão mais amplo. As mudanças nos ATMs também melhoraram os processos internos do banco, quanto a controles de tesouraria. Fonte: Ciab Febraban 2011. Esse novo produto apresenta um novo modelo de trabalho, com criptografia, funções de hash, certificados digitais e infraestrutura de chave pública. Fonte: Abud, 2011. Essa menção se apoia na digitização, devido aempresa parceira trabalhar com caixas eletrônicos “recicladores” de cédulas, tecnologia essa inédita à	B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Utilização, por meio das micro e pequenas empresas, do Gerenciador Financeiro (Internet Banking),	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Implementando soluções como racionalização dos processos de vendas, revisão do modelo de suporte operacional, implementação de sistema integrado de logística, instalação de complexo Datacenter e implementação de nova Governança de TI	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Incrementar suas receitas globais com cartões por meio da obtenção de ganhos de eficiência operacional em logística e desenvolvimento tecnológico, do estímulo à utilização desse meio de pagamento, do lançamento de novas linhas, como o Ourocard Visa Travel Money, e da expansão da base de cartões	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 31 de dezembro de 2010, os canais automatizados responderam por 93,0% do total de transações.	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Sistema de comércio eletrônico desenvolvido pelo Banco do Brasil em 2001 e	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012

	disponibilizado para o setor público realizar compras e contratar serviços por meio eletrônico.		inicia a fase de desinvestimento na área de computadores e equipamentos de informática. A aquisição demonstra o interesse do grupo econômico em adentrar na prestação de serviços de pagamento eletrônico de pedágios, bem como operar com postos de combustível e estacionamentos. Uma evolução para o uso do cartão apenas nas funções crédito e débito. Fonte: G1, 2015. link: https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2015/10/.-unibanco-compra-50-da-conectcar-por-r-170-milhoes.html. Essa menção retrata a postura do grupo econômico frente impostas pelo meio digital. Melhorar o acesso dos clientes por meio de plataformas integradas, APPs, entre outos canais online de atendimento.No entanto, o grupo econômico precisou redesenhar sua estrutura organizacional, usar a				época no Brasil.Auxilia na gestão de numerário, otimizando processos internos e oportunizando aos clientes agilidade nos depósitos em dinheiro realizado nesse tipo de caixa eletrônico, pois os depósitos são realizados em tempo real. As cédulas usadas nessas operações são aproveitadas para saques. Fonte: Valor econômico 2015. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/15/.tec-vende-atividade-de-automacao-bancaria-a-oki-por-r-100-milhoes.ghtml. A menção retrata o papel da digitização quando trata de explorar canais de pagamento eletrônico inovadores e com alto potencial de crescimento no mercado brasileiro. Fonte:G1, 2015. link: https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2015/10/.-unibanco-compra-50-da-conectcar-por-r-170-milhoes.html. A digitização reflete-se na evolução para			
Desenvolvimento de produto (DP)	Começou a emitir cartões de múltipla função na bandeira Elo.	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	O Banco do Brasil adquire e utiliza certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para a realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPB	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 31 de dezembro de 2011, os canais automatizados responderam por 93,8% do total de transações realizadas. Dessas, aproximadamente 33,6% são por meio dos TAA	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Manter em sua agenda a racionalização e automação de processos e a busca pela eficiência de TI,	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Estabelecer parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento.	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012

Desenvolvimento de produto (DP)	Reestruturação de seu modelo de atuação nos negócios de seguridade, por meio de movimentos de reorganização societária, que têm por finalidade aumentar a participação desses negócios no resultado da empresa.	Específica	tecnologia com rapidez e entender a importância de uma equipe colaborativa para o sucesso da iniciativa. Fonte: Plataforma Melhor RH, 2016. A menção destaca a crescente adesão dos clientes pelos serviços digitais. “A revolução digital não é sobre tecnologia, mas sobre as pessoas, ou como a tecnologia muda o comportamento das pessoas. E essa transformação não é um destino, mas uma jornada permanente”, disse o executivo Cândido Bracher, em palestra na CIAB 2018. Fonte: mobiletime, 2018. Essa menção, em 2018 ainda como projeto piloto, visa mudar a forma do banco atuar. Além de ofertar os seus produtos bancários, iniciou testes com a venda de soluções de outras seguradoras/empresas. O diretor de seguros da instituição, Luiz Fernando Butori, relata ser um trabalho de curadoria junto	N	S	N	equipes multidisciplinares a partir da tecnologia. Times multidisciplinares e colaborativos, trabalham em prol de satisfazer o cliente."A digitalização não significa apenas automação e o nosso objetivo é entender o cliente e prestar um serviço de qualidade”. Ricardo Guerra, diretor executivo de canais, dados e arquitetura de TI do Itaú Unibanco (Conarh, 2016). A digitização a que se refere essa menção é afirmada, pelo aumento de 40% no investimento em tecnologia. São necessárias constantes melhorias nos aplicativos móveis, que recebem entre duas e três atualizações por mês cada um. Ainda, Bancher destaca que a operação digital, em canais digitais, como os apps, e também as chamadas agências digitais, respondeu por 69% do resultado do banco em 2017. Fonte: Mobiletime, 2018. Link: https://www.mobiletime.com.br/noticias/12/06/2018/b	B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Parceria negocial com a Operadora de Telefonia Oi para ampliação da solução Oi Paggo - funcionalidade mobile payment para os clientes Ourocard e comercialização de cartão de crédito co-branded para a base de clientes	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Investimentos expressivos na preparação de um ambiente tecnológico corporativo robusto para suportar as diversas exigências regulatórias, a exemplo das soluções em curso para alinhamento às regras de Basileia II, nos segmentos de riscos de mercado, crédito e operacional	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Programa BB Eco Eficiente, aprovado em 2012, construiu um conjunto de ações coordenadas, com abrangência em toda a Organização, com objetivo de produzir ganhos sustentáveis de resultado	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013

Desenvolvimento de produto (DP)	Manutenção de um portfólio atualizado de seguros, planos de previdência aberta e títulos de capitalização, valorizando a inovação em soluções e processos, a fim de favorecer a universalização e a simplificação das formas de acesso e contratação promover uma contínua expansão do conceito de Proteção.	Específica	ao cliente, com foco nas necessidades individuais, não apenas cumprir as metas das agências. fonte: gauchazh.com, 2018. link: https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2018/06/.-se-alia-a-independentes-e-cria-plataforma-aberta-em-seguros-cjivjwyf100er01plqaw54r6m.html. Essa menção destaca a implementação da automação dos processos a partir de seu software de gestão. Priscila Grecco, diretora Administrativo e Financeiro da Itaúsa, destaca que o projeto trouxe agilidade, eficiência e automatização de dezenas de processos, padronização e automação dos InfoPacks e do processo de consolidação dos resultados das investidas – via SAP Disclosure Management –, além de mitigação de riscos e segurança nas	N	S	N	ase-de-clientes-que-usam-canais-digitais-do-.-cresce-20-em-dois-anos/. A menção ao uso de plataforma aberta para comercialização de produtos de outras gestoras, se dá após entender que não necessariamente tinham a melhor cesta de produtos dentro de casa. O foco da instituição é na geração de valor do negócio, que, conforme Butori, deve dobrar em até três anos. Fonte: Estadao, 2018. A digitização dessa menção se materializa com a inclusão de todo o processo orçamentário para o software SAP S/4HANA, atuando de forma integrada com a gestão de caixa, com a geração de relatórios automáticos. Foram automatizados outros processos que estavam apoiados em planilhas eletrônicas, isso promoveu a integração entre as áreas de	B3	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	O Banco do Brasil adquire e utiliza certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPB	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Consolidarão suas redes de TAA de acesso público nos terminais da Rede Banco24Horas, gerando aumento de eficiência, maior qualidade e capilaridade de atendimento a seus clientes	Específica		N	S	N		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2014

Desenvolvimento de produto (DP)	Em fevereiro de 2014 foi disponibilizada essa solução tecnológica com o objetivo de permitir aos parceiros conveniados junto ao BB as funcionalidades de elaboração e atualização cadastral dos agricultores familiares, abertura de contas correntes e o acolhimento de propostas de crédito das linhas do Pronaf, bem como o acompanhamento de informações das propostas, otimizando e padronizando o processo, possibilitando assim, aumentar o grau de satisfação dos clientes.	Específica	informações. Fonte: Agência SAP 2020. link: https://agenciasap.com.br/.sa-faz-transformacao-digital-apoiada-no-sap-s-4hana/	N	S	N	controladoria, contas a pagar e compras, passou a permitir o rateio de despesas entre áreas de forma automática e o acompanhamento do orçamento pelas áreas, com agilidade e eficiência. Todo esse fluxo de aprovações está integrado em um processo unificado via workflow.	B3	Formulario referencia BB B3	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	IGA (Intergovernamental Agreement) Model 1, acordo que prevê reciprocidade na troca de informações sobre contribuintes dos dois países	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	A comercialização de Financiamento de Veículos e Leasing Veículos ocorre na rede de agências do BB, distribuídas por todo o território nacional. As simulações podem ser realizadas nos canais de autoatendimento do Banco do Brasil, inclusive pelo aplicativo “Financie seu Carro” disponível para smartphones	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2015

Desenvolvimento de produto (DP)	Desenvolvimento de inovação em gestão de riscos socioambientais e produtos relacionados à Economia Verde – Agricultura sustentável, gestão de florestas, eficiência energética, dentre outros. Desenvolvimento de modelos de negócio para acelerar a transição para a Economia Verde.	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	App Ourocard, lançado emSetembro/2016	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	O BB-BI ocupou a 3ª posição no ranking ANBIMA, com 14,9% de participação de mercado, enquanto que em termos de distribuição de renda fixa, o BB-BI alcançou a 3ª posição, com 11,6% de participação de mercado	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Contratação digital de Crédito Imobiliário PF via App BB	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Evolução tecnológica das plataformas de investimentos,	Genérica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Instalação de novos Terminais Recicladores em nossas agências	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	Estímulo ao uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento pela internet e celular, com ampliação do acesso para diversos perfis de clientes com atendimento por mensagem, além de realização de operações bancárias diretamente por aplicativo de mensagens para todos os clientes.	Específica		N	S	N		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Criada metodologia de avaliação de maturidade, com indicador específico, que visa induzir a cultura organizacional voltada ao cliente-centrismo e com impactos nos acordos de trabalho das áreas avaliadas	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Operações concluídas em 2010, destaca-se a atuação do Bradesco BBI, como assessor financeiro da LLX Logística S.A. (“LLX”),	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	O case HP/Bradesco foi baseado no desenvolvimento do ambiente de virtualização do Data Center utilizando tecnologia BladeSystem da HP, que proporcionou resultados eficientes na redução de energia e refrigeração de servidores de alta densidade.	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Cartão de Crédito Bradesco Visa Nacional Básico/Standard com o objetivo de atender a	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2012

	Resolução nº 3.919/10, do CMN										
Desenvolvimento de produto (DP)	Desenvolvimento de um sistema informatizado, para aprimorar e dar maior agilidade ao controle das obrigações e planos de ação firmados com os clientes	Genérica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Pague Bradesco, serviço que possibilita ao cliente agendar e fazer o pagamento de contas de consumo pelo "Bradesco Celular via SMS"	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Net Empresa Celular, que permite aos clientes pessoa jurídica utilizarem o aparelho para consultar saldos e autorizar transações pendentes	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Bradesco Net Empresa no celular e também o Bradesco Celular via SMS, onde o cliente consulta o saldo, últimos lançamentos e recarrega o celular.	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Recarga do GlobalTravel Card, um cartão pré-pago em dólar americano, libra esterlina ou euro, diretamente pelo Internet Banking	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	ATM que recebe depósitos em dinheiro e lança o crédito em tempo real na conta do cliente	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014

Desenvolvimento de produto (DP)	Ferramenta importante para consultar e efetuar transferências interbancárias (TED, DOC e TEC). Trata-se do Aplicativo Transferência Eletrônica Disponível Bradesco, já em funcionamento em todas as Agências	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Aplicativo para Windows Phone; aumento de limite para transferência aos clientes que utilizam Token e M-Token no Bradesco Celular, tecnologia em pagamento por aproximação, carteira digital b.wallet (serviço que permite os clientes pagarem suas contas com cartões de crédito e débito Bradesco - bandeira Visa - através do smartphone), entre outros.	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Em setembro de 2014, o Bradesco inovou com depósito de cheque via smartphone, serviço pioneiro no Brasil, que elimina a necessidade do depósito do documento físico	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançado um novo terminal de Autoatendimento, que permite a realização de depósitos em dinheiro sem envelope	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Stelo S.A., empresa de meios eletrônicos de pagamentos que irá administrar, operar e explorar os segmentos de facilitadoras de pagamentos	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2015

	voltada para o comercio eletrônico, bem como negócios de carteira digital									
Desenvolvimento de produto (DP)	Adequações nos processos internos, obtendo uma redução de 25% na quantidade de documentos impressos, e capacitou o ambiente de Nuvem Privada com benefícios em eficiência energética, espaço físico e agilidade no atendimento aos projetos	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Serviço que permite aos clientes cadastrarem contas de beneficiários e aumentarem seus limites de transferências diárias para até R$ 30 mil, diretamente pelo Internet Banking, sem precisar ir até uma Agência, apenas utilizando a Validação Digital	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Receba Fácil, serviço pioneiro no mercado, que possibilita às empresas distribuidoras de produtos receberem o pagamento à vista, no ato da entrega da mercadoria, por meio de transferência on-line, utilizando-se do serviço de troca de mensagens SMS	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Alteração da senha de quatro dígitos diretamente pelo Internet Banking, além do Fone	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015

	Fácil, Autoatendimento e Agência										
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo App Bradesco Trading, no qual os clientes têm acesso a conteúdos especiais para acompanhar o mercado, como os programas da TV Home Broker, gráficos e desempenho de ações. Na aba Broker, é possível consultar cotações online, book de ofertas, destaques de altas e baixas e nova boleta rápida, com botão de compra e venda	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Poupa Troco Bradesco, que permite ao investidor transferir, automaticamente, para uma conta-poupança, a soma dos centavos restantes dos débitos em conta-corrente, acrescidos de valor predeterminado	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Aplicativo Bradesco Saúde, que permite aos clientes verificar detalhes do plano contratado, acessar a versão eletrônica do cartão, acompanhar o status de reembolso, além de localizar clínicas, farmácias e médicos, pelo aplicativo, agora também para aparelhos com sistema operacional Android	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016

Desenvolvimento de produto (DP)	Os aposentados e pensionistas, que recebem seus benefícios do INSS pelo Bradesco e já se cadastraram na biometria, podem utilizar a rede Banco24Horas com o seu cartão conta INSS Bradesco. É possível fazer saque, consultar saldo e realizar a prova de vida	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Para os clientes deficientes auditivos foi disponibilizada nas máquinas de Autoatendimento, uma intérprete digital em libras, para a realização de saques. A solução realiza uma tradução passo a passo da operação, do início até sua conclusão	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Evolução da BIA (Bradesco Inteligência Artificial), que agora esclarece dúvidas de investimentos dos funcionários da rede de agências. Ao todo, a ferramenta responde questões sobre 61 produtos, agilizando o atendimento ao cliente	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Plataforma digital do Bradesco, next, chega como um modelo de negócio inovador, que tem o objetivo de se relacionar com os clientes que buscam formas diferentes de gerenciar o próprio dinheiro	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017

Desenvolvimento de produto (DP)	Nova versão do App Bradesco Agronegócio, com soluções exclusivas, como o calendário agrícola, o simulador de custo de produção e o simulador relação de troca. Tudo isso com um visual mais simples e intuitivo, auxiliando o dia a dia dos empresários rurais	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Bradesco Celular ganhou novas funcionalidades e permite que clientes Pessoa Física acessem as opções de fundos de investimentos para fazer sua primeira aplicação. Outras facilidades são aplicações em CDB e poupança, solicitar resgate total ou parcial, consultar saldos e rentabilidade, fazer movimentações, enviar comprovantes de aplicação e resgate, agendar consultoria especializada e realizar API – Análise do Perfil do Investidor	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Simplificação do processo de inclusão e aprovações, dando a possibilidade de visualizar o saldo de mais de uma empresa	Genérica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	O Banco atingiu 3.910 agências equipadas com a rede Wi-Fi para ativação digital dos clientes e uso das aplicações Bradesco. A capacidade de transmissão de dados nas agências foi ampliada,	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017

	proporcionando agilidade no atendimento									
Desenvolvimento de produto (DP)	Criadas 6 Plataformas Especializadas no Alto Poder Público para atendimento aos Governos, Capitais, Tribunais, Conselhos de Classe, Assembleias, Ministérios Públicos, Defensorias Públicas, além dos 100 Maiores Municípios do PIB brasileiro	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	O Bradesco BBI conquistou em 2016 e 2017 os prêmios máximos de todas as categorias a que concorreu. “Best Investment Bank in Brazil” pela Global Finance, “Brazil´s Best Investment Bank” pela Euromoney e “Most Innovative Investment Bank from Latin America” pela The Banker. Os 3 prêmios, também conhecidos como Tríplice Coroa, jamais foram ganhos por nenhuma instituição financeira nacional ou estrangeira simultaneamente num mesmo ano e ainda menos consecutivamente	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018

Desenvolvimento de produto (DP)	Incorporação, pelo Bradesco, do Banco Bradesco Cartões S.A., inscrito no CNPJ sob no 59.438.325/0001-01 (“Bradesco Cartões”), subsidiária integral da Sociedade. O Bradesco Cartões tem por objeto social a prática de operações ativas, passivas e acessórias inerentes às respectivas carteiras autorizadas (comercial, de investimento, de crédito, financiamento e investimento), inclusive câmbio, de acordo com as disposições legais e regulamentares em vigor	Específica		N	S	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	No ambiente do next, foram entregues mais de 2.100 funcionalidades, aumentando o volume de transações em 121% em comparação com 2018	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Crescente digitização dos produtos e serviços em ambiente multiplataformas. Atualmente, por meio de celulares	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Ampliamos nossa solução de Open Banking para clientes pessoa jurídica com perfil Microempreendedor Individual – MEI, possibilitando a abertura de conta de forma totalmente digital e segura	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	Uso do modelo ágil com equipes multifuncionais, criando soluções utilizando-se de tecnologias inovadoras como inteligência artificial, algoritmos, microsserviços e cloud	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Estruturação de Programa Corporativo denominado 100% Cliente, aproveitamento das melhores práticas de mercado, com objetivo de organizar nosso modelo de negócios para garantir que o cliente esteja sempre no centro das atenções.	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Criação da posição do Chief Customer Officer (CCO), com objetivo de assegurar que a política de satisfação do cliente seja cada vez mais efetiva dentro da Organização	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	NextJoy: uma conta digital gratuita para menores de idade criada em parceria exclusiva com a Disney. É o primeiro projeto na América Latina que une uma instituição financeira ao público de 0 a 17 anos	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Área de Meios de Pagamentos / Cartões foi redesenhada, levando ao cliente uma experiência ainda melhor e novas funcionalidades.	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	Em uma parceria com a Bradesco Auto/RE, disponibilizamos aos clientes o Seguro residencial, complementando a jornada de proteção, que já oferece plano odontológico, seguro prestamista e seguro para cartão de débito e crédito	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Implementação de jornadas digitais, melhoramos a experiência dos nossos clientes pessoa física e jurídica, e fortalecemos a orientação financeira como pilar da bancarização em todo o país	Genérica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Inovações importantes nas políticas de Crédito e Recuperação ao implantar novos algoritmos apoiados nas plataformas de BigData e decisão “em tempo real”, permitindo reagir prontamente à mudança abrupta da capacidade de crédito dos clientes imposta pela pandemia	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Os canais de atendimento foram adaptados para capturar os pedidos de prorrogações de contratos	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Ampliamos nosso portfólio de serviços e soluções e disponibilizamos a nova área de Proteção, que oferece diferentes opções de seguro, como o plano	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020

	odontológico e os seguros para cartão de crédito e débito									
Desenvolvimento de produto (DP)	Jornada de abertura de contas foi simplificada e agora basta o envio de um documento de identificação (RG ou CNH) e de um vídeo selfie para abri-la	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Evoluindo a experiência do cliente na contratação de produtos, o simulador de investimentos foi reformulado, propiciando ao cliente navegar para conhecer suas modalidades, estimulando conceitos de educação financeira, já que ele consegue identificar as vantagens das diversificação por meio das carteiras do Banco e contratar a partir da simulação	Genérica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Simulação e solicitação de capital de giro na modalidade Pronampe, opção de substituição do token físico pelo digital	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Envio on-line do comprovante de endereço na abertura de conta, tornado o processo mais simples	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Pix Bradesco foi ampliado, agora está na maquininha Cielo possibilitando que o vendedor ou lojista possa contratar	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

	diretamente esse serviço no Net Empresa ou no canal mobile									
Desenvolvimento de produto (DP)	Canais para uso dos cartórios no recebimento e pagamento por seus serviços através de transferência ou Qrcode	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Bradesco Cartões, para ampliar o atendimento aos clientes, remodelou a arquitetura e reformulou todas as jornadas do seu App Cartões, evoluindo e acrescentando novos serviços, como por exemplo, funcionalidade de bloqueio por perda e roubo, menu de benefícios e promoções, e visualização de parcelas futuras	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Gerentes da rede de agência, ao entrar em contato com seu cliente PF ou PJ podem realizar a venda do cartão crédito, e o cliente pelo app Bradesco ou Net empresa, irá consultar as condições e fazer o aceite digital para firmar a contratação do produto	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Habilitação da assinatura do termo de investidor qualificado diretamente pelo mobile durante a jornada de aplicação nos produtos destinados a esse cliente	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Utilização da assinatura eletrônica para validar as propostas de consórcio, em uma operação 100% on-line, eliminando a necessidade de comparecer na Agência	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Contas de folhas de pagamento agora podem ser abertas via mobile Pessoa Física com ofertas personalizadas de acordo com o contrato com a empresa e o perfil do cliente e pelo InternetBanking	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Em janeiro de 2021 foi disponibilizada a consulta do Informe de Rendimentos da conta	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	800 recicladoras receberam também a função de depósito em cheque sem envelope; com compensação conforme prazo estabelecido pelo Banco Central do Brasil	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Negocie Digital: uma ferramenta online onde ambas conseguem negociar suas dívidas sem precisar sair de casa, basta acessar o site do Banco. No portal, correntistas encontram várias ofertas pré-aprovadas e simulam contraproposta, mediante critérios de renegociação	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Evoluiu o Internet Banking para tornar a contratação de planos de previdência para correntistas mais ágil, descomplicada e intuitiva. Agora, o cliente que deseja organizar seu futuro financeiro conta com a conveniência do autoatendimento, melhorando ainda mais sua experiência com o Bradesco.	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo Portal do Assessor, provê mais facilidade para os assessores acompanharem a posição e evolução dos seus clientes e a integração para realização das operações	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Pix: Cadastro de Contatos Favorecidos - que permite fazer transações com valores acima do estabelecido - e as notificações por "push" no App, informando o resultado do processamento (aprovada ou reprovada)	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Pagamentos pelo App com ofertas exclusivas para Samsung Pay e Apple Pay de produtos, como o parcelamento diferenciado	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Programa “Tem Mais CAIXA”, que foi desenvolvido com base em ferramentas de inteligência de mercado e customer relationship management (“CRM”). O objetivo do Tem Mais CAIXA é padronizar o modelo de oferta de produtos de seguridade, buscando maior rentabilidade e incrementando a comercialização de tais produtos por meio de sua extensa rede de distribuição	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	criada a cesta de serviços pelo Internet Banking CAIXA, com as funcionalidades de adesão, escolha e alteração da modalidade de Cesta de Serviços, da data de débito da tarifa e da conta que deseja obter tarifa diferenciada	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	lançada a Folha CAIXA Web, solução no Internet Banking para cadastrar e gerenciar o pagamento dos salários de forma mais ágil e fácil.	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	criado o Pagamento Eletrônico CAIXA, que trouxe benefícios como a confirmação on-line de pagamentos, evitando a interrupção de serviços e agilizando o seu restabelecimento	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Para o poder judiciário, foi inaugurado o serviço de liquidação eletrônica, composto	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011

	de depósito eletrônico e alvará eletrônico										
Desenvolvimento de produto (DP)	em julho de 2011, o cadastramento da Senha Cidadão na rede parceira	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	foi implantado o envio de mensagem SMS aos beneficiários que não haviam recebido o Abono Salarial	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Ações On-line, serviço de Home Broker que permite a compra e venda online de ações na Bolsa de Valores pelo Internet Banking	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Pagamento Eletrônico CAIXA, que permite o pagamento de contas de concessionárias (água, luz, telefone, gás) sem a fatura	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	cartão Construcard Caixa com chip na bandeira Elo, novo modelo do produto para compra de material de construção	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	O processo de registro de informações sobre as atividades de Controles Internos, desenvolvidas pelas diversas unidades da Instituição, encontra-se automatizado, subsidiando o monitoramento do sistema e a elaboração dos relatórios de controles internos	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2015

Desenvolvimento de produto (DP)	o serviço de carteira eletrônica, denominado Caixa MasterPass	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	em março de 2019, a CAIXA lançou o cartão de crédito consignado.	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	De maneira disruptiva, atuou no enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus (COVID 19), em especial através da operacionalização do auxílio emergencial, entre outros programas, e da concessão de crédito às micro e pequenas empresas.	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Responsável por uma inclusão bancária histórica, através da sua plataforma digital, operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, que foi remodelado em decorrência da pandemia para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	a concessão de crédito à pessoa jurídica contará com esteira digital, com jornada do cliente otimizada e ágil, o que aprimora a experiência e, consequentemente, a fidelização por meio de outros produtos e serviços, especialmente os de seguridade.	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	programas auxilio emergencial, benefício emergencial de preservação do emprego e da renda (Bem) e saque emergencial FGTS, recebendo através da plataforma digital	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	contrato com a bandeira VISA para atuação como parceiro preferencial global na emissão de cartões de crédito e débito CAIXA, pelo período de 10 anos.	Específica		n	s	n		RI	Fato relevante Caixa RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Contratação de cartões - acesso aos produtos do portfólio de Cartões de Crédito da CAIXA para o cliente escolher aquele que mais se enquadra ao seu perfil	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	O app também passou a centralizar a operacionalização de benefícios sociais como o Bolsa Família, o PIS e o FGTS, e por isso tudo, o CAIXA Tem passa a ser uma nova e poderosa plataforma de acesso a clientes de diversos segmentos para a venda de produtos de seguridade mais acessíveis e com menor customização	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Inovações propostas na habitação digital, tanto para contratação quanto pós-venda	Genérica		n	s	n		OUTROS	Outros	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, a CAIXA passou a oferecer duas modalidades de microcrédito, para contratação diretamente no celular, através do aplicativo CAIXA Tem, de forma 100% digital e simples	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Automações, destaque para a ATM Adattis Touchless 3D, primeiro equipamento no mundo com essa tecnologia.	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Assinatura digital de contratos de câmbio, em 2009	Genérica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Acordo de parceria estratégica de suas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços para a Oki Electric Industry Co. Ltd. (“Oki”)	Específica		n	s	n		RI	Comunicados, Fatos Relevantes e Avisos_2013_13	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	“Salas de Performance”. Conhecidas como “nossas pontocom”, permitem monitoramento de todas as operações digitais de Seguros, .card e Pessoa Física em tempo real, além de acompanhamento de vendas minuto a minuto - mais informações sobre a loja virtual de seguros	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Aquisição 50% do capital social da ConectCar Soluções de Mobilidade Eletrônica S.A. (“ConectCar”)	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2015	2015

Desenvolvimento de produto (DP)	Equipe multidisciplinar, formada por private bankers,consultores de investimentos e especialistas de produtos, atende nossos clientes em escritórios	Específica		n	s	n		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Mais de 11 milhões de clientes pessoas físicas utilizaram os canais digitais do banco e mais de 600 mil contas foram abertas pelo App Abreconta.	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2018	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Plataforma aberta de seguros, família de "maquininhas de cartão" Pop Credicard e a agência digital para microempresas	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2018	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Processos financeiros, buscando trazer mais eficiência, padronização e automatização, com a implementação da mais moderna versão do ERP da SAP (SAP S4/Hana), sempre comfoco na melhoria contínua de seus processos e controles internos	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2020	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	A Rede é uma das empresas líderes no setor de soluções de pagamento eletrônico no Brasil,e é uma adquirente multibandeira de transações com cartões de crédito, débito e de benefícios.As atividades da Rede são adquirência, captura, transmissão, processamento e liquidação financeira de transações com cartões de crédito e débito; antecipação de recebíveis para estabelecimentos comerciais (resultantes de vendas feitas com cartões de crédito); aluguel de terminais para pontos de venda (PDV), soluções de e-commerce, e-wallet e consulta de cheques por meio desses terminais	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Em função da pandemia de COVID-19, incentivamos nossos clientes a usarem nossos aplicativos e bankline. Nosso site foi reconfigurado para dar destaque aos canais digitais, incluindo um passo a passo para quem nunca usou o aplicativo Itaú e tutoriais sobre como usar os principais serviços financeiros (transações, pagamento de fatura, pagamento de cartão de crédito, cartões virtuais, desbloqueio de senhas de cartões de crédito e de	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2021

	débito, rastreamento de pedido de cartão). Além disso, comunicamos nas redes sociais, os serviços que podem ser feitos online e enviamos e-mails e SMS aos nossos clientes									
Desenvolvimento de produto (DP)	Criamos o "HUB Serviços", um recurso do aplicativo Itaú, com uma interface simples e prática, que inclui diversos formulários pelos quais os clientes podem solicitar serviços operacionais. As solicitações são enviadas automaticamente para as equipes de suporte, reduzindo assim a necessidade de contato com agências e centrais de atendimento, criando um equilíbrio entre experiência, eficiência e otimização de processos	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Priorizamos a satisfação do cliente prestando consultoria financeira especializada em financiamento de imóveis, prestando suporte durante o processo de obtenção de crédito imobiliário. Nosso processo é rápido e eficiente e	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2021

	respondemos ao cliente em menos de duas horas para empréstimos de até R$1 milhão. É possível realizar todo o processo de contratação de forma digital.									
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2020, a Global Finance apontou o Itaú Investment Services como melhor subcustodiante no Brasil, Uruguai e Paraguai. Nossa plataforma tecnológica está sendo atualizada com relação a soluções para o mercado de capitais e estamos investindo em novas soluções para nossos clientes, como o iServiços, que inclui custódia, corretagem e compensação, todas integradas como um serviço	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	O Itaú Unibanco disponibilizará a abertura de conta corrente de forma 100% digital e por meio de novos pontos físicos dedicados, adicionais às agências já existentes no estado. Essa operação se insere na estratégia Phygital (físico e digital), que busca oferecer modelos de atendimento para os mais variados perfis de clientes	Específica		n	s	n		RI	Fato relevante . RI	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Módulo digitalize: voltado à transformação digital dos conselhos com a organização de reuniões virtuais, deliberação a distância e organização eletrônica de documentos;	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual . RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Nova Experiência do Revendedor – esse produto renovou a ferramenta Credline (que as revendas usam para nos enviar propostas) com base em um intenso processo de descoberta realizado com os clientes. A experiência ficou mais simples e transparente para o desempenho do revendedor, além de incorporar novas funções que o ajuda a fazer mais negócios	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Contratação digital de ponta a ponta em nossos canais digitais – lançamos a experiência de financiamento digital através dos nossos canais digitais. Os correntistas iniciam o processo de simulação, aprovação de crédito, formalização e contratação do financiamento em uma jornada 100% digital, que é extremamente simples e não requer nenhum documento físico	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Floorplan – linha de crédito para os revendedores comprarem veículos novos e usados para seu estoque. A	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022

	experiência com o produto é muito simples e rápida em um fluxo totalmente digital									
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, aumentamos nossa equipe de vendas e atraímos mais clientes, alcançando uma carteira total de 25.807 pessoas. Além disso, nosso produto foi integrado ao ITI, nosso Banco Itaú digital	Genérica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, demos início à implantação de uma nova estratégia de varejo, chamada iVarejo 2030, com o objetivo de oferecer a melhor experiência para os nossos clientes, com soluções completas, sustentáveis e cada vez mais digitais. Estamos nos transformando em um banco "Phygital", que significa um banco digital com a conveniência de uma rede física. Para apoiar essa transformação, reestruturamos e expandimos nossas agências digitais, desenvolvemos novos serviços e ferramentas utilizadas por nossas equipes de vendas e de relacionamento com o intuito de incrementar a eficiência em termos de geração de negócios e atendimento ao cliente	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, redesenhamos nossa prateleira de produtos de cartão de crédito e concentramos os esforços de venda nos canais digitais triplicando nossas vendas em relação a 2020	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Oferecer produtos de tesouraria como uma solução padronizada a nossos clientes, fornecendo aprimoramento de hedge e yield, a empresas de médio e pequeno porte, além de clientes pessoas físicas.	Genérica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Implementamos abrangentes processos de adequação projetados para assegurar que os clientes entendam e aceitem os riscos envolvidos no mercado de derivativos.	Genérica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Reorganizamos processos e incorporamos várias melhorias no nosso jeito de ser e de fazer negócio	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Acesso ao crédito a ser usado como capital de giro. Fomos o primeiro banco brasileiro a integrar serviços financeiros com serviços de transações de cartão de crédito	Genérica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Contamos também com equipes de estruturação e produtos que trabalham na manutenção de produtos e na criação de soluções inovadoras que atendam as necessidades específicas de nossos clientes	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012

Desenvolvimento de produto (DP)	Novos procedimentos de adequação das operações de derivativos ao perfil de nossos clientes, estabelecendo boas práticas de vendas e maior transparência no relacionamento com nossos clientes	Genérica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Agregar eficiência aos processos, tornando a experiência do cliente com o Banco mais simples e ágil. Para isso, simplificamos nossa estrutura e aumentamos a autonomia na rede de atendimento. Assim, passamos a oferecer serviços mais ágeis e melhor experiência para o cliente	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2012, realizamos uma série de implantações nos canais de atendimento com o objetivo de agilizar a solução de demandas e aprimorar o nosso relacionamento com o cliente	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Select, novo segmento de alta renda do Santander Brasil. Uma delas é a Telepresença, na qual os clientes podem tirar dúvidas sobre produtos ou receber orientação financeira diretamente com os especialistas do Banco, em conversas virtuais realizadas em espaços reservados nas agências. O atendimento com	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2013

	tablets nas agências e a utilização da biometria em substituição às senhas também foram destaque no segmento										
Desenvolvimento de produto (DP)	Uma das novidades foi o desenvolvimento de sistemas de gerenciamento e digitalização dos processos, que permite maior controle em todas as etapas	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Amadurecimento do Modelo Certo, um sistema comercial implantado no segundo semestre de 2015 que elimina a burocracia, agiliza processos e libera os gerentes para dedicarem mais tempo às atividades comerciais	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Nos escritórios centrais, uma nova forma de organizar as equipes teve impacto direto na velocidade das entregas. Os projetos, em especial de tecnologia, passaram a ser trabalhados com a metodologia de esteira ágil, na qual os trabalhos são comandados por uma equipe horizontal e multidisciplinar	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2016

Desenvolvimento de produto (DP)	Novo modelo digital, plataforma que aumenta a velocidade do processo de venda. Com isso, simplificamos o processo de financiamento	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	A +negócios é uma plataforma comercial digital inovadora criada para ser simples e intuitiva e que permite simulações de empréstimo, aprovação de crédito e formalização de propostas mais rápidas, além do fornecimento de relatórios de gerenciamento de carteira	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Com a digitalização dos processos, nosso caminho para atrair e reter consumidores pessoa física e pequenas e médias empresas foi a inovação por meio de ferramentas e aplicativos que facilitam consultas e contratações	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos a Superdigital, uma evolução da ContaSuper	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2017

Desenvolvimento de produto (DP)	Processos otimizados. A Companhia simplificou as operações do dia a dia dos funcionários das agências para que possam dedicar mais tempo a atender às necessidades dos clientes. Como parte dessa iniciativa, disponibilizou aos seus funcionários uma nova ferramenta de relacionamento com clientes (CRM) que centraliza todas as informações necessárias para as suas atividades comerciais e financeiras diárias. Implementou ferramentas para economizar tempo, como o Clique Único, que reduz o volume de informações e passos necessários para realizar tarefas operacionais.	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Pi, nova plataforma online de investimentos que mostra que tranquilidade financeira e realização de sonhos estão ao alcance de todos.	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Otimização de ferramentas comerciais. Simplificamos as operações do dia a dia dos funcionários das agências para que possam dedicar mais tempo a atender às necessidades dos clientes. Como parte dessa iniciativa, disponibilizamos aos nossos funcionários uma nova ferramenta de relacionamento	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2018

	com o cliente (CRM) que centraliza todas as informações necessárias para suas atividades comerciais e financeiras diárias									
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2018, implementamos a plataforma RPA (Robotic Process Automation). Com cerca de 272 robôs em operação, a nova plataforma permitiu a documentação, automatização e governança de processos de negócio, trazendo uma redução de 13 FTEs e 73% de ganho no tempo de processamento de solicitações de usuários internos e clientes externos do Santander Brasil	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	WebCasas é um canal digital para contratar Crédito Imobiliário na internet, no Brasil, o Santander é o único banco com este sistema. O cliente simula, aprova o crédito e acompanha todo o processo online. Os documentos podem ser enviados no site e o cliente precisa ir à agência bancária apenas para assinar o contrato. Cash Management	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	Santander On	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Implementamos um método de trabalho colaborativo na nossa organização com base na metodologia "Ágil", comumente usada em TI	Genérica		n	s	n		OUTROS	Outros	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Otimização de ferramentas comerciais. Simplificamos as operações do dia a dia dos funcionários das nossas lojas (agências) para que possam dedicar mais tempo a atender às necessidades dos clientes	Genérica		n	s	n		OUTROS	Outros	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2019 lançamos um programa para simplificar e digitalizar os processos da nossa rede de vendas e de atendimento ao cliente até 2022. Nós também aprimoramos a nossa cadeia de desenvolvimento e implantação de sistemas, adotando uma arquitetura mais automatizada, robusta e escalável, baseada em microsserviços e computação em nuvem, além de aperfeiçoar as nossas práticas de DevSecTestOps para desenvolvimento de aplicações e operação da infraestrutura tecnológica	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	Por meio do programa Fit to Grow (FTG), engajamos os colaboradores para tornar as operações mais eficientes, o que muitas vezes envolve ações relacionadas a aspectos ambientais.	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Outra iniciativa para estimular o uso racional de recursos e eliminar processos burocráticos é o Santander 5.0, um programa de simplificação, otimização e digitalização que busca o ganho de eficiência e produtividade	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Para apoiar os clientes, lançamos um vasto conjunto de ofertas emergenciais e as reunimos em um hotsite, o superamosjuntos.com – que teve mais de 1,5 milhão de acessos só no primeiro mês. Entre os benefícios, incluímos a prorrogação por 60 dias da parcela do crédito para veículos, bens e serviços; aumento de 10% no limite do cartão de todos os clientes adimplentes; campanha de pagamento de contas atrasadas com 90% de desconto e 72 meses de prazo e desconto de 40% no seguro de vida para profissionais de saúde	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2020

Desenvolvimento de produto (DP)	Uma das maiores preocupações era apoiar pequenas e médias empresas, que são mais frágeis e empregam mais. Por isso, nos juntamos ao Governo Federal em um fundo emergencial, criado para distribuir até R$ 40 bilhões em crédito a esse público. Também lançamos uma oferta especial para microempreendedores individuais, que incluiu carência de três meses no capital de giro. Mais tarde, estendemos esse benefício do prazo a todas as empresas da nossa base.	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos novos negócios que continuam a amadurecer, como o (i) Ben, que atingiu o breakeven (ponto de equilíbrio) em maio de 2020 e expandiu sua base de clientes em 2020 para 217 mil cartões, juntamente com 1,4 mil clientes de recursos humanos e 338 mil estabelecimentos comerciais parceiros	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Clique e Retire, um novo sistema de entrega física de cartões que oferece autonomia e agilidade ao permitir que os clientes optem por retirar seus cartões em máquinas de autoatendimento	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Aquisição de duas empresas: a Solution4Fleet (locação e assinatura de veículos) e a Car10 (marketplace). Os novos negócios foram incorporados à Santander Financiamentos e à Webmotors que já conta com 450 mil veículos anunciados na plataforma	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Primeiro mercado regulado de carbono brasileiro, no qual são negociados os Créditos de Descarbonização (CBIOs). Os créditos são emitidos por produtores e importadores de biocombustíveis em operações certificadas	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo Processo digital de conta - Nós nos esforçamos para simplificar o processo de abertura de conta usando informações internas e externas e tornando a experiência rápida e simples para novos clientes.	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Processo digital de nova conta - Nós nos esforçamos para simplificar o processo de abertura de contas	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Simplificação de processos e da transformação digital	Genérica	Essa menção aponta para um novo produto, abertura de conta corrente digital, utiliza exclusivamente canais eletrônicos: internet, telefone (atendimento eletrônico), celular, iPad e caixas eletrônicos para	N	N	S	Esse novo processo de abertura de conta corrente pela internet, traz a tecnologia para o processo de abertura de contas. “A iConta é um produto inédito no mercado e oferece ao cliente a oportunidade de	B3	Formulario referencia BB B3	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Inteligência analítica para abordagens comerciais está integrada ao nosso sistema de gestão de filas presenciais e à solução de telefonia digital.	Específica		N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	O pagamento a débito é realizado por meio de cartão físico com chip ou soluções mobile, que envolve componentes de hardware, smartphone com tecnologia NFC (near-field communication) ou similar, e software como o App Ourocard, Samsung Pay ou Apple Pay, entregues ao cliente e vinculados a bandeiras como Elo, Visa ou Mastercar	Específica	gerenciar e realizar movimentações financeiras. "O lançamento da iConta está alinhado com o foco que o banco sempre dá aos movimentos de transformação. Se a sociedade muda, o Itaú muda com ela", afirma Fernando Chacon, diretor executivo de Marketing do Itaú Unibanco. Fonte: B9.com.br. link: https://www.b9.com.br/19574/.-lanca-conta-para-o-mundo-digital/. Esse projeto traz segurança e rastreabilidade para evitar fraudes e agilizar serviços. Fonte: newsroom.hidglobal.com	N	N	S	gerir suas finanças por meio de um relacionamento digital, utilizando ferramentas que já fazem parte de sua rotina", afirma Rogério Braga, diretor de Produtos e Negócios Consignados do Itaú. Essa menção ilustra uma mudança disruptiva nos processos de autenticação e validação dos clientes. Com aautenticação de uma pessoa através de sua impressão digital, pode-se identificar com precisão o sujeito da ação, isso retrata a importância de assegurar a identidade dos clientes, bem como simplifica o acesso do cliente às suas contas bancárias. Fonte: newsroom.hidglobal.com	B3	Formulario referencia BB B3	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Ourocard-e, um cartão virtual para compras online com opções extras de segurança, como limitação no valor e na quantidade das compras que serão realizadas.	Específica		N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Dentro do contexto de Open Banking e big data, o processo de precificação está passando por transformações, com a utilização de modelos analíticos e estatísticos que auxiliam na melhor definição de preços, utilizando além das variáveis citadas, uma maior personalização no nível de cliente.	Específica		N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Leitor de Código de Barras presente nos aplicativos para iPhone, Android e Windows Phone 7.5 e também o Token no Celular, integrado às transações no Bradesco Celular.	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2011

Desenvolvimento de produto (DP)	Emitir cartões de débito com a tecnologia NFC para clientes do Segmento Prime, além de anunciar o desenvolvimento da mesma tecnologia NFC também para celulares	Específica		N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Disponibiliza aos seus clientes diferentes meios de tecnologia em diversos canais de atendimento, com o que há de mais moderno e inovador, como a biometria vascular, saque sem cartão e produtos de segurança, estreitando o relacionamento e oferecendo-lhes comodidade.	Genérica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo Aplicativo Integrador para iPad. Com ele, é possível acessar todos os aplicativos do Bradesco em único lugar na App Store.	Genérica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Novas versões dos aplicativos Bradesco, Exclusive e Prime, para iPhone. Além de facilidades no acesso à conta corrente e duas funcionalidade inéditas (Depósito de Cheque via smartphone e Ícone Ligar para o Fone Fácil),	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Funcionalidade de integração do Touch ID, disponível nos smartphones com este recurso, com o acesso ao mobile banking, eliminando a necessidade de inserção da senha de acesso à conta no aplicativo, proporcionando	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014

	agilidade, inicialmente, aos clientes Bradesco Prime.									
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo serviço de saque com a verbalização das cédulas dispensadas no Autoatendimento e o Mouse Visual.	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Liberou acesso gratuito à internet para a realização de operações no Bradesco Celular para clientes pré e pós-pago das quatro maiores operadoras do país: Vivo, TIM, Claro e Oi.	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Carteira Digital Bradesco Seguros. O aplicativo para smartphones iOS e Android, disponibiliza cartões virtuais dos segmentos de atuação: residência, carro, capitalização, saúde e previdência, proporcionando aos segurados, de forma prática, simples e rápida, acesso aos seus produtos e benefícios, dispensando o uso do cartão físico	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Carteira Digital Stelo, para os clientes dos cartões de crédito Bradesco. Com a solução, ao escolher a Stelo como forma de pagamento, não há necessidade de digitar os dados do cartão ao	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015

	efetuar compras no comércio eletrônico									
Desenvolvimento de produto (DP)	Cartão de débito Click Conta Elo, destinado aos jovens de até 17 anos, que agora podem realizar saques e compras com a segurança de um cartão com chip	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Novo Portal do Grupo Bradesco Seguros, que integra as informações de capitalização, dental, previdência, auto, ramos elementares, saúde e vida. O ambiente, também, oferece ferramentas como comunicação de sinistro de auto, residência, patrimonial e de vida em um único local	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Os clientes do mercado de ações podem visualizar as informações dos seus ativos em tempo real e efetuar as ordens de compras/vendas de ações diretamente no novo site do Home Broker, onde haverá boleta aparente com a opção de preenchimento automático. Essa plataforma propicia aos clientes agilidade e uma experiência diferenciada nas negociações	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016

Desenvolvimento de produto (DP)	Disk Portabilidade, uma central que presta consultoria aos Gerentes de Relacionamento das Agências, com o objetivo de facilitar o processo de migração para um plano de previdência Bradesco, e o serviço, via SMS, oferecido pela Bradesco Saúde, que informa aos segurados o andamento de sua solicitação de reembolso	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Cartão de Crédito Virtual, que permite ao usuário solicitar um número temporário associado ao seu cartão físico para utilizá-lo em suas compras no e-commerce de forma ainda mais segura	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Nas máquinas de autoatendimento, a partir de agora, todas as transações podem ser realizadas sem cartão, apenas com a autenticação da biometria, disponível em 100% das máquinas da rede Bradesco e do Banco24Horas	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Bradesco foi o primeiro banco brasileiro a permitir que seus clientes comprem euro por meio das máquinas de Autoatendimento. Além do euro, é possível comprar dólar sem a necessidade de acompanhamento de um funcionário, com ampliação de	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017

	horário para atender a necessidade de nossos clientes, de forma rápida e segura									
Desenvolvimento de produto (DP)	Possibilidade de ativar, recadastrar ou trocar o dispositivo de segurança físico pelo Token no celular diretamente nas máquinas de Autoatendimento.	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Pagamentos Digitais: Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code, sendo o último uma solução inédita entre os bancos e, assim, passamos a ter a solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Biometria de Voz: no Bradesco, sua voz é sua senha, o que confere ainda mais praticidade e usabilidade ao acessar a conta através do Fone Fácil	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Iniciou-se em 2018 parceria com a Apple para utilização dos cartões Bradesco no aplicativo Apple Pay para pagamentos em estabelecimentos comerciais	Específica		N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Saques em Libras pela Íris - Intérprete Digital de Libras Bradesco	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019

Desenvolvimento de produto (DP)	BITZ Serviços Financeiros S.A., nova empresa da Organização Bradesco, que ingressa no mercado brasileiro de Carteiras Digitais e Contas de Pagamento.	Específica		N	N	S		RI	Fato relevante Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	O lançamento do Pix no next foi realizado simultaneamente com o mercado	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Bitz, a carteira digital do Bradesco - Lançado oficialmente ao mercado em setembro de 2020, o Bitz é uma carteira digital que possui uma conta pagamento grátis, com rendimento do saldo de 100% do CDI	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Contratação totalmente on-line via canais digitais (Net Empresa e mobile PJ) do QR Code imediato para os terminais de caixa (TEF), POS e e-commerce para todos os clientes pessoas jurídicas	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	BRAIN (Bradesco Inteligência de Negócios), automatizamos o processo de majoração de limites de cartões de crédito, que passa a ser feito na ocasião de corte da fatura com comunicação ao cliente por SMS e a isenção de anuidade baseada no relacionamento para cliente investidor	Específica		N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Primeiras agências bancárias brasileiras a operar com 5G atestaram excelentes resultados: transações mais ágeis, especialmente na troca de arquivos, onde se exige maior banda e menor latência	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Campanha de update do aplicativo para oferecer ainda mais segurança, com componentes criptografados e atualizados, além de inovações para o cliente compartilhar dados para experiências com Open Finance, ligar para a central usando VOIP (Voz sobre IP), utilizar o microfone para interagir com a BIA, pagar as contas usando o leitor de PDF e fazer um PIX usando o leitor de QR Code	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	adoção de biometria, recarga de cartões por aproximação (NFC) e melhoria da conexão com a Empresa	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	A plataforma digital, operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, que foi remodelado em decorrência da pandemia para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros, apresenta enorme potencial de vendas dos produtos de seguros. Ao longo da pandemia foram 212,3	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020

	milhões de downloads e mais de 91 milhões contas digitais criadas, números atualizados até 23 de agosto de 2020									
Desenvolvimento de produto (DP)	Acesso por Biometria - possibilidade para acessar o App, usando a biometria como instrumento de segurança;	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Cartão de Crédito Virtual - opção para o cliente pagar suas compras na internet e manter as informações do seu cartão físico protegidas	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Início das operações da maquininha CAIXA Pagamentos	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Inclusão Digital Benefícios que já podem ser recebidos por meio do CAIXA Tem	Genérica		n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	O 1º Feirão Digital CAIXA da Casa Própria contou com a oferta de mais de 180 mil imóveis de 633 incorporadoras ou construtoras por meio de uma plataforma online disponibilizada no site da CAIXA	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	A Poupança Digital é a nova modalidade de conta de depósitos. Movimentada pelo App CAIXA Tem, tem jornada	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2021

	inteiramente digital, seja em sua abertura ou na transformação de Poupanças Sociais Digitais em Poupança Digital									
Desenvolvimento de produto (DP)	Criação da primeira conta corrente exclusivamente eletrônica, a iConta	Específica		n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Implantação de importante projeto de biometria.	Específica		n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Transformação digital levou a um aumento da participação de nossas operações digitais, isto é, vendas, aberturas de contas e acessos pela internet e pelo aplicativo no celular	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Estamos aumentando a conexão entre canais online e offline (o2o) para otimizar os resultados do banco.	Genérica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	No WhatsApp Itaú, nosso foco foi expandir o número de serviços e clientes atendidos pelo canal. Lançamos um número de contato para atender clientes pessoas jurídica e um número de contato exclusivo para tratar de renegociações com clientes pessoa física, desde a simulação até a contratação e atende até mesmo contas bancárias inativas. Fornecemos também um recurso que permite que clientes não digitalizados interajam com o WhatsApp Itaú, tornando-se uma ferramenta de digitalização extremamente relevante	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Foco estratégico em processos digitais, nosso simulador estádisponível nos sites das incorporadoras e imobiliárias parceiras, aproximando nossa marca do cliente no momento em que este procura adquirir um imóvel. Atuamos de forma personalizada com o cliente em cada momento de sua jornada digital, desde o atendimento pela internet até as redes sociais, aumentando assim nossa exposição	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos o e-commerce automotivo com assistente digital, integrando meios de pagamento e serviços financeiros, em uma experiência 100% digital para o cliente.Além disso, para assegurar a segurança das nossas transações e otimizar a experiência do cliente, implantamos uma solução de biometria facial e assinatura eletrônica	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Realizamos atualizações recorrentes em nossos apps	Genérica		n	n	s		RI	Relatorio anual . RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Itaú Tag – em parceria com a ConectCar, lançamos a Itaú Tag, uma solução de pagamento automático de pedágio e estacionamento isenta de mensalidade, exclusiva para os nossos clientes	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, introduzimos o itoken (nosso dispositivo de segurança), através do uso de tecnologia de reconhecimento facial, acessado remotamente. Em 31 de dezembro de 2021, mais de 6 milhões de clientes tinham habilitado o itoken por reconhecimento facial.	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	Santander Conta Integrada, uma solução financeira inovadora para pequenas e médias empresas, que marcou a entrada do Santander Brasil no mercado de adquirência. Em parceria com a GetNet, o Santander Conta Integrada oferece ao comerciante uma conta bancária integrada, que permite ao comerciante receber em um único terminal recebíveis de transações com cartões das bandeiras Visa e Mastercard e/ou debitar cartões, além de permitir que o estabelecimento possa aceitar uma variedade grande de cartões regionais	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	O Banco ainda adquiriu 50% do capital social da Super Pagamentos, uma plataforma digital que oferece a venda de produtos e serviços financeiros por meio de cartão pré-pago	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	2014 iniciamos o processo de implementação da tecnologia de Biometria Digital em nossos Caixas eletrônicos, que permite aos nossos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas.	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2015

Desenvolvimento de produto (DP)	Lançado em 2015 no Brasil, o Santander Negócios & Empresas é uma plataforma global do Grupo Santander para o segmento de Pequenas e Médias Empresas (PME) que oferece não apenas soluções FInanceiras, como a simpliFIcação na abertura de contas ou a agilidade na instalação de maquininhas de adquirência Getnet, mas também uma série de benefícios não FInanceiros, como a capacitação e o desenvolvimento do empresário e de suas equipes e o apoio para a internacionalização do negócio por meio da rede global do Santander.	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Criamos o Santander Way, aplicativo que permite gerenciar cartões de crédito e débito do Santander de uma forma muito simples e intuitiva. Fomos o primeiro grande banco a disponibilizar um serviço dessa natureza	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Desenvolvimento de produto (DP)	Em novembro, lançamos o Santander Pass, uma solução de pagamento por aproximação com tecnologia NFC (Near Field Communication) no formato de pulseira e adesivo, permitindo a realização de	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2017

	transações de débito ou crédito sem o uso físico do plástico.									
Desenvolvimento de produto (DP)	Disponibilização de produtos e serviços em todos os canais de acordo com a conveniência para os clientes	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	A Getnet é uma empresa de tecnologia que oferece soluções em meio físico e digital para pessoas e empresas. A aquisição da Getnet, concluída em 2019, nos deu mais flexibilidade e nos permitiu criar soluções mais completas e personalizadas para nossos clientes, integrando seus serviços ao Santander Brasil	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Crescente uso das plataformas online, desenvolvemos ferramentas para tornar ainda mais simples a abertura de contas. Agora, o processo pode ser feito de maneira 100% digital, inclusive para microempreendedores. Sem burocracia e com muito mais praticidade.	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2019, lançamos o Santander Auto, uma solução de seguro de automóveis totalmente digital que se baseia no uso de análises de big data para precificação	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021

Desenvolvimento de produto (DP)	Assinatura do Acordo de Parceria firmado com o Grupo Mapfre nos segmentos de seguros gerais e pessoas (não considerando Vida Gerador de Benefício Livre-VGBL), bem como com a renovação da parceria no segmento de previdência privada aberta com o Grupo PFG - Principal Financial Group. Foram celebrados, também, Memorandos de Entendimentos para atuação nos segmentos de capitalização, com o Grupo Icatu, e no segmento de planos de assistência odontológica, com a Odontoprev e o Bradesco.	Específica	Essa menção retrata o compromisso e inovações do grupo econômico pelo relacionamento com cliente, gestão de portfólio, alocação de ativos, oferta, controle de risco e estratégia do negócio. Fonte: Relatório Anual - Itaú 2015. Essa ação estratégica remete ao desenvolvimento de produto, devido o foco ser a ampliação de seus negócios de emissão e adquirência, relacionados à nova rede de soluções de pagamento; ter acesso a novas tecnologias de soluções de pagamento e assim obter ganhos de escala e eficiência. Fonte: Época Negócios 2015. Essa menção sinaliza a a intenção do grupo econômico em ter um portfólio mais diversificado. Com a aquisição da Alpargatas e a NTS, a concentração do Itaú no portfólio da Itaúsa diminui de 97,7% ao final de dezembro para 94,2% em 2017. Setubal diz que a oportunidade de aquisisção da Alpargatas foi "muito grande e boa" e apareceu "de repente". Segundo ele, a Itaúsa "não poderia abrir	N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamento de uma bandeira brasileira de cartões de crédito, débito e pré-pagos, denominada Elo, a qual será administrada por uma companhia específica ("Elo Serviços")	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	“Bompratodos” foi lançado em abril de 2012 e configura um conjunto de medidas e vantagens, que visam o uso consciente do crédito, com a finalidade de garantir a sustentabilidade empresarial estratégia propiciou a criação de um ciclo virtuoso, aumentando o volume de negócios e a utilização de	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013

	produtos e serviços oferecidos pela instituição bancária.		mão" do ativo, que foi colocado à venda em meio à busca do grupo J&F por liquidez, após a crise gerada com a delação de seus proprietários, os irmãos Batista. Fonte: Jornaldocomércio.com.br 2017. Link: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2017/07/economia/573823-.-unibanco-deve-manter-participacao-de-90-no-portfolio-da-.sa-diz-setubal.html. Essa menção destaca a participação do banco ., no leilão do INSS, sobre a folha de pagamento dos benefícios entre 2020 e 2024.							
Desenvolvimento de produto (DP)	BB Crédito Acessibilidade, por sua vez, foi lançada em fevereiro/2012, alinhado ao programa de governo Viver Sem Limite – Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência novo produto é destinado aos clientes com renda mensal de até 10 salários mínimos para aquisição de produtos de tecnologia assistiva	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, o BB foi o 1º colocado no Ranking ANBIMA de Distribuição de Renda Variável.	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Reconhecimento público de ser um banco seguro, o Banco do Brasil é ágil e inovador nodesenvolvimento de novos produtos e serviços; (ii) Atua com foco nas ações de ciclo de vida e naprestação de bom atendimento aos seus clientes; e (iii) Oferece produtos e serviços adequados atodos os segmentos de clientes com uma das menores tarifas e taxas de juros do mercado	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Adesão do Banco do Brasil ao Fatca (Foreign Account Tax Compliance Act) ou Lei de Conformidade das Obrigações	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2015

	Tributárias de Contas Estrangeiras									
Desenvolvimento de produto (DP)	Política específica de Responsabilidade Socioambiental (PRSA), em atendimento à Resolução CMN n° 4.327, de 25/4/2014, e ao Normativo Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN nº14.	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	A partir de 04 de abril de 2011, o Bradesco, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal passaram a oferecer os cartões com a bandeira brasileira Elo.	Específica		N	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Com a aquisição do HSBC Brasil, o portfólio de cartões foi ampliado, o que consolida nossa posição no cenário financeiro nacional	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018
Desenvolvimento de produto (DP)	Seguro Auto Light Rede Referenciada, por ser o primeiro seguro da companhia formatado, a partir das novas regras de flexibilização da Susep, divulgadas em setembro de 2021. Lançado em dezembro 2021, o produto tem como objetivo ser mais flexível, promovendo a ampliação do acesso à população, sem abrir mão da proteção, por um custo mais acessível	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022

Desenvolvimento de produto (DP)	criou o novo modelo de atendimento CAIXA traduzido em um conjunto de dimensões inter-relacionadas	Genérica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	serviço de saque do FGTS para brasileiros em solo americano	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	No período, foram lançados o novo Cartão Universitário, o Cartão de Crédito Turismo CAIXA Platinum e o Cartão Epidemia Corinthiana e, em linha com as premissas do Programa CAIXA Melhor Crédito, fez reduções nas taxas de juros dos cartões de crédito, nas linhas rotativo, saque emergencial em dinheiro, parcelamento e acordo em fatura	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamento do crédito imobiliário IPCA, com mais de 1,5 milhão de simulações em 11 dias	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Em janeiro de 2020, a CAIXA anunciou a intenção de lançar uma linha de crédito imobiliário com taxa de juros fixa.	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2020
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2015, reconhecidos pelas principais publicações do mercado de Private Bank. Essas premiações sãoresultado da avaliação de importantes instituições eparticipantes do mercado de Wealth Management e consideram o	Genérica		n	n	n		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015

	relacionamento com cliente, gestão deportfólio, alocação de ativos, oferta, controle de risco eestratégia do negócio										
Desenvolvimento de produto (DP)	Operar uma nova rede de pagamentos eletrônicos, por meio de uma sociedade controlada pela MasterCard	Específica		n	n	n		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Desenvolvimento de produto (DP)	Nova fase, de maiorDiversificação donosso portfólio de investimentos	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2017	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Ampliação dos serviços prestados de forma digital, como pagamento de pensionistas do INSS via rede 24h, depósito de cheque e recuperação de senha de cartões pelo app do Itaú	Específica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2019	2019
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2020, o Grupo do Setor Público passou por uma reestruturação para simplificar suas operações e reforçar sua carteira de produtos com o objetivo de criar uma experiência com o banco mais abrangente e completa para a sua clientela	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia . B3	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	Santander Light", um cartão de crédito com taxas de juros mais baixas que outros cartões	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia	2011

										Santander B3	
Desenvolvimento de produto (DP)	Inovação do ano foi o lançamento do primeiro Fundo de Capital Protegido Ouro no Varejo, que gerou captação de mais de R$ 300 milhões	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2011, lançamos o primeiro fundo de capital protegido ouro em banco de varejo com entradas líquidas de R$300 milhões e o fundo de capital protegido strategy em moedas que permitem a rolagem trimestral com base no cenário econômico, com entradas líquidas de R$180 milhões	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos uma rede exclusiva de oportunidades para os clientes dos Cartões Santander, o Santander Esfera	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos um novo modelo de atendimento que simplifica a vida de pequenos e médios empresários, pois passam a ter o mesmo gerente nas suas contas de pessoa física (PF) e pessoa jurídica (PJ)	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançamos um novo produto, o Santander Prev Inflação, para clientes com perfil de investimento arrojado, dispostos a assumir riscos e interessados em manter o estilo	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012

	de vida no momento da aposentadoria										
Desenvolvimento de produto (DP)	Lançar o primeiro produto de crédito imobiliário oferecido por um banco privado no Brasil com prazo de 35 anos	Genérica		n	n	n		OUTROS	Outros	2012
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, focamos no lançamento de produtos que proporcionam investidores brasileiros com acesso a mercados externos	Genérica		n	n	n		OUTROS	Outros	2013
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, lançamos o Santander Conta Combinada, que permite aos nossos clientes escolher entre quatro tipos de contas, de acordo com seu perfil.	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Com base em nossa experiência global, que começou a oferecer aos nossos clientes brasileiros um grupo de fundos que investem em ações globais	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, focamos no desenvolvimento das relações com nossos clientes, implementando um novo modelo de cobertura e fortalecimento da parceria com os demais segmentos do Banco através venda cruzada de produtos (cross selling).	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Desenvolvimento de produto (DP)	Dois cartões inovadores no mercado: “Play”, voltado ao Universitário, com um limite	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia	2017

	dinâmico, que cresce de acordo com o uso e a histórico de pagamento do cliente. • "1|2|3", voltado para o público de média-alta renda e segmento Van Gogh. "1|2|3" possibilita que seus clientes acumulem pontos no programa de relacionamento Esfera (cada dólar gasto vale 1 ponto em transações domésticas, 2 pontos em transações pela internet e 3 pontos em transações internacionais)								Santander B3	
Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2017, adquirimos 70% da Ipanema Empreendimentos e Participações S.A., empresa que atua diretamente na gestão de portfólios de créditos em atraso e que deverá ampliar ainda mais nossa expertise na recuperação de crédito	Específica		n	n	n		OUTROS	Outros	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	Joint venture com a HDI Seguros S.A. ("HDI Seguros") no segmento de seguros de automóveis	Específica		n	n	n		OUTROS	Outros	2017
Desenvolvimento de produto (DP)	+Fidelidade, um programa de fidelidade com o objetivo de oferecer incentivos aos nossos agentes com base em sua fidelidade e nível de relacionamento com o Grupo Santander Brasil e Webmotors. Temos procurado melhorar a experiência de pós-venda dos	Específica		n	n	n		OUTROS	Outros	2020

	clientes através de várias funcionalidades									
Desenvolvimento de produto (DP)	Ajudamos a estruturar, por exemplo, em 2020, a segunda emissão de Sustainabilitylinked Bond do mundo e trouxemos linhas de financiamentos inéditas no Brasil com os Sustainability-linked Loans	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de produto (DP)	CDB Baixo Carbono, voltado a empresas interessadas em investimentos sustentáveis de baixo risco	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de mercado (DM)	Programa que tem como objetivo o atendimento de excelência, a rentabilização e a fidelização da base de clientes e cujos investimentos incluem aumento de quantidade de funcionários no front office, treinamento em todos os níveis, disponibilização de facilitadores negociais, revitalização das agências (inclusive com adoção de novo modelo de agência), integração de canais, expansão e substituição de todos os TAAs obsoletos e gestão mais estratégica das salas de autoatendimento para garantir	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012

	funcionamento pleno dos terminais nos quais são realizadas cerca de 40% das transações da Empresa.										
Desenvolvimento de mercado (DM)	Nova dinâmica de trabalho em mais de 1.300 agências especializadas no atendimento de varejo	Genérica		S	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Desenvolvimento de mercado (DM)	Patrocinamos a 12ª edição da Brasil Game Show – BGS, uma das maiores feiras de games da América Latina. Os clientes com Ourocard puderam entrar com uma hora de antecedência no evento. O patrocínio faz parte da nossa estratégia de rejuvenescimento da base de clientes.	Específica		S	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Desenvolvimento de mercado (DM)	A reorganização da rede de atendimento objetiva a sua adequação ao novo perfil e comportamento dos clientes e compreende, além das medidas de otimização de estrutura descritas acima, outros movimentos de revisão e redimensionamento nas	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2021

	diretorias, áreas de apoio e rede, privilegiando a especialização do atendimento e a ampliação da oferta de soluções digitais									
Desenvolvimento de mercado (DM)	Firmou com o Banco BNP Paribas Brasil S.A. (BNP Paribas) um acordo de esforços conjuntos para viabilizar a potencial transferência na prestação de serviços locais aos clientes de Private Bank do BNP Paribas que optarem por migrar para o Bradesco, em decorrência da decisão do BNP Paribas de descontinuar seus serviços locais nesse segmento.	Específica		S	N	N		RI	Fato relevante Bradesco RI	2022
Desenvolvimento de mercado (DM)	Além da rede de atendimento física, a Caixa também disponibiliza aos seus clientes os aplicativos de acesso à conta via smartphones e tablets e o Internet Banking Caixa, que alcançaram, no primeiro trimestre de 2014	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Desenvolvimento de mercado (DM)	a Caixa iniciou uma nova fase nas relações com seus clientes nas redes sociais	Genérica		s	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014

Desenvolvimento de mercado (DM)	Como resultado de uma ação integrada, um esforço comercial entre os segmentos da Super e do Santander Brasil, tais como PMEs e a rede de agências, nós aumentamos o número de usuários ativos dessa plataforma de pagamento digital de cerca de 76.000 usuários ativos em dezembro de 2015 para aproximadamente 223.000 usuários ativos em dezembro de 2016, o que levou a um aumento nas taxas recebidas pela Super de aproximadamente 350% entre 2015 e 2016.	Específica		s	n	n		OUTROS	Outros	2016
Desenvolvimento de mercado (DM)	Santander Especial – Novos clientes que abriram suas contas em nossos canais digitais têm acesso ao Santander Direct.	Específica		s	n	n		OUTROS	Outros	2021
Desenvolvimento de mercado (DM)	Estabelecer parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento e de estreitar parcerias com novas redes varejistas, buscando a escala na venda de produtos e serviços com menor impacto sobre as estruturas internas.	Específica	Essa menção retrata a oportunidade do grupo econômico, a partir do braço da .tec, levar sua expertise de automação comercial e bancária para outros países da América Latina. Com destaque para o atendimento de empresas no México. (Fonte: Relatório anual 2012). Essa menção reflete a incursao do grupo econômico no mercado de	N	S	N	Especificamente,a .tec ampliou sua linha de produtos de computação, a partir da inovação embarcada em software de gestão empresarial, integração de tecnologia para o varejo e distribuição de impressoras. A digitização dessa menção está em expandir a oferta de produtos inovadores da Ticket Serviços para o	B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Ampliar sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais.	Genérica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012

Desenvolvimento de mercado (DM)	Bradesco assumirá as operações do BAC Florida, com o principal objetivo de ampliar a oferta de investimentos nos EUA aos seus clientes de alta renda (Prime) e do Private Bank, além de outros serviços bancários, como conta corrente, cartão de crédito e financiamento imobiliário. Esta operação também proporcionará ao Bradesco a oportunidade de expandir negócios relacionados a clientes corporativos e institucionais	Específica	soluções em benefícios aos trabalhadores,incrementando a capilaridade e expandindo os canais de vendas . Fonte: Valor econômico, 2019. link: https://valor.globo.com/financas/noticia/2019/09/03/destaques.ghtml	N	S	N	mercado brasileiro, complementa o CEO Américas da Edenred, Gilles Coccoli. Fonte: monitor mercantil, 2019. link: https://monitormercantil.com.br/aprovada-a-parceria-entre-.-unibanco-e-ticket-servicos/	RI	Fato relevante Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de mercado (DM)	Realização de parceria estratégica com atuação em segmentos específicos de negócios relacionados à Adquirência, buscando fortalecer sua atuação no mercado de meios de pagamento eletrônicos, conforme Comunicado ao Mercado divulgado em 22 de janeiro de 2021. A empresa Fiserv, Inc. foi selecionada no processo competitivo.	Específica		n	s	n		RI	Fato relevante Caixa RI	2021
Desenvolvimento de mercado (DM)	Expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina.	Genérica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2012	2012

Desenvolvimento de mercado (DM)	Parceria com a empresa Ticket.	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2018	2018
Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2011, a área deu continuidade ao seu reposicionamento no mercado, iniciado no ano anterior	Genérica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Global Corporate Banking (“GCB”) é uma unidade de negócios global que cobre aqueles clientes que, devido a seu tamanho e complexidade, exigem serviços personalizados ou produtos de atacado com alto valor agregado	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2021 investimos na criação de uma estratégia de conteúdo robusta através dos nossos canais de mídia social, focando no fornecimento de publicações constantes sobre o ambiente econômico e tutoriais.	Genérica		n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2022
Desenvolvimento de mercado (DM)	A presença internacional do Santander, com plataformas de distribuição de produtos e serviços em Madri, Londres e Nova York, é outra vantagem competitiva nesse mercado. Empresas brasileiras que querem aproveitar oportunidades de negócios na Europa encontram no banco um meio seguro de ampliar seus mercados	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2011

Desenvolvimento de mercado (DM)	Criação da SX Negócios, empresa especializada em atendimento remoto	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de mercado (DM)	Estabelecimento de parcerias estratégicas visando aumentar a atuação, especialmente para apoiar o movimento de internacionalização das empresas brasileiras.	Específica	Essa menção trata a respeito da expansão do crédito no banco, adentandp em mercados/operações de menor risco.Alfredo Egydio Setubal, vice-presidente do Itaú Unibanco, citou os empréstimos às empresas de grande porte (por meio do Itaú BBA), o financiamento imobiliário e o crédito consignado como alguns exemplos de operações que vão levar o banco a encerrar o ano com crescimento entre 14% e 15% nos empréstimos.Fonte: Valor econômmico 2012. link: https://valor.globo.com/financas/noticia/2012/04/26/temor-de-calotes-derruba-bancos-na-bolsa.ghtml. A menção trata da atuação do grupo econômico em um nicho de mercado específico, aproveitando a capilaridade do Itaú Unibanco. Com isso, investiu na área de distribuição e pesquisa, contratou executivos experientes no setor. Em	N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Aquisição de 100% do capital social do EuroBank,	Específica		N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Aquisição de 51% do capital social total e votante do Banco Patagonia S.A., com sede em Buenos Aires, Argentina	Específica		N	N	N		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Aquisição e incorporação de instituições financeiras, o estabelecimento de parcerias estratégicas, além da intensificação de seu processo de internacionalização.	Genérica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de mercado (DM)	O Banco do Brasil continua focado na estratégia de expansão e fortalecimento da atuação internacional. Atualmente está presente em 24 países	Específica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2012
Desenvolvimento de mercado (DM)	Aquisição e incorporação de instituições financeiras	Genérica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013
Desenvolvimento de mercado (DM)	Intensificação do processo de internacionalização	Genérica		N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2013

Desenvolvimento de mercado (DM)	A rede de atendimento será reorganizada de forma a adequar-se ao novo perfil e comportamento dos clientes, com o aproveitamento de sinergias, a otimização de estruturas e a ampliação de serviços digitais, sem comprometer a presença do BB nos municípios em que atua. Ao final, 379 agências serão transformadas em postos de atendimento (PA) e 402 serão desativadas	Específica	2011, a maioria das operações do Itaú BBA coube aos eurobônus. Alexandre Aoude, diretor executivo da área de renda fixa do banco, observa que uma das operações destaques foi um empréstimo sindicalizado.operação de US$ 720 milhões, com prazo de dez anos, feita para a Petroserv, em conjunto com outros cinco bancos, todos de capital estrangeiro. Nessa transação, o Itaú BBA colocou-se como líder global de empréstimo sindicalizado e a operação recebeu o prêmio "Deal of the Year 2011 (Américas)" concedido pela International Project Finance Association. Fonte: Valor econômico. link: https://valor.globo.com/noticia/2012/03/30/.-bba-intensifica-atuacao-em-diferentes-segmentos-do-mercado.ghtml	N	N	N		RI	Fato relevante BB RI	2016
Desenvolvimento de mercado (DM)	Contrato de compra de ações com os acionistas controladores do BAC Flórida Bank (“BAC Florida”), banco que oferece a 45 anos diversos serviços financeiros nos Estados Unidos, com destaque para pessoas físicas de alta renda não-residentes	Específica		N	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019
Desenvolvimento de mercado (DM)	Caixa Seguridade, para focar nos mercados de seguros, previdência, capitalização e consórcios	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	implementou um plano estratégico de 10 anos para incremento de sua participação no mercado de crédito brasileiro	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia Caixa B3	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Presença CAIXA em 100% dos municípios	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2019

Desenvolvimento de mercado (DM)	Caixa Seguridade Participações S.A. (“Caixa Seguridade”), concluiu a operação e a implementação do acordo com a CNP Assurances S.A. (“CNP”) para a formação de uma nova sociedade que explorará conjuntamente, pelo prazo de 25 anos, os ramos de seguros de vida, prestamista e os produtos de previdência na rede de distribuição da CAIXA, conforme Fatos Relevante divulgados em 29 de agosto de 2018 e 19 de setembro de 2019.	Específica		n	n	n		RI	Fato relevante Caixa RI	2020
Desenvolvimento de mercado (DM)	firmou nesta data, com a Icatu Seguros S.A. (“Icatu”) acordo de associação (“Acordo Icatu”) para a formação de uma nova sociedade que explorará, pelo prazo de 20 anos, o ramo Capitalização na rede de distribuição da Caixa Econômica Federal (“Balcão CAIXA”).	Específica		n	n	n		RI	Fato relevante Caixa RI	2020
Desenvolvimento de mercado (DM)	firmou, nesta data, com a Tokio Marine Seguradora S.A. (“Tokio Marine”) acordo de associação (“Acordo Tokio Marine”) para a formação de uma nova sociedade que explorará, pelo prazo de 20 anos, os ramos de seguros Habitacional e Residencial na rede de distribuição da Caixa	Específica		n	n	n		RI	Fato relevante Caixa RI	2020

	Econômica Federal (“Balcão CAIXA”).										
Desenvolvimento de mercado (DM)	Abertura de agências em regiões desassistidas	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Caixa RI	2022
Desenvolvimento de mercado (DM)	Atuação no mercado de pequenas e médias empresas, financiamento de veículos e crédito imobiliário.	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Atuação no nicho Ultra Large(maiores companhias do Brasil).	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	O rápido crescimento de muitas empresas brasileiras levou o Santander a iniciar um processo de integração das áreas de Corporate e Empresas em 2011.	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011
Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2011, abrimos quatro novas agências de private banking sendo uma em São Paulo, uma em Belo Horizonte, uma no Rio de Janeiro e uma em Curitiba para permitir que os clientes conduzam todas as transações bancárias em um ambiente privado	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Desenvolvimento de mercado (DM)	Aquisição do Banco Real	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia	2013

										Santander B3	
Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2013, revisamos tanto o modelo de segmentação de pessoas físicas quanto de pessoas jurídicas para refletir melhor as mudanças macroeconômicas do mercado brasileiro e as mudanças no perfil dos nossos clientes. Criamos uma nova segmentação para clientes com alta renda, o Santander Select, e ajustamos a nossa segmentação de pessoas jurídicas para melhor atender as necessidades financeiras de nossos clientes	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Desenvolvimento de mercado (DM)	Foram abertas 61 agências Santander Select exclusivas com 400 gerentes de relacionamento	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2015, focamos no lançamento e posicionamento do Santander Negócios & Empresas, composto por uma oferta financeira e não financeira que tem o objetivo de fortalecer a presença do banco entre as pequenas e médias empresas brasileiras, oferecemos soluções únicas como Santander Conta Integrada e o Cartão Santander Negócios & Empresas	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2016

Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2015, a UniCredit e o Branco Santander chegaram a um acordo para combinar as suas unidades de gestão de recursos de terceiros.	Genérica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2016
Desenvolvimento de mercado (DM)	Reestruturamos toda a nossa atividade e ganhamos protagonismo no setor. O produtor rural ganhou um atendimento ainda mais especializado e até bem perto da porteira, com a criação de agências vocacionadas. O modelo oferece suporte de agrônomos e tecnologia para apoiar os cliente	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Desenvolvimento de mercado (DM)	Lançamos a marca Olé Consignado, reposicionando o produto no segmento de crédito consignado, em linha com a nossa estratégia de ampliar a participação nesse setor	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Desenvolvimento de mercado (DM)	Também expandimos nossa operação no mercado de atacado, oferecendo serviços como financiamento, pagamento e câmbio a grandes empresas. Nossa atuação se reflete diretamente no aumento das transações entre o Brasil e outros países, como é o caso da China	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2019

Desenvolvimento de mercado (DM)	Rede Norte Amazônica, unidade de negócios composta pelos estados do Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima. Reforçamos nossa estrutura para atender nossos clientes nesses estados e chegamos ao final de dezembro com 36 lojas.	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Desenvolvimento de mercado (DM)	Nova rede comercial Rede Norte Amazônica, com o objetivo de expandir nossa atuação na região, e estabelecemos a Rede Norte Amazônia, unidade de negócios composta por quatro estados brasileiros (Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima), com o objetivo de fomentar os negócios na região e com especial enfoque na sustentabilidade. Desde sua criação, disponibilizamos mais de R$ 270 milhões em linhas de crédito para cooperativas e agroindústrias, bem como para produtores de produtos amazônicos que adotam práticas sustentáveis	Específica		n	n	n		OUTROS	Outros	2021
Diversificação (DV)	Lançou, em parceria com o Waze, um serviço pioneiro no mercado: em uma "situação emergencial", como uma colisão com um veículo, pane ou pneu furado, os usuários do	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017

	aplicativo podem acionar o serviço de Assistência Dia e Noite da Bradesco Seguros, independentemente de serem segurados									
Diversificação (DV)	Parceria comercial com a empresa Bematech em outubro último, com objetivo de oferecer ao pequeno e médio varejista soluções inovadores de automação comercial móvel, gestão de operações, transação eletrônica de fundos e integração à plataforma fiscal (Nota Fiscal ao Consumidor Eletrônica)	Específica		s	n	n		OUTROS	Outros	2014
Diversificação (DV)	Levamos a praticidade do mundo digital também para o setor de seguros, com o início da operação da Santander Auto. Controlada em parceria com a seguradora alemã HDI, a empresa veio completar o ciclo de atuação do Banco no mercado automotivo	Específica		s	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2019
Diversificação (DV)	Nova sociedade anônima, denominada Brasildental Operadora de Planos Odontológicos S.A., desenvolver e divulgar, e por meio da BB Corretora, distribuir e comercializar planos odontológicos sob a marca BB Dental, com exclusividade em todos os canais BB no território nacional.	Específica	Essa menção ilustra a mudança de posicionamento da .tec, de uma empresa antes voltada à oferta de computadores e servidores, para um modelo mais amplo, que contempla serviços e software, com sistemas voltados aos setores financeiro e de varejo. Fonte: Valor	N	S	N	Por ser tratar de automação comercial e bancária, que desenvolve caixas eletrônicos (ATM) e tecnologia corporativa em geral. Fonte: Valor econômico. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/15/venda-e-fechamento-de-operacoes-colocam-em-	RI	Fato relevante BB RI	2013

Diversificação (DV)	Explorar negócios relacionados a programa de fidelidade por coalizão. O programa de fidelidade por coalização permite que o cliente acumule eresgate pontos em diversos parceiros	Específica	econômico link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/15/venda-e-fechamento-de-operacoes-colocam-em-xeque-futuro-da-.tec.ghtml. Essa menção aponta que a estratégia de investir na diversificação, a partir dos canais digitais, vem trazendo resultados positivos, devido a adesão dos clientes. A menção retrata o interesse do grupo econômico em e propor desenvolvimento tecnológico, avaliar a experiência dos clientes e acompanhar tendências mundiais quanto ao novo contexto de negócios, a fim de garantir a diversidade na organização. Fonte: Relatórios anual 2017 .	N	S	N	xeque-futuro-da-.tec.ghtml. A menção retrata o crescimento dos canais digitais. Isso reflete a assertividade das ações voltadas à digitização. No entanto há que se clarificar os conceitos de digitalização e digitização. De acordo com Roberto Setubal, presidente executivo do Itaú-Unibanco, "no Itaú, o foco é dirigir esforços para a digitalização dos serviços". Fonte: link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2016/06/28/conta-na-tela.ghtml	RI	Comunicado ao mercado BB RI	2014
Diversificação (DV)	O IG-SEST é composto por três dimensões: Gestão, Controle e Auditoria, Transparência das Informações; e Conselhos, Comitês e Diretorias	Específica		N	S	N		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2018
Diversificação (DV)	Os 10 compromissos demonstram nosso alinhamento às tendências da gestão integrada e à importância de nosso papel transformador no oferecimento de produtos e serviços, na promoção da transição para uma economia verde e inclusiva e na ampliação de nossa atuação em busca de criação de valor	Genérica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2022
Diversificação (DV)	Aprimorar nossa participação no Programa Climate Change, contamos mais uma vez com os serviços de associado ao Benchmark Club, do CDP, o que proporcionou incrementar ainda mais nosso score, passando de B- em 2020 para B em 2021, reforçando ainda mais que o BB vem incorporando práticas ASG em sua estratégia e atuação.	Específica		N	S	N		B3	Formulario referencia BB B3	2022

Diversificação (DV)	Vilas Bradesco, responsáveis por cerca de 80% do nosso fluxo de trabalho. Atualmente, possuímos 22 vilas em funcionamento e 10 já em estruturação, alocando aproximadamente 3 mil pessoas que compõem grupos multidisciplinares responsáveis por atuar com metodologia ágil, estratégia que utiliza como base a tecnologia. Essa metodologia nos garantiu um aumento de 53% nas entregas de 2021 e uma redução de 40% no tempo de entrega de novas funcionalidades (vs 2020)	Específica		N	S	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Diversificação (DV)	Aquisição 70% da empresa BioLogica Sistemas Ltda., atuação no desenvolvimento de software na área de Biometria Computacional e Análise de Sinais	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2012	2012
Diversificação (DV)	Em 2015, 67% das transações feitasno banco vieram dos nossos canais digitais	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Diversificação (DV)	Comitê Consultivo Digital Advisory Board	Genérica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2017	2017
Diversificação (DV)	Investimos em tecnologia e na diversificação da oferta de produtos e serviços,	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2011

	contemplando os diversos segmentos em que atuamos									
Diversificação (DV)	Webcasas passou por uma grande reformulação em 2012, ganhando melhor apelo visual e importante reforço tecnológico garantindo novas funcionalidades à ferramenta, que também ficou mais amigável para os usuários	Específica		n	s	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Diversificação (DV)	Em 19 de fevereiro de 2018 e 28 de fevereiro de 2018, o Santander Brasil concluiu a aquisição da totalidade das ações da Isban Brasil S.A. e da Produban Serviços de Informática S.A. (“Empresas de Tecnologia”), indiretamente controladas pelo Santander Espanha	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2017
Diversificação (DV)	Os call centers da Companhia oferecem aos seus clientes a oportunidade de fazer consultas, executar transações de pagamento e solicitar produtos e serviços, como empréstimos pessoais	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Diversificação (DV)	Monitor Bandeiras. Em 2018, a metodologia passou a incluir todas as aquisições e, para melhor comparação, os valores de 2017 e 2016 foram reapresentados.	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2019

Diversificação (DV)	Parceria com a Samsung, solução que oferece abertura de conta digital, vendas de cartões e empréstimos da SIM na primeira tela do Samsung pay	Específica		n	s	n		OUTROS	Outros	2021
Diversificação (DV)	Adquirimos a Solution4fleet, empresa especializada em locação de veículos para terceiros. A Solution4fleet oferece serviços como assistência, gestão de frotas, inspeção, manutenção de veículos e gestão de multas. É a única empresa do mercado brasileiro que possui um ecossistema completo para gestão de frotas e operações de locação	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2022
Diversificação (DV)	Iniciamos um processo para reformular a forma como interagimos com os clientes através do nosso canal remoto. Em 2021, essa transformação nos permitiu atingir mais de 740.000 vendas em 31 de dezembro de 2021	Específica		n	s	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2022

Diversificação (DV)	Token Gestão de Contas de Pagamento S.A. (“Token”) - para explorar as atividades de gestão de contas de pagamento pós-pagas e de gestão da funcionalidade de compras via débito no âmbito dos arranjos de pagamento Ourocard, em consonância com as normas do marco regulatório no setor de meios eletrônicos de pagamento (Lei nº 12.865/2013)	Específica	Essa menção caracteriza a mudança no modelo de atendimento ao cliente, com foco na digitização dos processos, pois o formato e meio de atendimento é totalmente novo, permitindo que os clientes tenham acesso ao banco por diferentes plataformas. Nesse momento, o Itaú lança o Personnalité Digital, um serviço digital que oferece aos clientes atendimento das 7h à meia noite por meio de chat, e-mail, telefone, SMS e videoconferência. Fonte: Meio e mensagem, 2015. https://www.meioemensagem.com.br/home/arquivo/noticias/2015/03/31/.-cria-agencia-digital-para-clientes-personnalite.html. Quanto a diversificação, essa menção retrata um novo formato de atuação, fomando um birô de crédito, controlado pelos grandes bancos brasileiros, Itaú Unibanco, Bradesco, Santander, Banco do Brasil e Caixa. Com a oferta de serviços de análise de crédito, informações sobre transações, validação da identidade de clientes e	N	N	S	Quanto a digitização, a menção retrata a evolução nos meios de atendimento. Inicia-se a descentralização do atendimento bancário presencial para os modelos digitais, inicialmente com horários pré-definidos, devido a interação humana que se fazia necessária àquele momento. Essa menção identifica o início da transformação digital do sistema financeiro. Segundo os bancos participantes, a GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e de crédito de pessoas físicas e jurídicas. Os clientes terão que autorizar a inclusão de suas informações no banco de dados, conforme exigido pelas normas aplicáveis. Essa ação é o início do open banking, hoje intitulado open finance. Fonte: Istoédinheiro, 2016. link: https://www.istoedinheiro.com.br/cade-iniciara-analise-da-criacao-da-gestora-de-inteligencia-de-credito-gic/. Essa menção cita a evolução das funções do aplicativo do Itaú.	RI	Fato relevante BB RI	2015

			tratamento de dados em geral,além de prover agilidade para o desenvolvimento de novos produtos.				Lançado em 2008, para consulta de saldo e extratos, em 2015 foi implantado novas funções como Transferências, investimentos, contratação de crédito e seguros, acompanhamento da fatura do cartão de crédito. A transformação digital com este canal mobile é afirmada pela representatividade de 17% das preferências dos correntistas, um crescimento de 5% de participação em relação ao ano anterior. Fonte: Tiinside, 2016. O grupo econômico faz uma radical mudança nos negócios, antes voltados a fabricar e vender produtos de informática, para a prestação de serviços e automação no setor bancário. A transformação digital com este novo modelo de negócio se dá a partir da liberação do CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), onde o Itaú deve se comprometer a não discriminar plataformas concorrentes da XP, bem			

Diversificação (DV)	Criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos	Específica	link: https://valor.globo.com/financas/noticia/2018/06/11/biro-dos-5-grandes-quer-ir-alem-do-risco-de-credito.ghtml. A menção identifica a diversificação pela abrangência de público e acesso em qualquer localização geográfica. Denota a transformação digital por ser uma ruptura no modelo tradicional de atendimento bancário. Fonte: Febraban, 2019. link: https://noomis.febraban.org.br/temas/banco-digital/aplicativos-de-bancos-evoluem-e-ganham-novas-funces. Essa menção mostra a efetividade do canal digital. A diversificação é confirmada pela abrangência nos mercados a serem atendidos, indiferente a localização. A TD se dá pelo novo formato de atendimento, aliando inovação e tecnologia nos produtos e processos. Notícia do site TI(2016), retrata o crescimento de 23% em relação ao ano anterior, mais de 40% dos correntistas pessoas físicas e 60% das pessoas jurídicas,	N	N	S	como a não discriminação, pela XP, de ofertantes de produtos de investimentos concorrentes do Itaú. Fonte: https://forbes.com.br/negocios/2018/03/cade-aprova-por-maioria-compra-de-fatia-da-xp-investimentos-por-.-unibanco/. O engajamento dos clientes com o formato de atendimento digital é percebido devido o onboarding presencial que caiu (7%), de 1,07 milhão para 1 milhão em 2019. Fonte: MobileTimes, 2020. link: https://www.mobiletime.com.br/noticias/11/02/2020/banco-.-termina-2019-com-125-milhoes-correntistas-nos-canais-digitais/. A menção apresenta relação com a transformação digital, pois o ITI oferece conta digital e serviços gratuitos ou mais baratos que os de uma conta tradicional. Apesar de não ser o único player no mercado, o grupo econômico entende que se não lançar produtos que concorram com os próprios, outros certamente, afirmou	RI	Comunicado ao mercado BB RI	2016

			acessam os serviços bancário por meio digital. Fonte: Tiinside.com.br, 2016. Essa menção faz referência ao processo de desinvestimento no segmento de computadores, iniciado em 2013. A empresa formada pela Oki e .tec, BR Automação, foca na prestação de serviço e automação bancária e comercial. Fonte: Isto é Dinheiro, 2013. O acordo para aquisição da XP foi iniciado em 2017, à época, o presidente-executivo do Itaú Unibanco, Candido Bracher, afirmou que o maior banco privado do Brasil tinha como um dos objetivos na operação ampliar sua participação no mercado de fundos de investimentos e elevar receitas com serviços nos próximos anos. Fonte: Revista Forbes, 2018. Isso caracteriza-se como um movimento de diversificação, por se tratar de um produto de investimento a ser ofertado de modo totalmente digital, sem limitações geográficas ou de mercado consumidor. Essa menção apresenta as				o presidente do ., sr. Candido Brancher. Fonte: Valor Econômico, 2019.link https://valor.globo.com/financas/noticia/2019/11/06/.-adota-modelo-de-fintech-para-bater-rivais.ghtml			

			melhorias implementadas na versão mobile de atendimento bancário. Essa diversificação no atendimento representa um aumento de 12,5% de clientes pessoas físicas que usam os canais digitais do banco (Internet banking, SMS e mobile), de 11,1 milhões para 12,5 milhões. Com relação à parcela de pessoas jurídicas, a companhia terminou o ano de 2019 com 1,2 milhão de usuários digitais, incremento de 9% ante 1,1 milhão de 2018. Essa menção retrata a adoção de novos modelos de negócios, neste caso, a plataforma de pagamentos instantâneos "iti". O presidente do Itaú, Candido Bracher, afirmou que o produto certamente vai "canibalizar" parte da base de clientes do banco. "Mas não estamos especialmente preocupados [..] A lógica é: se for para perder receita, que pelo menos parte fique dentro de casa." link https://valor.globo.com/financas/noticia/2019/11/06/.-							

			adota-modelo-de-fintech-para-bater-rivais.ghtml								

Diversificação (DV)	As constantes inovações dos modelos de negócios e de relacionamento permitem ao Banco se manter competitivo e obter a preferência dos clientes, construindo relacionamentos sólidos e duradouros. A expansão do modelo digital é uma das principais ações que vão ao encontro da melhoria da experiência do cliente, que procura cada vez mais facilidade no relacionamento com os bancos	Genérica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2017
Diversificação (DV)	Pulseira Ourocard é uma das soluções Samsung Pay e Android Pay	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2018
Diversificação (DV)	Mantemos programas de inovação, integrando a participação de funcionários de diversas áreas, com diferentes competências, a fim de fortalecer nossa cultura digital. Iniciativas como o Pensa BB, o Action e o Hackathon que existem desde 2016.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Presença no ecossistema mais inovador do mundo, o Vale do Silício, dentro da Plug and Play, uma das maiores aceleradoras de startups do planeta, nos permite estimular o intraempreendedorismo de vanguarda, por utilizar metodologias ágeis para experimentação.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019

Diversificação (DV)	A ferramenta de NBO (Next Best Offer), tecnologia de Analytics e Big Data que indica os melhores produtos a serem ofertados com inteligência artificial, por meio da análise das informações de 50 milhões de clientes. Cada nova interação adiciona mais inteligência à ferramenta, o que amplia a assertividade da oferta para serviços e produtos, como crédito, consórcio, seguridade, captação entre outros.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Realizado o lançamento do App 3.0,	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Melhor solução financeira de inovação, com o assistente virtual no WhatsApp.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	De 2012 a 30 de junho de 2019, o Banco investiu aproximadamente R$ 22,9 bilhões em tecnologia digital, buscando melhorar a eficiência operacional, reduzir perdas operacionais, expandir negócios e melhorar o atendimento ao cliente.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	o CPR Digital, solução que permite ao cliente emitir, pelo App BB, diversas cédulas	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019

Diversificação (DV)	Recebemos a premiação, na categoria inovação, de “melhor assistente cognitivo” na Bots Brasil Awards 2019.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Instituição mais inovadora da América Latina, pela The Innovaters 2019 – Global finance, pelo case “Digital Financial Assistance using WhatsApp”	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Soluções modernas e inovadoras de meios de pagamento, tais como pagamento por aproximação, utilizada em smartphones, pulseiras ou nos cartões tradicionais emitidos com a essa tecnologia, proporcionando rapidez e conveniência	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2019
Diversificação (DV)	Unidade Inteligência Analítica, que acompanhará o desenvolvimento de técnicas, ferramentas e inovações que utilizam soluções com Inteligência Analítica e Inteligência Artificial	Específica	N	N	S		RI	Fato relevante BB RI	2019
Diversificação (DV)	Soluções Digitais e Tecnologia: gestão dos negócios e canais digitais, desenvolvimento de inteligência analítica e de produtos para o público PF e PJ e tecnologia;	Específica	N	N	S		RI	Fato relevante BB RI	2019
Diversificação (DV)	O Banco do Brasil S.A. comunica que permitirá gradativamente aos seus clientes detentores de cartões a	Específica	N	N	S		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2020

	realização de transferências de pessoa para pessoa e a realização de compras por meio do aplicativo WhatsApp								
Diversificação (DV)	Participação do Banco do Brasil no SPI é obrigatória e na modalidade direta, conforme regulamentação do Banco Central.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2021
Diversificação (DV)	Foco na preparação dos funcionários para o novo cenário, capacitando-os para sanar as dúvidas dos clientes e para utilização das novas oportunidades negociais de relacionamento	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2022
Diversificação (DV)	Investimos na adaptação de processos e negócios, bem como na criação de novos modelos de negócios no cenário de Open Banking, que serão concluídos nos próximos períodos.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia BB B3	2022
Diversificação (DV)	A Plataforma Broto atua na cadeia produtiva do agronegócio, sendo, atualmente, desenvolvida pela Brasilseg Companhia de Seguros, uma subsidiária integral da BB MAPFRE.	Específica	N	N	S		RI	Comunicado ao mercado BB RI	2022

Diversificação (DV)	Disponibilizou a nova versão do seu Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com recursos de reação dos itens ao passar do mouse, e mais de 50 inovações	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2011
Diversificação (DV)	Nova versão do Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com mais de 50 inovações, com destaque para a Tecla "A" – Acesso Rápido, o Pagamento Inteligente, que reconhece automaticamente o tipo de pagamento pelo código de barras e o Buscador, presente em todas as páginas	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2012
Diversificação (DV)	Em 30 de agosto de 2012, a exemplo disso, foi inaugurado o Bradesco Next, um espaço inovador, desenvolvido para oferecer soluções tecnológicas únicas no mundo. O público tem à disposição ambiente digital e multitouch	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012
Diversificação (DV)	Parceria com o Google, possibilitando aos clientes empreendedores individuais, micro e pequenas empresas, acesso gratuito a diversas soluções que permitem a divulgação de seus produtos e serviços pela Internet. Trata-se do "Conecte seu Negócio"	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012

Diversificação (DV)	O Alô Bradesco agora está também no Facebook. Por meio de um aplicativo, os clientes têm acesso a uma relação das principais perguntas e respostas sobre diversos assuntos bancários	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012
Diversificação (DV)	F.Banking, um aplicativo inovador, que possibilita acessar a sua conta bancária por meio do Facebook	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012
Diversificação (DV)	Chave de Segurança (Token) integrada ao celular: É um serviço inovador e pioneiro no mercado, sendo mais uma opção de conveniência ao cliente para autenticar as transações realizadas no próprio aparelho e nos demais canais digitais.	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2013
Diversificação (DV)	Primeiro aplicativo para "Google Glass", dispositivo que permite aos usuários mesclar os mundos físico e digital por meio de lentes de óculos especiais.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Diversificação (DV)	Programa Meu Doutor, pela Bradesco Saúde. A ferramenta, disponibilizada para facilitar o acesso do segurado aos serviços contratados por seu plano, possibilita aos clientes marcar consultas online com clínicos gerais referenciados para atendimento rápido, podendo até ser no mesmo dia	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013

Diversificação (DV)	Lançado o Portal Sociedade de Negócios, um novo canal de relacionamento com o micro e o pequeno empresário, que tem como objetivo apoiar a gestão do negócio e contribuir para a ampliação dos contatos comerciais.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2013
Diversificação (DV)	Bradesco Next, um espaço totalmente digital e multitouch de interação, que foi idealizado para testar novas formas de usabilidade, formatos, layout e design para serviços bancários. A estratégia em relação ao Bradesco Next é desenvolver novos serviços digitais	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2014
Diversificação (DV)	o “InovaBra”, programa para incentivar e descobrir projetos inovadores de startups, que possam ser adaptados ao setor de produtos e serviços financeiros.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2014
Diversificação (DV)	O Bradesco firmou parceria estratégica com a IBM Brasil – Indústria Máquinas e Serviços Ltda. (“IBM”)	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2015
Diversificação (DV)	2º ciclo do programa de inovação aberta, conhecido como inovaBRA, em parceria com startups, focado na criação de novos modelos de negócios, produtos e serviços	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015

Diversificação (DV)	Carro Conectado, mostrando a integração do Aplicativo Bradesco Exclusive com o Ford SYNC®, que permite a recarga de celulares pré-pago e a localização de Agências e de máquinas de autoatendimento, por comando de voz, no painel do carro	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Diversificação (DV)	Bradesco Seguros para iPad, que unifica as informações dos ramos: automóvel, residencial, capitalização, saúde, vida e previdência. O cliente pode verificar informações sobre suas apólices e adquirir produtos de capitalização e planos de previdência privada do Grupo Segurador	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2015
Diversificação (DV)	Touch ID: esta funcionalidade permite que o cliente associe sua impressão digital à uma senha de 4 dígitos, tornando mais rápido e prático o acesso à conta pelos aplicativos. Está disponível nos aplicativos Bradesco, Bradesco Exclusive e Bradesco Prime para iPhones com leitor de digital	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2016

Diversificação (DV)	Possibilidade de realizar compras no ShopFácil.com, por meio do Facebook Messenger – sistema de troca de mensagens de texto da rede social Facebook. Basta o cliente acessar o canal pelo App do smartphone ou no site, pelo computador, para receber recomendações de ofertas baseadas no seu perfil, consultar seus pedidos e realizar a compra	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Diversificação (DV)	Pulseira para Pagamentos, que conta com tecnologia de comunicação por proximidade, e permite o pagamento de compras de forma simples e rápida, apenas aproximando o dispositivo do terminal com leitor para essa tecnologia	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016
Diversificação (DV)	Memorando de Entendimentos não vinculante com o Banco do Brasil S.A., o Banco Santander (Brasil) S.A., a Caixa Econômica Federal e o Itaú Unibanco S.A., visando à criação de uma gestora de inteligência de crédito ("GIC"), que desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2016

	pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados, conforme exigido pelas normas aplicáveis								
Diversificação (DV)	InovaBra Habitat é o espaço de co-inovação brasileiro, que permite que grandes empresas encontrem startups para inovação compartilhada	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2017
Diversificação (DV)	Em outubro de 2017, lançamos o Next, uma plataforma digital nativa (Banco Digital), acessado pelo app para iOS e Android, que tem como principal missão endereçar um novo mercado de clientes (jovens Millennials com idade entre 18-35 anos) e ou hiperconectados, independente da geração	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018
Diversificação (DV)	Internet – Fomos a primeira instituição financeira no Brasil a ter um endereço eletrônico na internet e a disponibilizar serviços financeiros por meio deste canal, transformando nossos sites em ferramentas de negócio e importantes fontes de informação para clientes e não-clientes	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2018

Diversificação (DV)	Carteiras digitais para todos os smartphones – passamos a oferecer a solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado, com o uso do Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code. O serviço é um dos nossos diferenciais e está em linha com a abrangência e diversidade de perfis dos nossos clientes	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018
Diversificação (DV)	Inovação global, por meio de um espaço colaborativo em Nova York e conexões em Londres, para imersão de times internos em tendências comportamentais, tecnológicas e prospecção de startups internacionais. Para saber mais sobre o ecossistema de inovação do Bradesco, acesse inovabra.com.br	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018
Diversificação (DV)	Plataforma 100% digital, que oferece às pessoas jornadas rumo à conquista de objetivos, gerenciamento financeiro, praticidade no dia a dia, soluções inteligentes e liberdade para tomar decisões quando e como quiserem, bem como ser um grande hub de conexão com outras plataformas digitais que agregam valor e fazem parte do cotidiano das pessoas	Genérica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2018

Diversificação (DV)	Os programas são realizados por meio da unibrad – Universidade Corporativa Bradesco, de modo a tê-los em permanente sintonia com o mercado, estimular e potencializar o pensamento inovador	Genérica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019
Diversificação (DV)	Ágora Investimentos: a mais recente iniciativa do Banco demonstra agilidade e flexibilidade na era da inovação. A Ágora, a "casa de investimentos" de nossos clientes, foi revitalizada para transformar-se em plataforma de investimentos digital e aberta, oferecendo para todos os clientes as melhores opções de investimentos próprios e de terceiros disponíveis no mercado e compatíveis com seu perfil de risco, objetivos e liquidez, além de assessoria financeira especializada para que os clientes realizem seus investimentos com assertividade, rapidez, comodidade e confiabilidade. Assumindo as operações de varejo (pessoa física e jurídica), disponibiliza o portfólio da BRAM – Bradesco Asset Management e os melhores produtos de terceiros.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2019

Diversificação (DV)	Apple Pay: o lançamento era um dos mais aguardados pelos clientes e fez do next o primeiro banco digital a estar com as principais carteiras digitais do mercado: Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Diversificação (DV)	Plataforma de Mimos: A plataforma de benefícios do next, os Mimos, fechou o trimestre com mais de 260 marcas e mais de 860 ofertas.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Diversificação (DV)	Ágora e o Grupo Estado – em uma parceria que vai além das notícias – proporcionam conteúdos para seus clientes em um projeto multiplataforma, que inclui o portal de notícias E-Investidor, a Rádio Eldorado e o Jornal Estadão. A parceria apresenta conteúdos com a visão altamente profissional da Ágora, além de informações com isenção e de alta qualidade jornalística sobre economia, educação financeira e investimentos. Voltado exclusivamente para o investidor pessoa física, o projeto vem impactando um público de mais de 31 milhões de usuários	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020

Diversificação (DV)	A BIA identifica a intenção do cliente, faz a oferta e direciona para a contratação. Hoje a BIA esclarece dúvidas para mais de 90 produtos e serviços, entre empréstimos, financiamentos, investimentos, renegociação de dívidas, consórcio, câmbio, cartão de crédito, seguros, canais digitais, Net Empresa e Ágora Investimentos, interagindo com mais de 16,5 milhões de clientes, crescimento alavancado pelo uso no WhatsApp e também por outros parceiros como Apple Business Chat, Alexa - Inteligência Artificial da Amazon e no Google Assistente.	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2020
Diversificação (DV)	Desde setembro de 2020 o modelo de operação do inovabra habitat foi ampliado também para o digital. O novo formato, complementar ao físico, pode abrigar startups e empresas de todo o país, que queiram ter acesso à inovação aberta	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2021
Diversificação (DV)	o Bradesco Experience (be.). Resultado da reestruturação da área de canais, o be. é uma diretoria que integra experiência, canais, produtos digitais, plataformas e ecossistemas	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

Diversificação (DV)	Os dados são a nossa principal matéria prima, permeando cada etapa do ciclo de transformação digital e servindo de pilar fundamental para a entrega de experiência em iniciativas como BRAIN, CRM 2.0 e Open Finance	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Diversificação (DV)	Investindo em Cloud, um marco na transformação digital do nosso ecossistema de forma sustentável	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Diversificação (DV)	Estratégia com visão end-to-end, para criação de jornadas intuitivas e personalizadas, com uso de inteligência de dados e visão omnichannel. A partir dos insights de análises de dados transacionais e comportamentais, validamos as hipóteses com pesquisas quantitativas e qualitativas. Assim, podemos priorizar as dores dos clientes e desenhar soluções que atendam às necessidades das diferentes personas mapeadas	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Diversificação (DV)	Rápida evolução em parcerias, agregando serviços e produtos de terceiros em nossa proposta de valor Bradesco. É o caso de parcerias com a Disney+ e com a OLX, que serão aceleradas este ano a partir do Open Banking	Específica	N	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021

Diversificação (DV)	Ágora implementou diversos novos serviços para o dia a dia dos seus clientes, apresentando novas plataformas avançadas de negociação no Ágora Trader e novos programa de incentivo para investidores iniciantes, como Ágora Kids e Ágora Universitário	Específica	n	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Diversificação (DV)	Cofre Virtual, no qual o cliente tem autonomia na compra de moeda estrangeira pelo App Bradesco e retirada nos caixas eletrônicos	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Diversificação (DV)	O ideação é um movimento interno que tem como objetivo fomentar hábitos, comportamentos e competências de inovação e intraempreendedorismo	Específica	N	N	S		B3	Formulario referencia Bradesco B3	2022
Diversificação (DV)	Aquisição dos 49,99% da participação acionária no capital social do Banco Digio S.A. (“Digio”) que era detida pela BB Elo Cartões Participações S.A. (“BB Elo Cartões”), controlada do Banco do Brasil S.A.	Específica	N	N	S		RI	Fato relevante Bradesco RI	2022
Diversificação (DV)	Com o avanço da implementação de Cloud Computing, impulsionamos o atendimento de forma mais célere e eficiente. O modelo permite oferecer prontidão digital e escalabilidade para o desenvolvimento de inovações,	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

	além de suportar o volume crescente de negócios digitais, tanto no Bradesco, como nas interações entre o Banco, seus clientes e o Mercado								
Diversificação (DV)	Ágora Plus, uma plataforma que reúne diversas lojas com cashback e cupons em compras, que juntos, chegam a conceder 20% de desconto. São milhares de produtos e serviços em estabelecimentos de diversos segmentos.	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Diversificação (DV)	Serviços Google e WhatsApp Pay, tivemos três destaques: a oferta de cartão de crédito, a opção de assinaturas de streaming e a comercialização de produtos Disney como, por exemplo, a compra de ingressos para os Parques Temáticos.	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022
Diversificação (DV)	Em 2011, iniciou-se a fase piloto do projeto de pagamento de compras pelo celular	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2011
Diversificação (DV)	os serviços da Nuvem CAIXA começaram a ser utilizados	Genérica	n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2014
Diversificação (DV)	App Auxílio Emergencial Lançado nas lojas virtuais	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Diversificação (DV)	Maior Plataforma Digital do Brasil	Genérica	n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020

Diversificação (DV)	Primeiro banco a realizar pagamentos por QR Code em qualquer maquininha	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Caixa RI	2020
Diversificação (DV)	A operação restrita do Pix foi iniciada em 05 de outubro de 2020 e, até dezembro de 2020, os clientes CAIXA cadastraram mais de 26 milhões de chaves Pix, o que representou 19,7% de todas as chaves cadastradas no mercado.	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2020
Diversificação (DV)	App Auxílio Emergencial. A Lei que instituiu a concessão do benefício foi promulgada em 02 de abril de 2020 e a CAIXA foi oficialmente escolhida para a operacionalização dos pagamentos no dia seguinte, em 03 de abril de 2020	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Caixa B3	2021
Diversificação (DV)	O Banco Digital CAIXA S.A. terá como objetivo, inicialmente, a prestação de serviços sociais, bancários e ser um balcão para a comercialização de produtos, como, por exemplo, os de seguridade	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Caixa B3	2021
Diversificação (DV)	Agências Digitais - um modelo inovador e pioneiro de relacionamento	Genérica	n	n	s		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015

Diversificação (DV)	Gestora de Inteligência de Crédito –criação de uma gestora de inteligência de crédito (GIC), que será estruturada como uma sociedade anônima e seu controle será compartilhado, onde cada banco deterá 20%	Específica	n	n	s		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Diversificação (DV)	Início Canal mobile	Específica	n	n	s		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Diversificação (DV)	67% das transações feitas no banco tiveram origem em canais digitais	Genérica	n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2015	2015
Diversificação (DV)	Parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços, com a assinatura do Contrato de Compra e Venda de Ações da BR Automação Indústria e Comércio de Produtos e Tecnologia em Automação S.A.	Genérica	n	n	s		B3	Formulário de Referência - 2016 - V7	2016
Diversificação (DV)	Plataforma Digital, Precificação por Cliente, Troca Certa, Financiamento de Acessórios e Financiamentos pelo Icarros	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2016

Diversificação (DV)	O desenvolvimento de mais de 1.000 APIs (application programming interface), que permitem a criação de um aplicativo com reuso; a participação em 100% das aplicações de blockchain sendo desenvolvidas no Brasil para evoluir o mercado financeiro; a consolidação de uma cloud privada, que já roda dezenas de aplicações (sistemas internos) do banco; e o uso de inteligência artificial e machine learning para ganho de eficiência operacional,	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2017
Diversificação (DV)	conclusão da aquisição de 49,9%da XP Investimentos	Específica	n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2018	2018
Diversificação (DV)	Customer Service app, implementação de Mobile POS e Interactive Mirror, contribuírampara a aceleração do processo de transformação digital.	Específica	n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2019	2019
Diversificação (DV)	ITI, plataforma com múltiplas funcionalidades aosclientes, que dispensa a necessidadedo uso de maquininha e cartão físico para fazer pagamentos em estabelecimentos comerciais ou entre pessoas por meio do QR Code®	Específica	n	n	s		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2019	2019

Diversificação (DV)	Associação Cubo Coworking Itaú – entidade parceira do Itaú Unibanco Holding que tem por objetivo incentivar e promover: a discussão, o desenvolvimento de tecnologias, de soluções e de modelos de negócio alternativos e inovadores; a produção e a divulgação dos conhecimentos técnicos e científicos obtidos pelas alternativas anteriores; a atração e aproximação de novos talentos em tecnologia da informação que possam ser caracterizadas como startups; a pesquisa, o desenvolvimento e o estabelecimento de ecossistemas de empreendedorismo e startups	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia . B3	2021
Diversificação (DV)	Serviço de veículo elétrico compartilhado, o Vec Itaú, que estará disponível para os clientes no segundo semestre de 2021.Essa nova solução permitirá que os usuários destranquem os carros nas estações diretamente através do aplicativo e osdevolvam no mesmo lugar ou em outra estação de recarga. Essas medidas nos permitem aumentar nossa presença e melhorar nossa posição no setor de mobilidade urbana sustentável	Específica	n	n	s		B4	Formulario referencia . B3	2021

Diversificação (DV)	Os Gestores de Leads agora estão totalmente integrados à solução Linx Auto para auxiliar os revendedores no processo de vendas e cobrança, assegurando uma experiência de jornada única	Específica	n	n	s		B5	Formulario referencia . B3	2021
Diversificação (DV)	Garagem do Conhecimento é uma nova plataforma educacional com aulas à distância para preparar profissionais do setor automotivo.	Específica	n	n	s		B6	Formulario referencia . B3	2021
Diversificação (DV)	O Check-up iCarros é um aplicativo de gerenciamento de carros para consumidores finais, focado em serviços para motoristas e que fornece dados detalhados dos carros dos clientes para os prestadores de serviço	Específica	n	n	s		B7	Formulario referencia . B3	2021
Diversificação (DV)	Entrega Fácil é uma nova solução que permite que os veículos sejam entregues diretamente na casa do consumidor, seja para um test-drive ou depois de a compra ter sido feita	Específica	n	n	s		B8	Formulario referencia . B3	2021
Diversificação (DV)	iCarros Club é uma plataforma de comércio B2B, desenvolvida para ajudar nossos clientes a incrementarem as vendas de uma maneira segura e rápida.	Específica	n	n	s		B9	Formulario referencia . B3	2021

Diversificação (DV)	Em 2021, a Itaú Asset desenvolveu uma ferramenta para avaliação do impacto financeiro das mudanças climáticas em seus portfólios de investimento	Genérica	n	n	s		RI	Relatorio anual . RI	2021
Diversificação (DV)	Apple Pay: compras com iPhone e autorizadas com Touch ID ou Face ID. Samsung Pay: compras com o PIN, íris ou digital para comprar com Samsung. Google Pay: compras com celular Android. PayPal: aplicativo para compras online de forma rápida e segura	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual . RI	2021
Diversificação (DV)	O Cubo Agro é o maior hub de fomento ao empreendedorismo tecnológico da América Latina	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual . RI	2021
Diversificação (DV)	Essa operação permitirá ao Itaú oferecer soluções de acesso ao crédito à base de clientes da Orbia com mais eficiência. Já a Orbia ampliará sua atuação no agronegócio, alcançando um novo patamar no acesso do crédito ao produtor. Ao conectar diferentes produtos e serviços em uma mesma plataforma de fácil acesso ao produtor rural, a Orbia viabiliza um ambiente facilitador de negócios para seus clientes e parceiros. As quatro companhias que serão acionistas da Orbia terão participação no Conselho de	Específica	n	n	s		RI	Comunicado ao mercado . RI	2022

	Administração, que operará de forma independente. A conclusão da operação está sujeita à aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e do Banco Central do Brasil (BACEN).									
Diversificação (DV)	Em 2012, o Banco fechou dois acordos comerciais, um com a Sodexo, líder mundial em serviços para qualidade de vida, e outro com a Embratec, com foco prioritário na sua divisão Ecofrotas, líder do segmento de abastecimento e manutenção de frotas. Com esses acordos, os POS (maquininhas) da Santander GetNet passarão a aceitar também, a partir de 2013, os cartões Sodexo, aumentando a participação nos segmentos de bares, restaurantes e supermercados	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2012

Diversificação (DV)	Lançamos o portal SuperBônus Viagens, por meio do qual o cliente pode trocar seus bônus acumulados por passagens, hospedagens, cruzeiros, pacotes de viagens e locação de veículos. Caso não tenha bônus suficientes para adquirir os serviços, o cliente pode pagar a diferença com seu cartão Santander	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2012
Diversificação (DV)	Em 2013, também iniciamos uma parceria com a iZettle, uma empresa de pagamentos móveis sueca, para oferecer às pessoas físicas e pequenos empresários, leitores de cartão de débito e crédito que permitem aceitar pagamentos através de seus smartphones ou tablets.	Específica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2014
Diversificação (DV)	Biometria Digital em nossos Caixas eletrônicos, que permite aos nossos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas	Específica		n	n	s		OUTROS	Outros	2014
Diversificação (DV)	Em 2014, também oferecemos, através de nosso departamento de financiamentos estruturados e nosso departamento de estruturação de capital, diversas soluções de financiamentos estruturados, permitindo aos nossos clientes executar seus planos estratégicos de investimentos	Genérica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2015

Diversificação (DV)	Lançamento do Produzindo Certo, desenvolvido em conjunto com a Unilever, a Bayer e a Yara Fertilizantes, em parceria com a ONG Aliança da Terra. O programa oferece ssistência técnica e vantagens comerciais aos produtores que se comprometem a seguir as exigências ambientais necessárias para ter o selo RTRS (Round Table on Responsible Soy), um atestado de cumprimento de boas práticas agrícolas e respeito às leis ambientais e trabalhistas.	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2015
Diversificação (DV)	Investimos na aquisição da Super, uma alternativa de Banco 100% digital, com contas que podem ser abertas em poucos minutos e oferece pagamento eletrônico, cartão pré-pago e acesso a serviços financeiros simplificados	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2016
Diversificação (DV)	Em 2015 e 2016, a Companhia continuou a melhorar a sua plataforma de tecnologia por meio de investimentos em sistemas e modernização de infraestrutura. Durante estes anos, os principais projetos da Companhia foram: RDA (Risk Data Agregation), CRM (Customer Relationship	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2017

	Management), Big Data, Cyber Security, transformação dos Canais (Mobile, Internet, Rede de Agências), novo modelo Santander Financiamentos, Back Office Digital, agile, DevOps e implementação de cloud interna								
Diversificação (DV)	A Companhia adotou etapas importantes para integrar ainda mais a Super aos negócios da Companhia durante 2016. Essas etapas incluíram a integração com o canal digital existente da Companhia e a introdução de seu produto ContaSuper para os clientes de alta renda, como uma ferramenta útil para gerenciar as despesas domésticas e de viagem.	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2017
Diversificação (DV)	Em 2016, a Companhia foi um dos primeiros bancos a lançar carteiras digitais, com o Samsung Pay, e também lançou o aplicativo Santander Way, que é uma ferramenta online para gestão dos cartões, permitindo que seus clientes acompanhem suas transações em tempo real, entre outras funcionalidades	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2017
Diversificação (DV)	Criamos o primeiro app para compra de veículos 100% on-	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2017

	line. Expandimos a plataforma +Neg								
Diversificação (DV)	Criamos a +Vezes, destinada a crédito de bens de consumo	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2017
Diversificação (DV)	Mobile Banking. Modernizou os seus aplicativos, que podem ser baixados em dispositivos móveis e smartphones da Apple Store e da Google Play Store. Como um novo recurso para investimentos, seus aplicativos agora fornecem uma visão gráfica e consolidada do portfólio de investimentos, além de permitir que os clientes façam investimentos em fundos mútuos, produtos de renda fixa e outros (bem como retirar fundos do mesmo).	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Diversificação (DV)	Santander AutoCompara, ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis em várias companhias de seguros	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Diversificação (DV)	Joint ventures com a RCI (Renault e Nissan) e PSA (Peugeot, Citroën e DS) e parcerias de white-label com Hyundai, Subaru, Volvo e Chery	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2018
Diversificação (DV)	Integração de todos os canais de serviços para garantir que os clientes tenham uma experiência conectada,	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2018

	independentemente do canal escolhido								
Diversificação (DV)	One Pay FX, solução pioneira no mundo que faz uso do blockchain para dar instantaneidade às transferências internacionais de pessoas físicas. Uma transação que demorava dois dias agora é feita em duas horas	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2018
Diversificação (DV)	Creditas, uma fintech brasileira que viabiliza empréstimos com garantia, e recebeu o primeiro aporte no país do Santander InnoVentures, nosso fundo de capital de risco	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2018
Diversificação (DV)	Operação de novas plataformas digitais, como a PI, a SIM e a emDia, criadas para atender às necessidades mais específicas dos diferentes perfis de consumidores	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2019
Diversificação (DV)	Em 2019, realizamos transformações significativas em nossas operações e infraestrutura tecnológica, através da implementação de várias e modernas soluções nas áreas de Inteligência Artificial (Machine Learning, AIOPs), arquitetura de microsserviços, BPM, Blockchain, Seguro Cibernético, Reconhecimento Facial, MultiCloud , entre outros	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2019

Diversificação (DV)	Chatbots: Implementamos uma moderna plataforma de chatbots para desenvolver e evoluir as soluções de comunicação com os nossos clientes. Essas soluções utilizam as vantagens de inteligência artificial e Processamento de Linguagem Natural, permitindo que nossos clientes esclareçam suas dúvidas através do suporte de chats e assistentes virtuais, de forma prática e digital	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2019
Diversificação (DV)	Cyber Security: Para preservar o nosso negócio e nossos clientes contra o potencial vazamento de informações sensíveis ou exposição de dados confidenciais, fortalecemos a nossa infraestrutura e capacidade para detectar e prevenir ataques cibernéticos em 2019. Integramos os nossos sistemas e processos de cyber security em nível global, expandimos o uso da inteligência artificial (IA) para identificar comportamentos de potenciais ameaças de forma proativa, evoluímos nossos centros operacionais de segurança (SOCs) e ampliamos os níveis de proteção de dados e controle de privilégios	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2019

Diversificação (DV)	Multicloud: Executamos a nossa estratégia global Cloud First, que foca na disponibilização de uma Infraestrutura como Serviço (IaaS e PaaS), suportada por uma arquitetura segura de integração entre o Datacenter do Santander Brasil e diversos provedores de serviços de nuvem pública no país	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2019
Diversificação (DV)	Transformação da URA (Unidade de Resposta Audível): Implementamos uma nova URA humanizada tanto para o SAC quanto para o atendimento a clientes PJ, com mecanismos de conversação e linguagem mais próxima à humana.	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2019
Diversificação (DV)	POS Digital, uma solução completa que pode ser personalizada e, quando conectada à Internet, permite downloads de aplicativos e o uso de funções de gerenciamento integradas	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2020
Diversificação (DV)	A BEN é uma empresa de benefícios que oferece maior liberdade, poder de compra e qualidade de vida às pessoas que os utilizam, além de proporcionar uma experiência digital integrada.	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2020

Diversificação (DV)	EmDia - Esta solução de renegociação de dívida é uma evolução do modelo tradicional de cobrança. Ela fornece um portal de gerenciamento de dívida de autoatendimento para clientes endividados e foi lançada em 2019	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2020
Diversificação (DV)	Copiloto Santander: ferramenta digital para ajudar na gestão dos negócios. O sistema automatiza o processo de venda e pagamento, com maior controle financeiro e visão do fluxo de caixa. O serviço inclui uma loja virtual para a empresa, integrada ao e-commerce da Getnet.	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2020
Diversificação (DV)	GENTE, assistente virtual, desenvolvido a partir dos diversos talentos e experiências de nossos colaboradores.	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2020
Diversificação (DV)	A PI DTVM é uma corretora de valores mobiliários, com plataforma digital aberta, cujo foco é ampliar a carteira de produtos financeiros que podemos oferecer aos nossos clientes	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2020

Diversificação (DV)	Em 2020, 2019 e 2018, aprimoramos continuamente nossas plataformas de tecnologia por meio de investimentos em nossos aplicativos digitais, inclusive por meio da implantação de novas soluções nas áreas de inteligência artificial (aprendizado de máquina, AIOPs), microsserviços, tecnologia blockchain, seguros cibernéticos, reconhecimento facial e tecnologias baseadas em nuvem, entre outros	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2020
Diversificação (DV)	LAB 033 – Lançado em 2019, este é um laboratório de inovação com foco na criação de novas soluções que possam apoiar projetos transformacionais em nossa organização	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021
Diversificação (DV)	Inteligência Artificial GENTE – Lançada em 2020, esta solução oferece um serviço digital mais personalizado que proporciona maior autonomia aos nossos clientes.	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021
Diversificação (DV)	O Santander Way é um aplicativo oferecido aos nossos portadores de cartão que permite administrar seus cartões Santander Brasil a qualquer momento. Essa plataforma de	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021

	pagamento completa também funciona como uma carteira digital, permitindo que os clientes façam pagamentos instantâneos sem contato. O aplicativo é atualizado frequentemente com novos recursos								
Diversificação (DV)	AgoNxt, uma nova plataforma de pagamentos global com foco em tecnologia.	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021
Diversificação (DV)	Durante 2020, lançamos dois produtos de serviço, Car Delivery e “Troca com Troco” em parceria com a Webmotors.	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2021
Diversificação (DV)	Criamos a F1rst, que já nasceu grande: 3 mil colaboradores, promovendo tecnologia de ponta e inovação para todo o ecossistema Santander	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Diversificação (DV)	União das corretoras Pi e Toro Investimentos em uma única plataforma digital, com o nome Toro, para oferecer assessoria financeira na palma da mão	Específica	n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2021
Diversificação (DV)	Auto Compara, uma plataforma de comparação e oferta de seguros de automóveis totalmente online que agora também está disponível para não clientes	Específica	n	n	s		OUTROS	Outros	2021
Diversificação (DV)	Adquirimos a Car10, empresa que oferece um marketplace de oficinas e serviços automotivos	Específica	n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2022

	com mais de 7.000 oficinas cadastradas em todo o Brasil									
Diversificação (DV)	Criamos uma loja online para receber e servir os nossos clientes de forma contínua	Genérica		n	n	s		B3	Formulario referencia Santander B3	2022
Diversificação (DV)	Em dezembro de 2019, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica aprovou a parceria, sem restrições, condicionando sua concretização ao atendimento de condições contratuais precedentes ao fechamento e aprovação do Banco Central do Brasil e demais instâncias competentes	Genérica	Essa menção retrata as mudanças sugeridas pelo presidente Mário Anseloni, o primeiro executivo não pertencente ao grupo Itaú a comandar a companhia, a ideia do executivo é apostar na compra de companhias segmentadas de software e serviços no mercado brasileiro, com o objetivo de ampliar portfólio, avalia adquirir produtos e serviços que já estão maduros e foram aprovados pelo mercado. fonte: Valor econômico. link: https://valor.globo.com/empresas/noticia/2012/05/24/renovada-.tec-planeja-expansao-no-exterior-e-aquisicoes.ghtml. Essa menção relata a inserção do grupo economico em um novo segmento e novo mercado. A operação	N	N	N		B3	Formulario referencia BB B3	2021
Diversificação (DV)	A eficácia do modelo multirramo e da estratégia adotada em cada segmento de atuação se traduziu no aumento do número de contratos em praticamente todas as linhas de negócios	Específica		N	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2021
Diversificação (DV)	Expressiva expansão do portfólio de produtos. Ao final de 2011, a linha de Computação reunia 16 modelos, entre notebooks, netbooks e desktops, sete plataformas de servidores, dois modelos All-in-One e o TabWay, o tablet da .tec;	Específica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011

Diversificação (DV)	Alteração do controle societário - ITAÚSA – Investimentos Itaú S.A., Cambuhy Alpa Holding S.A. e Cambuhy I Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia	Específica	envolve a aquisição da totalidade das ações da Alpargatas detidas pela J&F Investimentos, após delação premiada na Operação Lava Jato, dos irmãos Joesley e Wesley Batista, controladores da J&F. Com essa transação, a Itaúsa adiciona ao seu portfólio de investimentos setor que apresenta grande potencial de crescimento e perspectiva de expansão internacional", ressaltou a companhia. Fonte: Exame.com 2017. Essa menção aponta a intenção do grupo econômico em investir na faixa de R$ 1,5 bilhão a R$ 2 bilhões nos próximos anos, emempresas que tenham possibilidade de crescer, gerem caixa, paguem dividendos, e se encaixem nos valores de governança e socioambientais da Itaúsa. Ainda, descartam investir em startups ou fintechs, almejam os segmentos de energia, saúde e educação. link https://valor.globo.com/financas/noticia/2020/09/23/.sa-quer-ter-portfolio-de-10-a-	n	n	n		B3	Formulário de Referência - 2018 - V6	2018
Diversificação (DV)	diversificaçãodo portfólio, analisando oportunidades nosetor não financeiro.	Genérica		n	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2020	2020
Diversificação (DV)	Interesse em manter participação relevante na Newco no curto prazo, atuando alinhada com a mesma. Dentro da sua estratégia de diversificação do portfólio em companhias do setor não financeiro	Genérica		n	n	n		RI	Comunicados, Fatos Relevantes e Avisos_2020_14	2020
Diversificação (DV)	2011 iniciamos parcerias com a Raizen Combustíveis S.A. (joint venture formada pela Cosan e Shell) e com a VIVO S.A., atingindo uma carteira maior de produtos diferenciados e inovadores para atender às necessidades de nossos clientes	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Diversificação (DV)	Participação como B Lender do Inter-American Development Bank para a Embraport, com dívida de longo prazo de $430 milhões. A estrutura extremamente complexa dos contratos entre credores e empresa recebeu o reconhecimento internacional, como vencedor do Project	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012

	Finance International (“PFI”) Americas Transport Deal do ano e Americas Deal do ano		12-empresas-nos-proximos-5-anos-diz-setubal.ghtml. Essa menção destaca a relevância financeira da diversificação do portfólio para o grupo econômico. Especialistas do setor avaliaram que a oferta subsequente de ações (follow-on), que deu origem a NewCo., o Itaú arrecadou pelo menos R$ 4,455 bilhões, o que representou um lucro líquido (não recorrente) de R$ 2,44 bilhões, um aumento de aproximadamente 14% no lucro líquido de 2020. link https://valor.globo.com/patrocinado/investe-safra/noticia/2020/12/01/acoes-do-.-unibanco-itub4-podem-avancar-ate-10percent-com-possivel-cisao-de-participacao-na-xp-inc.ghtml							
Diversificação (DV)	Joint Lead Arranger do OSX II, um projeto com dívida total de $850 milhões e um prazo de doze anos. A estruturação do sindicato bancário envolvido no projeto ganhou o prêmio para o PFI Oil & Gas Deal do ano	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Diversificação (DV)	Participação em um dos maiores projetos de mobilidade urbana, a parceria entre a CAF e a CPTM para as obras de adaptação e aquisição de novos trens para a Linha 8 – Diamante, com dívida de longo prazo com o BNDES, no valor de R$946,9 milhões e investimentos totais em torno de R$1,4 bilhão	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2012
Diversificação (DV)	Em 2012, dois acordos comerciais, um com a Sodexo, líder mundial em serviços para qualidade de vida, e outro com a Embratec, líder do segmento de abastecimento e manutenção de frotas. No acordo comercial com a Embratec, colocamos foco prioritário na sua divisão Ecofrotas	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2013

Diversificação (DV)	Inovadores e voltados à sustentabilidade, o Santander Brasil ainda concluiu o investimento acionário na Ambievo, empresa recém-criada cujos negócios abrangem o desenvolvimento de soluções sustentáveis para limpeza de solos e desengraxe industrial.	Específica		n	n	n		RI	Relatorio anual Santander RI	2013
Diversificação (DV)	Em 2015, também oferecemos, por meio de nossos departamentos de financiamentos estruturados, e da divisão de estruturação de capital e ativos, diversas soluções de financiamentos estruturados, viabilizando aos nossos clientes a execução de seus planos estratégicos e de investimentos	Específica		n	n	n		B3	Formulario referencia Santander B3	2016
Diversificação (DV)	Primeira estação de trem sustentável do Brasil em parceria com o Governo do Estado de São Paulo, maximizando a eficiência dos recursos naturais no local por meio de painéis de energia solar e sistema de reuso de água.	Específica		n	n	n		RI	formulario 20F_Santander_2022	2021
Digitalização (DG)	Utilização de um número maior de soluções massificadas e automatizadas para ganhos de escala e eficiência;	Genérica	Essa menção reconhece a preocupação do grupo econômico em andar na vanguarda com projetos e equipes que superaram desafios excepcionais, com novos caminhos para a inovação do setor, devido a	S	N	N	Apesar de ser uma menção genérica de digitalização, as ações desenvolvidas por esse programa de TI Verde, retratam como a eficiência na utilização de recursos, pode contribuir para mitigar os impactos sobre o meio	B3	Formulario referencia BB B3	2011
Digitalização (DG)	No 1º semestre de 2012, a capacidade de processamento dos nossos computadores teve uma evolução de 4% em face do	Específica		S	N	N		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2012

	volume diário de 256 milhões de transações.		necessidade de data centers que ofereçam serviços resilientes, seguros, eficientes e ágeis. Isso reforça o compromisso do grupo econômico com a segurança dos dados e capacidade de processamento, Segundo Rooney Silva, diretor de infraestrututra de TI do .- Unibanco, o espaço estará em sintonia com as mais avançadas certificações de segurança física e de infraestrutura. "Internamente, haverá cinco níveis de segurança. Fonte: Valor Econômico 2013. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/29/bancos-apostam-em-estrutura-propria-para-obter-seguranca.ghtml				ambiente e ainda reduzir custos ao longo do tempo. O diretor de infraestrutura e Operações de TI, João Bezerra Leite, destaca ações como a virtualização de servidores e a substituição de monitores de tubo por LCD, isso trouxe economia para o banco na ordem de de 590 mil reais, ou como deixar de desmatar 583 árvores, ou emitir 92 toneladas de gás carbônico (CO2). Fonte: Exame.com 2010. Essa menção destaca os investimentos necessários para a atuação em múltiplos canais, visto que em 2012, transações feitas pela internet representaram 39% do total do mercado, sendo o canal mais representativo. Mobile banking teve um crescimento de 333% em relação ao ano anterior erepresentou 2,3% do número total de operações. Isso permitiu uma redução no custo unitário de transação de 17,4% nos últimos cinco anos, e tem sido um instrumento para			
Digitalização (DG)	o Programa TI Verde, iniciado em 2009, promoveu um importante avanço em 2011 com a reforma de uma área de 1.000 m² doCentro de Processamento de Dados (CPD).	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2011	2011
Digitalização (DG)	Investimento R$ 85,1 milhões, R$ 64,3 milhões direcionados ao desenvolvimento de produtos nos segmentos de automação bancária e comercial, incluindo hardware e software	Específica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2013	2013
Digitalização (DG)	Novo data center, aumentará em 25 vezes a capacidade de processamento e armazenamento das operações do banco, além de propiciar a redução do uso de energia em 43% em relação ao consumo atual.	Específica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2013	2013
Digitalização (DG)	DatacenterDynamics Awards – Melhor Projeto de Transformação em Data Center,	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2014	2014
Digitalização (DG)	Entre 2016 e 2019, os investimentos em tecnologia aumentaram 54%	Genérica		s	n	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2019	2019

Digitalização (DG)	Aumento da Digitalização e entrada de novos competidores oferecendo produtos e serviços inovadores	Genérica		s	n	n	facilitar a bancarização da população. Fonte: Valor econômico 2013. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/06/12/acessos-multiplos.ghtml. A digitalização se apresenta como condição preponderante quanto ao armazenamento e gerenciamento das informações relativas as contas bancárias e cartões (débito, crédito e lojas), os data centers garantem a segurança das informações de seus clientes. Fonte: Valor econômico 2013. link https://valor.globo.com/empresas/noticia/2013/05/29/bancos-apostam-em-estrutura-propria-para-obter-seguranca.ghtml. Essa digitalização no uso dos cartões, necessitou investimento de cerca de R$ 500 milhões em tecnologia e aproximadamente R$ 12 bilhões no fechamento de capital de sua subsidiária. O que propiciou uma estrutura mais integrada de meios de pagamento e com maior alcance. “A gente tem tudo para ocupar um market share maior que o atual”,	RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2020	2020
Digitalização (DG)	Em 2018, já realizamos alterações, de forma que, agora contemplamos a visão end-to-end da experiência do cliente, reduzimos as atividades manuais e dispersões e aumentamos a transparência nos custos	Genérica		s	n	n		B3	formulario 20F_Santander_2019	2018

							disse Maluhy Filho, diretor-executivo da área de Cartões do Itaú Unibanco. Fonte: Febrafar 2013. Essa menção destaca a preocupação do grupo econômico com a promoção de uma melhor experiência e segurança para os clientes. Fonte: Exame.com, 2019. Essa menção retrata a importância da digitalização no segmento bancário.Apesar de não deixar claro as ações estratégicas desenvolvidas pelo grupo econômico, o fato de retrarar essa situação em seus documentos oficiais, reflete a condição de estar engajado nas mudanças que se fazem necessárias. A organização de serviços profissionais multidisciplinares, EY, destaca que no Brasil, mesmo com algumas particularidades, há uma aceleração da transformação, promovida, em grande parte, pelos órgãos reguladores a fim de impulsionar a competitividade do mercado financeiro brasileiro. Além disso, há			

							que se destacar as mudanças de comportamento do consumidor. Fonte: EY. link: https://www.ey.com/pt_br/financial-services/transformacao-do-setor-bancario			
Digitização (DT)	Auto-gestão – a plataforma do programa permite que o empregado acompanhe diariamente seu desempenho de vendas, a quantidade de vendas com assinatura digital, os níveis de cancelamentos e reclamações além de simular suas necessidades para os próximos alvos individuais	Específica	Essa menção reflete a incursao do grupo econômico no mercado de soluções em benefícios aos trabalhadores,incrementando a capilaridade e expandindo os canais de vendas . Fonte: Valor econômico, 2019. link: https://valor.globo.com/financas/noticia/2019/09/03/destaques.ghtml. Essa menção destaca a implementação da automação dos processos a partir de seu software de gestão. Priscila Grecco, diretora Administrativo e Financeiro da Itaúsa, destaca que o projeto trouxe agilidade, eficiência e automatização de dezenas de processos, padronização e automação dos InfoPacks e do processo de consolidação dos resultados das investidas – via SAP Disclosure Management –, além de mitigação de riscos	n	s	n	A digitização dessa menção está em expandir a oferta de produtos inovadores da Ticket Serviços para o mercado brasileiro, complementa o CEO Américas da Edenred, Gilles Coccoli. Fonte: monitor mercantil, 2019. link: https://monitormercantil.com.br/aprovada-a-parceria-entre-.-unibanco-e-ticket-servicos/. A digitização dessa menção se materializa com a inclusão de todo o processo orçamentário para o software SAP S/4HANA, atuando de forma integrada com a gestão de caixa, com a geração de relatórios automáticos. Foram automatizados outros processos que estavam apoiados em planilhas eletrônicas, isso promoveu a integração entre as áreas de controladoria, contas a	B3	Formulario referencia Caixa B3	2019
Digitização (DT)	Parceria com a empresa Ticket.	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2018	2018
Digitização (DT)	Processos financeiros, buscando trazer mais eficiência, padronização e automatização, com a implementação da mais moderna versão do ERP da SAP (SAP S4/Hana), sempre comfoco na melhoria contínua de seus processos e controles internos	Específica		n	s	n		RI	Relatório Anual de Sustentabilidade 2020	2020

			e segurança nas informações. Fonte: Agência SAP 2020. link: https://agenciasap.com.br/.sa-faz-transformacao-digital-apoiada-no-sap-s-4hana/				pagar e compras, passou a permitir o rateio de despesas entre áreas de forma automática e o acompanhamento do orçamento pelas áreas, com agilidade e eficiência. Todo esse fluxo de aprovações está integrado em um processo unificado via workflow.			
Transformação digital (TD)	Inovabra polos: em vigor desde 2012, é o programa de inovação interna que incentiva nossos funcionários ao intra-empreendedorismo, disseminando a cultura de inovação na Organização	Específica	A menção identifica a diversificação pela abrangência de público e acesso em qualquer localização geográfica. Denota a transformação digital por ser uma ruptura no modelo tradicional de atendimento bancário. Fonte: Febraban, 2019. link: https://noomis.febraban.org.br/temas/banco-digital/aplicativos-de-bancos-evoluem-e-ganham-novas-funces. Essa menção faz referência ao processo de desinvestimento no segmento de computadores, iniciado em 2013. A empresa formada pela Oki e .tec, BR Automação, foca na prestação de serviço e automação bancária e	N	N	S	Essa menção cita a evolução das funções do aplicativo do Itaú. Lançado em 2008, para consulta de saldo e extratos, em 2015 foi implantado novas funções como Transferências, investimentos, contratação de crédito e seguros, acompanhamento da fatura do cartão de crédito. O grupo econômico faz uma radical mudança nos negócios, antes voltados a fabricar e vender produtos de informática, para a prestação de serviços e automação no setor bancário.	B3	Formulario referencia Bradesco B3	2012
Transformação digital (TD)	Inovabra startups: lançado em 2014, é um programa de inovação aberta, que possibilita parcerias estratégicas entre o Bradesco e startups que possuam soluções aplicáveis ou com possibilidade de adaptação aos serviços financeiros e não financeiros que possam ser ofertados ou utilizados por nossa Organização	Específica		N	N	S		B4	Formulario referencia Bradesco B3	2014
Transformação digital (TD)	Inovabra pesquisa: time multidisciplinar, com analistas e pesquisadores que estudam de maneira aprofundada novas tecnologias e modelos de negócio para manter a	Específica		N	N	S		B5	Formulario referencia Bradesco B3	2021

	Organização na fronteira de conhecimento		comercial. Fonte: Isto é Dinheiro, 2013.							
Transformação digital (TD)	Inovabra lab: inaugurado no fim de 2017, é um ambiente de 1,7 mil m2 localizado no Núcleo Bradesco em Alphaville (SP), que centraliza 16 laboratórios das áreas de tecnologia, projetado para operar em um modelo de trabalho colaborativo com grandes parceiros de tecnologia, residentes nesse ambiente	Específica		N	N	S		B6	Formulario referencia Bradesco B3	2017
Transformação digital (TD)	Inovabra internacional: no início de 2018, inauguramos o inovabra internacional, programa estruturado em um ambiente de inovação sediado em Nova York e com conexões em Londres, que funciona como um radar no ecossistema de inovação e empreendedorismo global	Específica		N	N	S		B7	Formulario referencia Bradesco B3	2018
Transformação digital (TD)	Início do processo de licença junto ao Banco Central para que o next se torne um banco múltiplo e a aquisição da startup Aarin. Assim, passaremos a oferecer mais funcionalidades de pagamentos como o Pix em seu marketplace e no nextShop. Além disso, iniciaremos relacionamento com clientes MEI e PJ interessados nas	Específica		n	N	S		RI	Relatorio anual Bradesco RI	2022

	soluções de Pix e invisible banking da Aarin									
Transformação digital (TD)	Início Canal mobile	Específica		n	n	s		EMIS	Relatório Anual - Itaú Unibanco Holding S.A. - 2015	2015
Transformação digital (TD)	Parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços, com a assinatura do Contrato de Compra e Venda de Ações da BR Automação Indústria e Comércio de Produtos e Tecnologia em Automação S.A.	Genérica		n	n	s		B3	Formulário de Referência - 2016 - V7	2016
Transformação digital (TD)	Espaço Geração Digital, na Sede Santander, reúne equipes multidisciplinares, com estrutura horizontal, para estimular a inovação e dar mais celeridade ao desenvolvimento de novas soluções	Específica		n	n	s		RI	Relatorio anual Santander RI	2016

Apêndice B

ID		CATEGORIA	MENÇÕES
B1	2011	Penetração de mercado (PM)	Em 2011, o banco 1, teve ampliação da oferta de produtos por canais alternativos, além de aumento na capilaridade da rede de agências, que contava com 44.954 terminais de autoatendimento - TAA, sendo considerada a maior instituição financeira da América Latina, segundo ranking da consultoria Economática, com base em 31/12/2010. Ainda, firmou parceria com a rede de distribuição dos Correios, com 6.195 pontos presentes em 95% dos municípios brasileiros.
B2			Em 2011, o banco 2, criou 368 postos e pontos de atendimento bancário nas instalações de clientes pessoas jurídicas selecionados, alcançando um total de 4.480 postos e pontos de atendimento bancário. Possui a maior rede bancária do setor privado no Brasil, cresceu em 174 agências no ano de 2011.
B3			Em 2011, o banco 3, não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2011, o banco 4, iniciou a Internacionalização dos negócios, além de oferecer microcrédito a partir da concentração geográfica do agente de microcrédito.
B5			Em 2011, o banco 5, inaugurou agência na Vila Cruzeiro, em dezembro, onde a comunidade local passou a contar com serviços e produtos bancários, além de um espaço para cursos, capacitações e oficinas culturais
B1	2012	Penetração de mercado (PM)	Em 2012, o banco 1, Recebeu autorização do Federal Reserve Bank (FED) para adquirir a totalidade do capital social e votante do EuroBank, Banco com sede na Flórida (EUA)
B2			Em 2012, o banco 2, não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2012, o banco 3, adquiriu frota de 18 Caminhões-Agências, uma solução inovadora cujo objetivo é auxiliar na melhoria do atendimento aos clientes e à população em geral.
B4			Em 2012, o banco 4, expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina. Também criou o Banco Itaú BMG Consignado S.A., decorrente da associação com o Banco BMG, voltado para a oferta, distribuição e comercialização de créditos consignados no Brasil, com oferta de produtos e serviços integrados, expansão dos negócios nos municípios brasileiros.
B5			Em 2012, o banco 5, não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2013	Penetração de mercado (PM)	Em 2013, o banco 1, firmou parcerias estratégicas para a distribuição de serviços financeiros.
B2			Em 2013, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2013, o banco 4, iniciou a internacionalização do Itaú Unibanco, banco líder na América Latina.
B5			Em 2013, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.

B1	2014	Penetração de mercado (PM)	Em 2014, o banco 1, firmou parceria com a Votorantim Finanças e o Banco Votorantim (“BV”) para a ampliação da capacidade comercial e de prospecção de novos negócios por correspondentes bancários, com foco em Crédito Consignado
B2			Em 2014, o banco 2, iniciou o funcionamento nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, do atendimento eletrônico por meio de comando de voz no Fone Fácil Bradesco
B3			Em 2014, o banco 3, deu continuidade ao projeto de expansão de rede, facilitando o acesso da população aos seus serviços e produtos, alcançando novos mercados e promovendo a inclusão bancária. Como iniciativa pioneira da Caixa para atender às comunidades ribeirinhas e de localidades distantes, foi inaugurada no trimestre a segunda agência barco que recebeu o nome de Ilha do Marajó, a embarcação supre as carências de atendimento bancário impostas pelas dificuldades naturais da região
B4			Em 2014, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2014, o banco 5, inaugurou um posto de atendimento na comunidade de Paraisópolis, em São Paulo, uma comunidade de baixa-renda em São Paulo.
B1	2015	Penetração de mercado (PM)	Em 2015, o banco 1, realizou investimentos no Pilar Atacado, R$ 3.358 mil foram investidos na expansão e adequação de instalações físicas de unidades especializadas no atendimento ao segmento de médias e grandes empresas. Na instalação de 01 nova agência Corporate em Campinas (SP), na relocalização e sua adequação ao novo padrão visual de 01 agência Corporate e 02 agências Empresariais, e ainda, na realização de pequenas reformas e benfeitorias em 08 plataformas empresariais.
B2			Em 2015, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2015, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2015, o banco 4, fez fusão com o CorpBanca,objetivo de crescimento das operações América Latina, colocando o banco em posição de destaque no Chile e na Colômbia, bem como diversificando sua atuação na região.
B5			Em 2015, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2016	Penetração de mercado (PM)	Em 2016, o banco 1, assinou acordo para a continuidade da distribuição de produtos eserviços do BB na rede de atendimento da Empresa Brasileira de Correios eTelégrafos (Correios) pelo prazo de até 36 meses
B2			Em 2016, o banco 2, Inaugurou a segunda Agência Digital, voltada para clientes que costumam utilizar, exclusivamente, os canais digitais para suas operações. Além de limites personalizados, o cliente conta com atendimento em horário estendido, das 7h00 à 00h00, por telefone, e-mail, vídeo atendimento, com equipe de consultores especializados.
B3			Em 2016, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2016, o banco 4, adquiriu Ações e quotas do Banco Credicard S.A. (“Credicard”) e da Credicard Promotora de Vendas Ltda. (“Credicard Promotora”).
B5			Em 2016, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2017		Em 2017, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.

B2		Penetração de mercado (PM)	Em 2017, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2017, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2017, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2018	Penetração de mercado (PM)	Em 2018, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B2			Em 2018, o banco 2, firmou parceria estratégica com a RCB Investimentos S.A. (“RCB”), uma das principais empresas do mercado de gestão e recuperação de créditos no Brasil, e com sua controladora PRA Group Brazil Investimentos e Participações, empresa do PRA Group Inc. Iniciou modelo de atendimento por Plataformas Digitais, que atendem clientes dos Segmentos Exclusive e Prime convidados pelo Banco e os que solicitaram a migração para as unidades em função do seu perfil de relacionamento ser prioritariamente digital. Foi aprovado o Instrumento de Protocolo e Justificação de Incorporação entre o Banco Bradesco BBI S.A. (Sociedade Incorporadora) e Banco Boavista Interatlântico S.A. (Sociedade Incorporada). Firmado Instrumento de Protocolo e Justificação de Incorporação da Kirton Administradora de Consórcio Ltda., pela Bradesco Administradora de Consórcios Ltda., mediante versão de parcela do Patrimônio Líquido da Kirton Consórcio para a Bradesco Consórcios.
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2018, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2018, o banco 5, com a estratégia de fazer investimentos crescentes no agronegócio, expandiu a rede de lojas Agro em todo o país e ofereceu uma gama completa de produtos e serviços voltados para o setor. Somente em 2018, foram inauguradas 7 novas lojas.
B1	2019	Penetração de mercado (PM)	Em 2019, o banco 1, criou 42 novas Agências Empresas. No entando, 333 agências de atendimento varejo foram transformadas em Postos de Atendimento Avançado (PAA) e outros 49 Postos de Atendimento Avançado foram transformados em agências.
B2			Em 2019, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2019, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2019, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2019, o banco 5, ampliou as lojas especializadas da unidade de negócios Prospera Santander Microfinanças e das Lojas Agro.
B1	2020	Penetração de mercado (PM)	Em 2020, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B2			Em 2020, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2020, o banco 3, criou uma unidade executiva dedicada exclusivamente à estratégia de clientes da baixa renda
B4			Em 2020, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2020, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2021	Penetração de mercado (PM)	Em 2021, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.

B2			Em 2021, o banco 2, celebrou contrato de Prestação de Serviços de Intermediação, Captação, Indicação e Manutenção de Estabelecimentos Comerciais (“Contrato” ou “Transação”) com sua coligada, Cielo S.A. (“Cielo”)
B3			Em 2021, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2021, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B5			Em 2021, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2022	Penetração de mercado (PM)	Em 2022, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B2			Em 2022, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B3			Em 2022, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B4			Em 2022, o banco 4, para aumentar a base de clientes, criou uma estratégia de captação de clientes baseada no “gerente de aquisição”, um profissional totalmente dedicado a captação de clientes e desenvolvimento de negócio. Para pequenas empresas apresentou uma nova experiência com a criação de Centros de Negócios. Esses centros oferecerão diversos especialistas no mesmo espaço físico. Além de alojar várias agências em um mesmo prédio, esses centros também oferecerão especialistas em reestruturação de produtos, crédito e débito, que estarão disponíveis para dar suporte aos clientes e aos gerentes de relacionamento para assegurar um ambiente bancário completo.
B5			Em 2022, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado.
B1	2011	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2011, o banco 1, atuou com abordagem automatizada e contratação por meio de terminais de autoatendimento e internet, com agilidade e segurança, sendo a primeira instituição bancária de varejo das Américas e do hemisfério sul e a décima do mundo a obter a certificação ISO 20.000 em tecnologia, segundo dados do IT Service Management Forum. Adotou metodologias de análise de crédito com alto grau de automatização, propiciando decisões mais rápidas das solicitações de empréstimos; Implementou soluções como racionalização dos processos de vendas, revisão do modelo de suporte operacional, implementação de sistema integrado de logística, instalação de complexo Datacenter e implementação de nova Governança de TI. Incrementou suas receitas globais com cartões por meio da obtenção de ganhos de eficiência operacional em logística e desenvolvimento tecnológico, do estímulo à utilização desse meio de pagamento, do lançamento de novas linhas, como o Ourocard Visa Travel Money, e da expansão da base de cartões. Os canais automatizados responderam por 93,0% do total de transações.
B2			Em 2011, o banco 2, concluiu a aquisição da compra do Ibi México e da RFS Human Management. O negócio incluiu a parceria de 20 anos com a C&A mexicana para a venda de produtos e serviços financeiros com exclusividade nas lojas da rede. O processamento dos cartões de crédito do emissor, nas bandeiras Visa e Mastercard, passou a ser efetuado pela subsidiária Fidelity Processadora e Serviços S.A. Registrou mais de 78 parceiros com cartões co-branded, afinidade e private label/híbridos. A oferta de cartões de crédito a esse público integra a estratégia de relacionamento com o cliente, disponibilizando produtos bancários, como seguros e financiamentos aos associados dos cartões de crédito. É pioneiro entre os bancos no Brasil no uso do sistema de leitura biométrica. Destaque para a atuação do Bradesco BBI, como assessor financeiro da LLX Logística S.A. (“LLX”). O case HP/Bradesco foi baseado no desenvolvimento do ambiente de virtualização do Data Center utilizando tecnologia ladeSystem da HP, que proporcionou resultados eficientes na redução de energia e refrigeração de servidores de alta densidade.

B3			Em 2011, o banco 3, iniciou a comercialização da Mega-Sena em ambiente virtual, por meio do Internet Banking CAIXA. O programa "Tem Mais CAIXA", que foi desenvolvido com base em ferramentas de inteligência de mercado e customer relationship management ("CRM"). O objetivo do Tem Mais CAIXA é padronizar o modelo de oferta de produtos de seguridade, buscando maior rentabilidade e incrementando a comercialização de tais produtos por meio de sua extensa rede de distribuição. Também foi criada a cesta de serviços pelo Internet Banking CAIXA, com as funcionalidades de adesão, escolha e alteração da modalidade de Cesta de Serviços, da data de débito da tarifa e da conta que deseja obter tarifa diferenciada. Lançada a Folha CAIXA Web, solução no Internet Banking para cadastrar e gerenciar o pagamento dos salários de forma mais ágil e fácil. Criado o Pagamento Eletrônico CAIXA, que trouxe benefícios como a confirmação on-line de pagamentos, evitando a interrupção de serviços e agilizando o seu restabelecimento. Para o poder judiciário, foi inaugurado o serviço de liquidação eletrônica, composto de depósito eletrônico e alvará eletrônico.
B4			Em 2011, o banco 4, aproximadamente 100 mil clientes já haviam aderido ao extrato em PDF. Houve simplificação de formulários para Proposta de Abertura de Conta (PAC) e de Câmbio. Destaque para a ATM Adattis Touchless 3D, primeiro equipamento no mundo com essa tecnologia. Criação da primeira conta corrente exclusivamente eletrônica, a iConta. Implantação projeto de biometria.
B5			Em 2011, o banco 5, criou um cartão que oferece crédito em moeda de uma parte dos valores gastos pelos clientes em seus cartões de crédito ("cash back"). Realizadas primeiras experiências de venda de seguros on-line, com grande procura para as simulações. Lançamento do Canal Santander Responde, que traz, entre outros conteúdos, 34 vídeos que buscam orientar o cliente a utilizar o banco da melhor forma. Oferecer produtos de tesouraria como uma solução padronizada a nossos clientes, fornecendo aprimoramento de hedge e yield, a empresas de médio e pequeno porte, além de clientes pessoas físicas. O produto Santander Conta Integrada, é uma solução financeira inovadora para pequenas e médias empresas, que marcou a entrada do Santander Brasil no mercado de adquirência. Já o Santander Light", um cartão de crédito com taxas de juros mais baixas que outros cartões. Lançado o primeiro Fundo de Capital Protegido Ouro no Varejo, que gerou captação de mais de R$ 300 milhões.
B1	2012	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2012, o banco 1, , disponibilizou um Sistema de comércio eletrônico para o setor público realizar compras e contratar serviços por meio eletrônico. Começou a emitir cartões de múltipla função na bandeira Elo. Adquire e utiliza certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para a realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPB. Os canais automatizados responderam por 93,8% do total de transações realizadas. Dessas, aproximadamente 33,6% são por meio dos TAA. Estabelecer parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento. Fez a reestruturação de seu modelo de atuação nos negócios de seguridade, por meio de movimentos de reorganização societária, que têm por finalidade aumentar a participação desses negócios no resultado da empresa. Firmou parceria negocial com a Operadora de Telefonia Oi para ampliação da solução Oi Paggo - funcionalidade mobile payment para os clientes Ourocard e comercialização de cartão de crédito co-branded para a base de clientes
B2			Em 2012, o banco 2, iniciou a comercialização de cartão de Crédito Bradesco Visa Nacional Básico/Standard com o objetivo de atender a Resolução nº 3.919/10, do CMN. Desenvolveu um sistema informatizado, para aprimorar e dar maior agilidade ao controle das obrigações e planos de ação firmados com os clientes. O Pague Bradesco, é um serviço que possibilita ao cliente agendar e fazer o pagamento de contas de consumo pelo "Bradesco Celular via SMS". Já o Net Empresa Celular, que permite aos clientes pessoa jurídica utilizarem o aparelho para consultar saldos e autorizar transações pendentes.

B3			Em 2012, o banco 3, lançou o Atendimento CAIXA ao Cidadão por meio do 0800 726 0207, novo canal com foco em serviços de cidadania. Disponibilizou os serviços do FGTS no internet banking para todos os correntistas. Ações On-line, serviço de Home Broker que permite a compra e venda online de ações na Bolsa de Valores pelo Internet Banking. Pagamento Eletrônico CAIXA, permite o pagamento de contas de concessionárias (água, luz, telefone, gás) sem a fatura. Também foram lançados o novo Cartão Universitário, o Cartão de Crédito Turismo CAIXA Platinum e o Cartão Epidemia Corinthiana e, em linha com as premissas do Programa CAIXA Melhor Crédito, fez reduções nas taxas de juros dos cartões de crédito, nas linhas rotativo, saque emergencial em dinheiro, parcelamento e acordo em fatura.
B4			Em 2012, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B5			Em 2012, o banco 5, os canais que retomaram o crescimento foram agência, cartões e call center, além do atendimento do SAC. O site foi reformulado para atender melhor as necessidades desse público, tornando-se muito mais simples e rápido. Nesse novo formato, os investidores dispõem de ferramentas que facilitam a rápida identificação das informações. Primeiro banco brasileiro a integrar serviços financeiros com serviços de transações de cartão de crédito. Contou com equipes de estruturação e produtos que trabalham na manutenção de produtos e na criação de soluções inovadoras que atendam as necessidades específicas de nossos clientes. Novos procedimentos de adequação das operações de derivativos ao perfil de nossos clientes, estabelecendo boas práticas de vendas e maior transparência no relacionamento com nossos clientes. Lançado um novo modelo de atendimento que simplifica a vida de pequenos e médios empresários, pois passam a ter o mesmo gerente nas suas contas de pessoa física (PF) e pessoa jurídica (PJ). Lançou o primeiro produto de crédito imobiliário oferecido por um banco privado no Brasil com prazo de 35 anos.
B1	2013	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2013, o banco 1, investiu na preparação de um ambiente tecnológico corporativo robusto para suportar as diversas exigências regulatórias, a exemplo das soluções em curso para alinhamento às regras de Basileia II, nos segmentos de riscos de mercado, crédito e operacional. Além disso, adquiriu e utiliza certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPBO. Ampliou sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais, com Programa BB Eco Eficiente, construiu um conjunto de ações coordenadas, com abrangência em toda a Organização, com objetivo de produzir ganhos sustentáveis de resultado, seja na manutenção de um portfólio atualizado de seguros, planos de previdência aberta e títulos de capitalização, valorizando a inovação em soluções e processos, como na universalização e simplificação das formas de acesso e contratação, com uma contínua expansão do conceito de Proteção, visam o uso consciente do crédito, com a finalidade de garantir a sustentabilidade empresarial. Essa estratégia propiciou a criação de um ciclo virtuoso, aumentando o volume de negócios e a utilização de produtos e serviços oferecidos pela instituição bancária. Alinhado ao programa de governo Viver Sem Limite – Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, um novo produto é destinado aos clientes com renda mensal de até 10 salários mínimos para aquisição de produtos de tecnologia assistiva.

B2			Em 2013, o banco 2, trouxe a opção para investimento em ações por meio do Bradesco Home Broker Universitário, que conta com os serviços de cotações on-line, TV Home Broker, com programação diária, análises, recomendações, cursos on-line, além de permitir negociações através do aplicativo Bradesco Trading para iPhone, iPad e iPod Touch. Propriciou o Bradesco Net Empresa no celular e também o Bradesco Celular via SMS, onde o cliente consulta o saldo, últimos lançamentos e recarrega o celular, alem de recarga do GlobalTravel Card, um cartão pré-pago em dólar americano, libra esterlina ou euro, diretamente pelo Internet Banking. Iniciou a emissão de cartões de débito com a tecnologia NFC para clientes do Segmento Prime. Disponibiliza aos seus clientes diferentes meios de tecnologia em diversos canais de atendimento, com o que há de mais moderno e inovador, como a biometria vascular, saque sem cartão e produtos de segurança, estreitando o relacionamento e oferecendo-lhes comodidade. Novas versões dos aplicativos Bradesco, Exclusive e Prime, para iPhone. Além de facilidades no acesso à conta corrente e duas funcionalidade inéditas (Depósito de Cheque via smartphone e Ícone Ligar para o Fone Fácil).
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B4			Em 2013, o banco 4, desenvolveu acordo de parceria estratégica de suas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços para a Oki Electric Industry Co. Ltd. (“Oki”)
B5			Em 2013, o banco 5, firmou parceria com a empresa sueca iZettle para pagamento por meio de dispositivos móveis. Novo segmento de alta renda do Santander Brasil, com atendimento por Telepresença, na qual os clientes podem tirar dúvidas sobre produtos ou receber orientação financeira diretamente com os especialistas do Banco, em conversas virtuais realizadas em espaços reservados nas agências. O atendimento com tablets nas agências e a utilização da biometria em substituição às senhas também foram destaque no segmento. Lançamento de produtos que proporcionam investidores brasileiros com acesso a mercados externos.
B1	2014	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2014, o banco 1, Consolidou suas redes de TAA de acesso público nos terminais da Rede Banco24Horas, gerando aumento de eficiência, maior qualidade e capilaridade de atendimento a seus clientes. Foi o 1º colocado no Ranking ANBIMA de Distribuição de Renda Variável. Reconhecimento público por ser um banco seguro, ágil e inovador no desenvolvimento de novos produtos e serviços; Atua com foco nas ações de ciclo de vida e na prestação de bom atendimento aos seus clientes; e oferece produtos e serviços adequados a todos os segmentos de clientes com uma das menores tarifas e taxas de juros do mercado.
B2			Em 2014, o banco 2, instala terminais de autoatendimento que recebe depósitos em dinheiro e lança o crédito em tempo real na conta do cliente. Lança uma ferramenta importante para consultar e efetuar transferências interbancárias (TED, DOC e TEC). Lança aplicativo para Windows Phone que permite o aumento de limite para transferência aos clientes que utilizam Token e M-Token no Bradesco Celular, tecnologia em pagamento por aproximação, carteira digital b.wallet (serviço que permite os clientes pagarem suas contas com cartões de crédito e débito Bradesco - bandeira Visa - através do smartphone). Inovou com depósito de cheque via smartphone, serviço pioneiro no Brasil, que elimina a necessidade do depósito do documento físico. Funcionalidade de integração do Touch ID, disponível nos smartphones com este recurso, com o acesso ao mobile banking, eliminando a necessidade de inserção da senha de acesso à conta no aplicativo, proporcionando agilidade, inicialmente, aos clientes Bradesco Prime. Novo serviço de saque com a verbalização das cédulas dispensadas no Autoatendimento e o Mouse Visual. Liberou acesso gratuito à internet para a realização de operações no Bradesco Celular para clientes pré e pós-pago das quatro maiores operadoras do país: Vivo, TIM, Claro e Oi.
B3			Em 2014, o banco 3, lançou novo site, com navegação mais dinâmica e conteúdo mais objetivo. Adoção de biometria, recarga de cartões por aproximação (NFC) e melhoria da conexão com a Empresa.

B4			Em 2014, o banco 4, reposicionou a marca Rede no mercadode captura de cartões, com múltiplas soluções em todas as plataformas digitais. Foi eleito pela DatacenterDynamics Awards – Melhor Projeto de Transformação em Data Center. Implantado novas plataformas de atendimento - Personnalité Digital e Uniclass Digital – nestas novas plataformas, o atendimento é feito online. Os gerentes atendem remotamente a necessidade dos clientes, estando disponíveis em horários diferenciados das agências físicas. Lançado o APP Itaú Tokpag – Aplicativo inovador que visa simplificar a vida dos correntistas ao permitir o envio de recursos para os contatos da sua lista de celular com apenas um toque de forma rápida e segura. Inauguradas as Salas de Performance. Conhecidas como nossas pontocom, permitem monitoramento de todas as operações digitais de Seguros, Itaucard e Pessoa Física em tempo real, além de acompanhamento de vendas minuto a minuto - mais informações sobre a loja virtual de seguros.
B5			Em 2014, o banco 5, concluida a construção do novo centro de dados, o maior centro de tecnologia na América Latina. Implantado acesso por CPF ao Mobile, ao InternetBanking e ao Call Center; lançamento do novo aplicativo de mobile banking, mais intuitivo e completo. Adquiriu 50% do capital social da Super Pagamentos, uma plataforma digital que oferece a venda de produtos e serviços financeiros por meio de cartão pré-pago. Lançado o Conta Combinada, que permite aos nossos clientes escolher entre quatro tipos de contas, de acordo com seu perfil. Começou a oferecer aos nossos clientes brasileiros um grupo de fundos que investem em ações globais. Foco no desenvolvimento das relações com clientes, implementando um novo modelo de cobertura e fortalecimento da parceria com os demais segmentos do Banco através venda cruzada de produtos (cross selling).
B1	2015	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2015, o banco 1, disponibilizou solução tecnológica com o objetivo de permitir aos parceiros conveniados junto ao BB as funcionalidades de elaboração e atualização cadastral dos agricultores familiares, abertura de contas correntes e o acolhimento de propostas de crédito das linhas do Pronaf, bem como o acompanhamento de informações das propostas, otimizando e padronizando o processo, possibilitando assim, aumentar o grau de satisfação dos clientes. Houve adesão do Banco do Brasil ao Fatca (Foreign Account Tax Compliance Act) ou Lei de Conformidade das Obrigações Tributárias de Contas Estrangeiras. E adesão à política específica de Responsabilidade Socioambiental (PRSA), em atendimento à Resolução CMN n° 4.327, de 25/4/2014, e ao Normativo Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN nº14. A comercialização de Financiamento de Veículos e Leasing Veículos ocorre na rede de agências, em todo o território nacional. As simulações podem ser realizadas nos canais de autoatendimento, inclusive pelo aplicativo “Financie seu Carro” disponível para smartphones. Está em processo de homologação o “Termo de Autorização para recebimento de e-mail”, cujo objetivo é dar transparência ao relacionamento via e-mail e aumentar a conscientização do cliente sobre as regras de uso e características das mensagens. O termo estará disponível para os clientes no Autoatendimento BB pela Internet (APF) e para o gerente na Plataforma de Negócios.

B2			Em 2015, o banco 2, teve o Internet Banking foi totalmente reformulado, além de novos serviços, como aquisição online de títulos, consultas de extrato detalhado e alteração da data de débito, a página apresenta interface otimizada e de fácil navegação. Criado site para aposentados, onde eles podem ter acesso aos produtos e serviços voltados para o seu perfil, conferir descontos exclusivos em medicamentos, pacotes de viagens, ingressos de espetáculos e outras atividades de cultura e lazer. Firmada parceria com a Stelo S.A., empresa de meios eletrônicos de pagamentos que irá administrar, operar e explorar os segmentos de facilitadoras de pagamentos voltada para o comercio eletrônico, bem como negócios de carteira digital. Iniciado serviço que permite aos clientes cadastrarem contas de beneficiários e aumentarem seus limites de transferências diárias para até R$ 30 mil, diretamente pelo Internet Banking, sem precisar ir até uma Agência, apenas utilizando a Validação Digital. Iniciado o Receba Fácil, serviço pioneiro no mercado, que possibilita às empresas distribuidoras de produtos receberem o pagamento à vista, no ato da entrega da mercadoria, por meio de transferência on-line, utilizando-se do serviço de troca de mensagens SMS. Alteração da senha de quatro dígitos diretamente pelo Internet Banking, além do Fone Fácil, Autoatendimento e Agência. Carteira Digital Bradesco Seguros. O aplicativo para smartphones iOS e Android, disponibiliza cartões virtuais dos segmentos de atuação: residência, carro, capitalização, saúde e previdência, proporcionando aos segurados, de forma prática, simples e rápida, acesso aos seus produtos e benefícios, dispensando o uso do cartão físico.
B3			Em 2015, o banco 3, lançou aplicativo Bolsa Família para celular, iniciou o serviço de carteira eletrônica, denominado Caixa MasterPass, lançou o cartão Construcard Caixa com chip na bandeira Elo, novo modelo do produto para compra de material de construção. O processo de registro de informações sobre as atividades de Controles Internos, desenvolvidas pelas diversas unidades da Instituição, encontra-se automatizado, subsidiando o monitoramento do sistema e a elaboração dos relatórios de controles internos.
B4			Em 2015, o banco 4, foi reconhecido pelas principais publicações do mercado de Private Bank. Essas premiações sãoresultado da avaliação de importantes instituições e participantes do mercado de Wealth Management e consideram o relacionamento com cliente, gestão deportfólio, alocação de ativos, oferta, controle de risco eestratégia do negócio. Iniciou a operação uma nova rede de pagamentos eletrônicos, por meio de uma sociedade controlada pela MasterCard. Fez aquisição 50% do capital social da ConectCar Soluções de Mobilidade Eletrônica S.A. (“ConectCar”).
B5			Em 2015, o banco 5, lançou um novo aplicativo para clientes pessoa física. Iniciou o processo de implementação da tecnologia de Biometria Digital em nossos Caixas eletrônicos, que permite aos nossos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas. Lançou o Santander Negócios & Empresas, uma plataforma global do Grupo Santander para o segmento de Pequenas e Médias Empresas (PME) que oferece não apenas soluções FInanceiras, como a simpliFIcação na abertura de contas ou a agilidade na instalação de maquininhas de adquirência Getnet, mas também uma série de benefícios não FInanceiros, como a capacitação e o desenvolvimento do empresário e de suas equipes e o apoio para a internacionalização do negócio por meio da rede global do Santander.
B1	2016	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2016, o banco 1, desenvolveu inovação em gestão de riscos socioambientais e produtos relacionados à Economia Verde – Agricultura sustentável, gestão de florestas, eficiência energética, dentre outros. Desenvolvimento de modelos de negócio para acelerar a transição para a Economia Verde.

B2			Em 2016, o banco 2, lançou o aplicativo Bradesco Cartões, que oferece serviços como visualização da data de vencimento, melhor data de compra, extrato, limite de compra e saque, código de barras para pagamento, aviso de viagem, desbloqueio e gráfico de gastos. A inovação está disponível para os clientes pessoa física, portadores de cartões de crédito Bradesco e BradesCard correntista e não correntista, titular e adicional, que possuem celular com sistema operacional iOS ou Android; Os clientes PF podem renegociar de forma online, via Internet Banking, os seus débitos, simular o pagamento em parcelas, escolher a data para o 1º pagamento e ainda contar com opções para pagamento do valor total ou em parcelas, via débito em conta ou boleto de cobrança. Novo App Bradesco Trading, no qual os clientes têm acesso a conteúdos especiais para acompanhar o mercado, como os programas da TV Home Broker, gráficos e desempenho de ações. Na aba Broker, é possível consultar cotações online, book de ofertas, destaques de altas e baixas e nova boleta rápida, com botão de compra e venda. Poupa Troco Bradesco, que permite ao investidor transferir, automaticamente, para uma conta-poupança, a soma dos centavos restantes dos débitos em conta-corrente, acrescidos de valor predeterminado.
B3			Em 2016, o banco 3, não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B4			Em 2016, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B5			Em 2016, o banco 5, iniciou o programa Avançar, que oferece acesso a cursos online, ferramentas para contratar e reter talentos e apoio à internacionalização de negócios utilizando nossa experiência internacional. Lançou o Santander AutoCompara (www.autocompara.com.br), uma ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis através de várias companhias de seguros. Realizou melhorias adicionais na experiência do usuário, por meio de simplificação das funcionalidades intuitivas, bem como colocando à disposição dos nossos Clientes o acesso às suas informações consolidadas através de determinados smartphones. Introduziu o ContaSuper, um modelo de cartão pré-pago, o qual é totalmente digital e amigável ao usuário, bem como o novo portal interativo de recursos humanos, que inclui novas ferramentas, tais como gerenciamento de horas trabalhadas, informações da equipe e alertas personalizados. Novo modelo digital, plataforma que aumenta a velocidade do processo de venda. Com isso, simplificamos o processo de financiamento. A +negócios é uma plataforma comercial digital inovadora criada para ser simples e intuitiva e que permite simulações de empréstimo, aprovação de crédito e formalização de propostas mais rápidas, além do fornecimento de relatórios de gerenciamento de carteira.
B1	2017	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2017, o banco 1, lançou o App Ourocard.

B2			Em 2017, o banco 2, expansão do atendimento BIA (Bradesco Inteligência Artificial), atende os clientes diretamente pelo celular, respondendo dúvidas sobre produtos e serviços do banco de forma rápida e interativa. A solução, baseada em inteligência artificial, está disponível nos aplicativos Bradesco Celular, Exclusive e Prime. No ramo de seguros, o usuário pode acompanhar o status das solicitações de procedimentos médicos pelo App da Bradesco Seguros e pelos sites segurado e concierge. Criada a plataforma digital do Bradesco, que tem o objetivo de se relacionar com os clientes que buscam formas diferentes de gerenciar o próprio dinheiro. Nova versão do App Bradesco Agronegócio, com soluções exclusivas, como o calendário agrícola, o simulador de custo de produção e o simulador relação de troca. Tudo isso com um visual mais simples e intuitivo, auxiliando o dia a dia dos empresários rurais. O cartão de crédito Virtual, permite ao usuário solicitar um número temporário associado ao seu cartão físico para utilizá-lo em suas compras no e-commerce de forma ainda mais segura. Nas máquinas de autoatendimento, todas as transações podem ser realizadas sem cartão, apenas com a autenticação da biometria, disponível em 100% das máquinas da rede Bradesco e do Banco24Horas. Foi o primeiro banco brasileiro a permitir que seus clientes comprem euro por meio das máquinas de Autoatendimento. Além do euro, é possível comprar dólar sem a necessidade de acompanhamento de um funcionário, com ampliação de horário para atender a necessidade de nossos clientes, de forma rápida e segura.
B3			Em 2017, o banco 3, não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B4			Em 2017, o banco 4, iniciou nova fase de maior Diversificação do portfólio de investimentos.
B5			Em 2017, o banco 5, lançou o Atendimento Digital Empresas para atender empresas com faturamento anual de até R$300 mil, para as quais a Companhia disponibiliza oferta simplificada e gerentes de relacionamento exclusivos. Lançou o Santander Pass, uma solução de pagamento por aproximação com tecnologia NFC (Near Field Communication) no formato de pulseira e adesivo, permitindo a realização de transações de débito ou crédito sem o uso físico do plástico. Adquiriu 70% da Ipanema Empreendimentos e Participações S.A., empresa que atua diretamente na gestão de portfólios de créditos em atraso e que deverá ampliar ainda mais nossa expertise na recuperação de crédito. Criada Joint venture com a HDI Seguros S.A. (“HDI Seguros”) no segmento de seguros de automóveis.
B1	2018	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2018, o banco 1, iniciou a contratação digital de Crédito Imobiliário PF via App BB. Teve evolução tecnológica das plataformas de investimentos
B2			Em 2018, o banco 2, criou 6 Plataformas Especializadas no Alto Poder Público para atendimento aos Governos, Capitais, Tribunais, Conselhos de Classe, Assembleias, Ministérios Públicos, Defensorias Públicas, além dos 100 Maiores Municípios do PIB brasileiro. Iniciou meios de pagamentos digitais com Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code, sendo o último uma solução inédita entre os bancos e, assim, passamos a ter a solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado. Implantou Biometria de Voz onde sua voz é sua senha, o que confere ainda mais praticidade e usabilidade ao acessar a conta através do Fone Fácil. Aquisição do HSBC Brasil, o portfólio de cartões foi ampliado, o que consolida nossa posição no cenário financeiro nacional
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
B4			Em 2018, o banco 4, mais de 11 milhões de clientes pessoas físicas utilizaram os canais digitais do banco e mais de 600 mil contas foram abertas pelo App Abreconta. Implantou uma plataforma aberta de seguros, família de “maquininhas de cartão” Pop Credicard e a agência digital para microempresas.

B5			Em 2018, o banco 5, lançou a nova assistente virtual com inteligência Artificial além do rollout para toda Rede de Agências. Lançada nova plataforma online de investimentos que mostra que tranquilidade financeira e realização de sonhos estão ao alcance de todos. Disponibilização de produtos e serviços em todos os canais de acordo com a conveniência para os clientes.
B1	2019	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2019, o banco 1, instalou novos Terminais Recicladores em nossas agências, com esses terminais, o cliente faz o depósito em dinheiro e o valor já é creditado na conta corrente on-line. O pagamento a débito é realizado por meio de cartão físico com chip ou soluções mobile, que envolve componentes de hardware, smartphone com tecnologia NFC (near-field communication) ou similar, e software como o App Ourocard, Samsung Pay ou Apple Pay, entregues ao cliente e vinculados a bandeiras como Elo, Visa ou Mastercar. Ourocard-e, um cartão virtual para compras online com opções extras de segurança, como limitação no valor e na quantidade das compras que serão realizadas.
B2			Em 2019, o banco 2, incorporou o Banco Bradesco Cartões S.A. No ambiente do next, foram entregues mais de 2.100 funcionalidades, aumentando o volume de transações em 121% em comparação com 2018. Ampliou a solução de Open Banking para clientes pessoa jurídica com perfil Microempreendedor Individual – MEI, possibilitando a abertura de conta de forma totalmente digital e segura. Uso do modelo ágil com equipes multifuncionais, criando soluções utilizando-se de tecnologias inovadoras como inteligência artificial, algoritmos, microsserviços e cloud. Iniciou parceria com a Apple para utilização dos cartões Bradesco no aplicativo Apple Pay para pagamentos em estabelecimentos comerciais. Saques em Libras pela Íris - Intérprete Digital de Libras Bradesco.
B3			Em 2019, o banco 3, lançou o aplicativo CAIXA Tem e o crédito imobiliário IPCA, linha de crédito com taxas de juros atreladas ao IPCA.
B4			Em 2019, o banco 4, Ampliou os serviços prestados de forma digital, como pagamento de pensionistas do INSS via rede 24h, depósito de cheque e recuperação de senha de cartões pelo app do Itaú.
B5			Em 2019, o banco 5, lançado o WebCasas é um canal digital para contratar Crédito Imobiliário na internet. Implementação de um método de trabalho colaborativo na nossa organização com base na metodologia "Ágil", comumente usada em TI, com otimização de ferramentas comerciais. Adquiriu a Getnet, uma empresa de tecnologia que oferece soluções em meio físico e digital para pessoas e empresas.
B1	2020	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2020, o banco 1, estimulou o uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento pela internet e celular, com ampliação do acesso para diversos perfis de clientes com atendimento por mensagem, além de realização de operações bancárias diretamente por aplicativo de mensagens para todos os clientes.
B2			Em 2020, o banco 2, implementou jornadas digitais, melhorando a experiência dos clientes pessoa física e jurídica, e fortalecemos a orientação financeira como pilar da bancarização em todo o país, com isso, houve ampliação do número de clientes realizando atividades de banking e aumento significativo no número de transações pelo internet banking e mobile. Disponibilizou 36 mil gerentes de conta equipados e prontos para realização de negócios e transações, oferecendo consultoria a clientes por áudio ou vídeo conferência, auxiliando a vida financeira dos clientes e apoiando com crédito e alongamento de dívidas. Criou a NextJoy: uma conta digital gratuita para menores de idade criada em parceria exclusiva com a Disney. É o primeiro projeto na América Latina que une uma instituição financeira ao público de 0 a 17 anos. BITZ Serviços Financeiros S.A., nova empresa da Organização Bradesco, que ingressa no mercado brasileiro de Carteiras Digitais e Contas de Pagamento.

B3			Em 2020, o banco 3, De maneira disruptiva, atuou no enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus (COVID 19), em especial através da operacionalização do auxílio emergencial, entre outros programas, e da concessão de crédito às micro e pequenas empresas. Foi Responsável por uma inclusão bancária histórica, através da sua plataforma digital, operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, que foi remodelado em decorrência da pandemia para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros. Os programas auxilio emergencial, benefício emergencial de preservação do emprego e da renda (Bem) e saque emergencial FGTS, foram implementados para recebimento através da plataforma digital. A plataforma digital, operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, que foi remodelado em decorrência da pandemia para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros, apresenta enorme potencial de vendas dos produtos de seguros.
B4			Em 2020, o banco 4, remodelou processos financeiros, buscando trazer mais eficiência, padronização e automatização, com a implementação da mais moderna versão do ERP da SAP (SAP S4/Hana), sempre comfoco na melhoria contínua de seus processos e controles internos.
B5			Em 2020, o banco 5, lançou os sites “Superamos Juntos” e “O Santander te apoia”, que reuniram recursos e iniciativas relacionadas com o nosso negócio. Também fpi lançado o SX, que nos diferencia da solução de pagamento instantâneo. Realizadas ofertas emergenciais em um hotsite, o superamosjuntos.com, prorrogação por 60 dias da parcela do crédito para veículos, bens e serviços; aumento de 10% no limite do cartão de todos os clientes adimplentes; campanha de pagamento de contas atrasadas com 90% de desconto e 72 meses de prazo e desconto de 40% no seguro de vida para profissionais de saúde. Lançado o +Fidelidade, um programa de fidelidade com o objetivo de oferecer incentivos aos nossos agentes com base em sua fidelidade e nível de relacionamento com o Grupo Santander Brasil e Webmotors.
B1	2021	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2021, o banco 1, criado o Programa BB Investimentos Agro em evento público online. A finalidade do Programa é intensificar a atuação em linhas de investimentos relacionadas ao Agronegócio, com foco na inovação e na sustentabilidade, além de trazer apoio aos produtores de café e de outras lavouras afetadas pelas geadas. Criada metodologia de avaliação de maturidade, com indicador específico, que visa induzir a cultura organizacional voltada ao cliente-centrismo e com impactos nos acordos de trabalho das áreas avaliadas.
B2			Em 2021, o banco 2, iniciou a transformação de agências em unidades de negócios que possuem uma estrutura mais leve, se comparada à de uma agência, possibilitando reduzir o custo de servir. Evoluiu a experiência do cliente na contratação de produtos, o simulador de investimentos foi reformulado, propiciando ao cliente navegar para conhecer suas modalidades, estimulando conceitos de educação financeira, já que ele consegue identificar as vantagens das diversificação por meio das carteiras do Banco e contratar a partir da simulação. Simulação e solicitação de capital de giro na modalidade Pronampe, opção de substituição do token físico pelo digital. o Pix Bradesco foi ampliado, agora está na maquininha Cielo possibilitando que o vendedor ou lojista possa contratar diretamente esse serviço no Net Empresa ou no canal mobile.

B3			Em 2021, o banco 3, bateu a marca de R$ 1,8 bilhão em contratações pelo App Habitação desde a expansão da utilização do aplicativo. As carteiras das agências digitais, os canais remotos de atendimento, incluído o Whatsapp, e as jornadas digitais de contratação e manutenção de uma série de produtos e serviços, contribuiram para a redução do fluxo de clientes nas agências, sobretudo em um cenário impactado pelas medidas de isolamento social. Houve ampliação de Canais de atendimento, viabilizada a contratação do Crédito Pessoal – Saque-Aniversário no App CAIXA Tem. O app também passou a centralizar a operacionalização de benefícios sociais como o Bolsa Família, o PIS e o FGTS, e por isso tudo, o CAIXA Tem passa a ser uma nova e poderosa plataforma de acesso a clientes de diversos segmentos para a venda de produtos de seguridade mais acessíveis e com menor customização. Início das operações da maquininha CAIXA Pagamentos.
B4			Em 2021, o banco 4, disponibilizou no aplicativo um novo recurso para comprar um consórcio. Eles só precisam preencher um formulário e receberão uma ligação oferecendo as melhores opções. Em função da pandemia de COVID-19, incentivamos nossos clientes a usarem nossos aplicativos e bankline. Nosso site foi reconfigurado para dar destaque aos canais digitais, incluindo um passo a passo para quem nunca usou o aplicativo Itaú e tutoriais sobre como usar os principais serviços financeiros (transações, pagamento de fatura, pagamento de cartão de crédito, cartões virtuais, desbloqueio de senhas de cartões de crédito e de débito, rastreamento de pedido de cartão). Além disso, comunicamos nas redes sociais, os serviços que podem ser feitos online e enviamos e-mails e SMS aos nossos clientes. Criamos o "HUB Serviços", um recurso do aplicativo Itaú, com uma interface simples e prática, que inclui diversos formulários pelos quais os clientes podem solicitar serviços operacionais. Atualização de plataforma tecnológica com soluções para o mercado de capitais e investimentos em novas soluções para os clientes, como o iServiços, que inclui custódia, corretagem e compensação, todas integradas.
B5			Em 2021, o banco 5, criou o Clique e Retire, um novo sistema de entrega física de cartões que oferece autonomia e agilidade ao permitir que os clientes optem por retirar seus cartões em máquinas de autoatendimento. Foi o primeiro mercado regulado de carbono brasileiro, no qual são negociados os Créditos de Descarbonização (CBIOs). Os créditos são emitidos por produtores e importadores de biocombustíveis em operações certificada. Lançou solução de seguro de automóveis totalmente digital que se baseia no uso de análises de big data para precificação. Lançou linhas de financiamentos inéditas no Brasil com os Sustainability-linked Loans, bem como o CDB Baixo Carbono, voltado a empresas interessadas em investimentos sustentáveis de baixo risco.
B1	2022	Desenvolvimento de produto (DP)	Em 2022, o banco 1, desenvolveu dentro do contexto de Open Banking e big data, o processo de precificação está passando por transformações, com a utilização de modelos analíticos e estatísticos que auxiliam na melhor definição de preços, utilizando além das variáveis citadas, uma maior personalização no nível de cliente.

B2			Em 2022, o banco 2, Firmou parceria estratégica com o Banco Votorantim S.A. (“banco BV”) para a formação de uma gestora de investimentos independente, que terá marca própria, a ser definida. Captura de feedbacks dos clientes dentro do App Bradesco também foi reestruturada, de forma a gerar ainda mais insights voltados à melhoria da experiência. Transformou a BIA em um canal para avisos de mensagens de segurança. Via WhatsApp, ela entra em contato com o cliente em casos de suspeita de fraude de cartão de crédito. Lançado o Novo Ágora Token, o cliente tem muito mais segurança e facilidade de acesso aos seus dados. App com a opção “Meus bancos”, o Cliente Pessoa Física pode agregar suas informações financeiras e, assim, conseguir consultar as principais informações de todas as suas contas no Bradesco e em outros bancos. Implantado o Atendimento SAC em Libras por vídeo chat no site do Bradesco, especialmente direcionado a pessoas surdas ou portadoras de deficiência auditiva. Implantou o Função ‘liga/desliga’ para os cartões contactless (pagamentos por aproximação), permitindo ao cliente utilizar ou não o recurso; o serviço de contestação de despesas não reconhecidas diretamente no App cartões - disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana. Primeiras agências bancárias brasileiras a operar com 5G atestaram excelentes resultados: transações mais ágeis, especialmente na troca de arquivos, onde se exige maior banda e menor latência.
B3			Em 2022, o banco 3, passou a oferecer duas modalidades de microcrédito, para contratação diretamente no celular, através do aplicativo CAIXA Tem, de forma 100% digital e simples.
B4			Em 2022, o banco 4, implantou nova Experiência do Revendedor – esse produto renovou a ferramenta Credline (que as revendas usam para nos enviar propostas) com base em um intenso processo de descoberta realizado com os clientes. Lançou linha de crédito para os revendedores comprarem veículos novos e usados para seu estoque. A experiência com o produto é muito simples e rápida em um fluxo totalmente digital. Aumento na equipe de vendas e atração de mais clientes, alcançamento de uma carteira de 25.807 pessoas. Além disso, nosso produto foi integrado ao ITI, nosso Banco Itaú digital, com isso, deu-se início à implantação de uma nova estratégia de varejo, chamada iVarejo 2030, com o objetivo de oferecer a melhor experiência para os nossos clientes, com soluções completas, sustentáveis e cada vez mais digitais, transformando em um banco "Phygital".
B5			Em 2022, o banco 5, iniciou processo digital de nova conta, para simplificar o processo de abertura de contas.
B1	2011	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2011, o banco 1, estabeleceu parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento e de estreitar parcerias com novas redes varejistas, buscando a escala na venda de produtos e serviços com menor impacto sobre as estruturas internas, visando aumentar a atuação, especialmente para apoiar o movimento de internacionalização das empresas brasileiras. Adquiriu 100% do capital social do EuroBank e 51% do capital social total e votante do Banco Patagonia S.A., com sede em Buenos Aires, Argentina.
B2			Em 2011, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2011, o banco 3, implementou um plano estratégico de 10 anos para incremento de sua participação no mercado de crédito brasileiro. Criou a Caixa Seguridade com foco nos mercados de seguros, previdência, capitalização e consórcios.
B4			Em 2011, o banco 4, atuou no mercado de pequenas e médias empresas, financiamento de veículos e crédito imobiliário, com foco no nicho Ultra Large(maiores companhias do Brasil).
B5			Em 2011, o banco 5, manteve presença internacional, com plataformas de distribuição de produtos e serviços em Madri, Londres e Nova York, é outra vantagem competitiva nesse mercado. Iniciou um processo de integração das áreas de Corporate e Empresas.

B1	2012	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2012, o banco 1, ampliou sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais. Adquiriu e incorporou instituições financeiras, estabeleceu parcerias estratégicas e intensificou seu processo de internacionalização. Foco na estratégia de expansão e fortalecimento da atuação internacional. Atualmente está presente em 24 países.
B2			Em 2012, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2012, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2012, o banco 4, expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina.
B5			Em 2012, o banco 5, abriu quatro novas agências de private banking para permitir que os clientes conduzam todas as transações bancárias em um ambiente privado.
B1	2013	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2013, o banco 1, adquiriu e incorporou instituições financeiras, intensificou o processo de internacionalização
B2			Em 2013, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2013, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2013, o banco 5, adquiriu o Banco Real.
B1	2014	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2014, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B2			Em 2014, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2014, o banco 3, iniciou uma nova fase nas relações com seus clientes nas redes sociais. Além da rede de atendimento física, a Caixa também disponibiliza aos seus clientes os aplicativos de acesso à conta via smartphones e tablets e o Internet Banking Caixa.
B4			Em 2014, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2014, o banco 5, revisou tanto o modelo de segmentação de pessoas físicas quanto de pessoas jurídicas para refletir melhor as mudanças macroeconômicas do mercado brasileiro e as mudanças no perfil dos nossos clientes. Crou uma nova segmentação para clientes com alta renda, o Santander Select, e ajustou a segmentação de pessoas jurídicas para melhor atender as necessidades financeiras. Foram abertas 61 agências Santander Select exclusivas com 400 gerentes de relacionamento.
B1	2015	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2015, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B2			Em 2015, o banco 2, firmou acordo Operacional para Oferta de Cartões de Crédito e Outros Produtos Financeiros, que tem por objeto regular a oferta de cartões co-branded e outros serviços financeiros correlatos relacionados à marca “Casas Bahia” pelo Bradesco.
B3			Em 2015, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2015, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2015, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

B1	2016	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2016, o banco 1, reorganizou a rede de atendimento de forma a adequar-se ao novo perfil e comportamento dos clientes, com o aproveitamento de sinergias, a otimização de estruturas e a ampliação de serviços digitais, sem comprometer a presença nos municípios em que atua. Ao final, 379 agências serão transformadas em postos de atendimento (PA) e 402 serão desativadas.
B2			Em 2016, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2016, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2016, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2016, o banco 5, aumentou o número de usuários ativos das plataforma de pagamento digital, o que levou a um aumento nas taxas recebidas. Lançou e posicionou o Santander Negócios & Empresas, composto por uma oferta financeira e não financeira que tem o objetivo de fortalecer a presença do banco entre as pequenas e médias empresas brasileiras, oferecemos soluções únicas como Santander Conta Integrada e o Cartão Santander Negócios & Empresas. A UniCredit e o Branco Santander chegaram a um acordo para combinar as suas unidades de gestão de recursos de terceiros. Houve reestruturação de todas as atividades. O produtor rural ganhou um atendimento ainda mais especializado e até bem perto da porteira, com a criação de agências vocacionadas. O modelo oferece suporte de agrônomos e tecnologia para apoiar os clientes. Lançamento da marca Olé Consignado, reposicionando o produto no segmento de crédito consignado.
B1	2017	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2017, o banco 1, ocupou a 3ª posição no ranking ANBIMA, com 14,9% de participação de mercado, enquanto que em termos de distribuição de renda fixa, o BB-BI alcançou a 3ª posição, com 11,6% de participação de mercado.
B2			Em 2017, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2017, o banco 4, adquiriu participação na Recovery do Brasil Consultoria S.A., no Banco BMG S.A.(“BMG”) no Banco Itaú BMG Consignado S.A. e em negócios de varejo conduzidos pelo Citibank no Brasil, assim como as participações societárias na Tecban - Tecnologia Bancária S.A. (“Tecban”) e na Cibrasec – Companhia Brasileira de Securitização.
B5			Em 2017, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B1	2018	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2018, o banco 1, não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B2			Em 2018, o banco 2, não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2018, o banco 3, não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B4			Em 2018, o banco 4, iniciou parceria com a empresa Ticket
B5			Em 2018, o banco 5, criou a Global Corporate Banking (GCB) uma unidade de negócios global que cobre aqueles clientes que, devido a seu tamanho e complexidade, exigem serviços personalizados ou produtos de atacado com alto valor agregado.
B1	2019	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2019, o banco 1, implenetou nova dinâmica de trabalho em mais de 1.300 agências especializadas no atendimento de varejo. Patrocinou a 12ª edição da Brasil Game Show – BGS, uma das maiores feiras de games da América Latina. Os clientes com Ourocard puderam entrar com uma hora de antecedência no evento. O patrocínio faz parte da nossa estratégia de rejuvenescimento da base de clientes.

B2			Em 2019, o banco 2, assumiu as operações do BAC Florida, com o principal objetivo de ampliar a oferta de investimentos nos EUA aos seus clientes de alta renda (Prime) e do Private Bank, além de outros serviços bancários, como conta corrente, cartão de crédito e financiamento imobiliário.
B3			Em 2019, o banco 3, teve presença em 100% dos municípios brasileiros.
B4			Em 2019, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2019, o banco 5, expandiu operação no mercado de atacado, oferecendo serviços como financiamento, pagamento e câmbio a grandes empresas, com aumento das transações entre o Brasil e outros países, como é o caso da China.
B1	2020	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2020, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B2			Em 2020, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2020, o banco 3, concluiu a operação e a implementação do acordo com a CNP Assurances S.A. (“CNP”) para a formação de uma nova sociedade que explorará conjuntamente, pelo prazo de 25 anos, os ramos de seguros de vida, prestamista e os produtos de previdência na rede de distribuição da CAIXA. Firmou com a Icatu Seguros S.A. (“Icatu”) acordo de associação (“Acordo Icatu”) para a formação de uma nova sociedade que explorará, pelo prazo de 20 anos, o ramo Capitalização na rede de distribuição da Caixa Econômica Federal (“Balcão CAIXA”). Firmou com a Tokio Marine Seguradora S.A. (“Tokio Marine”) acordo de associação (“Acordo Tokio Marine”) para a formação de uma nova sociedade que explorará, pelo prazo de 20 anos, os ramos de seguros Habitacional e Residencial na rede de distribuição da Caixa Econômica Federal (“Balcão CAIXA”).
B4			Em 2020, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2020, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B1	2021	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2021, o banco 1, reorganizou a rede de atendimento com objetivo de adequar ao novo perfil e comportamento dos clientes. Compreende, além das medidas de otimização de estrutura, outros movimentos de revisão e redimensionamento nas diretorias, áreas de apoio e rede, privilegiando a especialização do atendimento e a ampliação da oferta de soluções digitais.
B2			Em 2021, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B3			Em 2021, o banco 3, realizou parceria estratégica com atuação em segmentos específicos de negócios relacionados à Adquirência, buscando fortalecer sua atuação no mercado de meios de pagamento eletrônicos.
B4			Em 2021, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B5			Em 2021, o banco 5, criou a SX Negócios, empresa especializada em atendimento remoto. Os novos clientes que abriram suas contas em nossos canais digitais têm acesso ao Santander Direct. Criada nova rede comercial chamada Rede Norte Amazônica, com o objetivo de expandir a atuação na região, composta por quatro estados brasileiros (Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima), com o objetivo de fomentar os negócios na região e com especial enfoque na sustentabilidade.
B1	2022	Desenvolvimento de mercado (DM)	Em 2022, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

B2			Em 2022, o banco 2, firmou com o Banco BNP Paribas Brasil S.A. (BNP Paribas) um acordo de esforços conjuntos para viabilizar a potencial transferência na prestação de serviços locais aos clientes de Private Bank do BNP Paribas que optarem por migrar para o Bradesco, em decorrência da decisão do BNP Paribas de descontinuar seus serviços locais nesse segmento.
B3			Em 2022, o banco 3, teve abertura de agências em regiões desassistidas
B4			Em 2022, o banco 4, investiu na criação de uma estratégia de conteúdo robusta através dos canais de mídia social, focando no fornecimento de publicações constantes sobre o ambiente econômico e tutoriais.
B5			Em 2022, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
B1	2011	Diversificação (DV)	Em 2011, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B2			Em 2011, o banco 2, disponibilizou a nova versão do seu Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com recursos de reação dos itens ao passar do mouse e mais de 50 inovações.
B3			Em 2011, o banco 3, iniciou a fase piloto do projeto de pagamento de compras pelo celular
B4			Em 2011, o banco 4, expandiu o portfólio de produtos, a linha de Computação reunia 16 modelos, entre notebooks, netbooks e desktops, sete plataformas de servidores, dois modelos All-in-One e o TabWay, o tablet da Itautec.
B5			Em 2011, o banco 5, Investiu em tecnologia e na diversificação da oferta de produtos e serviços, contemplando os diversos segmentos em que atua.
B1	2012	Diversificação (DV)	Em 2012, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B2			Em 2012, o banco 2, implantou nova versão do Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com mais de 50 inovações, com destaque para a Tecla "A" – Acesso Rápido, o Pagamento Inteligente, que reconhece automaticamente o tipo de pagamento pelo código de barras e o Buscador. Inaugurado o Bradesco Next, um espaço inovador, desenvolvido para oferecer soluções tecnológicas únicas no mundo. O público tem à disposição ambiente digital e multitouch. Firmada parceria com o Google, possibilitando aos clientes empreendedores individuais, micro e pequenas empresas, acesso gratuito a diversas soluções que permitem a divulgação de seus produtos e serviços pela Internet. Lançamento do aplicativo Alô Bradesco, no Facebook, com esse aplicativo, os clientes têm acesso a uma relação das principais perguntas e respostas sobre diversos assuntos bancários.
B3			Em 2012, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2012, o banco 4, adquiriu 70% da empresa BioLogica Sistemas Ltda., atuação no desenvolvimento de software na área de Biometria Computacional e Análise de Sinais

B5			Em 2012, o banco 5, teve participação em um dos maiores projetos de mobilidade urbana, a parceria entre a CAF e a CPTM para as obras de adaptação e aquisição de novos trens para a Linha 8 – Diamante. Joint Lead Arranger do OSX II, a estruturação do sindicato bancário envolvido no projeto ganhou o prêmio para o PFI Oil & Gas Deal do ano. Participação como B Lender do Inter-American Development Bank para a Embraport. A estrutura extremamente complexa dos contratos entre credores e empresa recebeu o reconhecimento internacional, como vencedor do Project Finance International (PFI) Americas Transport Deal do ano e Americas Deal do ano. Iniciou parcerias com a Raizen Combustíveis S.A. (joint venture formada pela Cosan e Shell) e com a VIVO S.A., atingindo uma carteira maior de produtos diferenciados e inovadores para atender às necessidades de nossos clientes. Lançamento do portal SuperBônus Viagens, por meio do qual o cliente pode trocar seus bônus acumulados por passagens, hospedagens, cruzeiros, pacotes de viagens e locação de veículos. Caso não tenha bônus suficientes para adquirir os serviços, o cliente pode pagar a diferença com seu cartão Santander. Fechou dois acordos comerciais, um com a Sodexo, líder mundial em serviços para qualidade de vida, e outro com a Embratec, com foco prioritário na sua divisão Ecofrotas, líder do segmento de abastecimento e manutenção de frotas. Com esses acordos, os POS (maquininhas) da Santander GetNet passarão a aceitar também, a partir de 2013, os cartões Sodexo, aumentando a participação nos segmentos de bares, restaurantes e supermercados
B1	2013	Diversificação (DV)	Em 2013, o banco 1, iniciou nova sociedade anônima, denominada Brasildental Operadora de Planos Odontológicos S.A., desenvolver e divulgar, e por meio da BB Corretora, distribuir e comercializar planos odontológicos sob a marca BB Dental, com exclusividade em todos os canais BB no território nacional.
B2			Em 2013, o banco 2, incluiu chave de Segurança (Token) integrada ao celular, um serviço inovador e pioneiro no mercado, sendo mais uma opção de conveniência ao cliente para autenticar as transações realizadas no próprio aparelho e nos demais canais digitais. Desenvolveu o primeiro aplicativo para "Google Glass", dispositivo que permite aos usuários mesclar os mundos físico e digital por meio de lentes de óculos especiais. Lançou o programa Meu Doutor, pela Bradesco Saúde. A ferramenta, disponibilizada para facilitar o acesso do segurado aos serviços contratados por seu plano, possibilita aos clientes marcar consultas online com clínicos gerais referenciados para atendimento rápido, podendo até ser no mesmo dia. Lançou o Portal Sociedade de Negócios, um novo canal de relacionamento com o micro e o pequeno empresário, que tem como objetivo apoiar a gestão do negócio e contribuir para a ampliação dos contatos comerciais.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2013, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B5			Em 2013, o banco 5, firmou dois acordos comerciais, um com a Sodexo, líder mundial em serviços para qualidade de vida, e outro com a Embratec, líder do segmento de abastecimento e manutenção de frotas. No acordo comercial com a Embratec, colocamos foco prioritário na sua divisão Ecofrotas. Concluiu o investimento acionário na Ambievo, empresa recém-criada cujos negócios abrangem o desenvolvimento de soluções sustentáveis para limpeza de solos e desengraxe industrial.
B1	2014	Diversificação (DV)	Em 2014, o banco 1, explorou negócios relacionados a programa de fidelidade por coalizão. O programa de fidelidade por coalização permite que o cliente acumule eresgate pontos em diversos parceiros.

B2			Em 2014, o banco 2, iniciou o InovaBra, programa para incentivar e descobrir projetos inovadores de startups, que possam ser adaptados ao setor de produtos e serviços financeiros. Lançou o Bradesco Next, um espaço totalmente digital e multitouch de interação, que foi idealizado para testar novas formas de usabilidade, formatos, layout e design para serviços bancários. A estratégia em relação ao Bradesco Next é desenvolver novos serviços digitais.
B3			Em 2014, o banco 3, iniciou os serviços na Nuvem
B4			Em 2014, o banco 4, firmou Parceria comercial com a empresa Bematech, com objetivo de oferecer ao pequeno e médio varejista soluções inovadores de automação comercial móvel, gestão de operações, transação eletrônica de fundos e integração à plataforma fiscal (Nota Fiscal ao Consumidor Eletrônica).
B5			Em 2014, o banco 5, iniciou parceria com a iZettle, uma empresa de pagamentos móveis sueca, para oferecer às pessoas físicas e pequenos empresários, leitores de cartão de débito e crédito que permitem aceitar pagamentos através de seus smartphones ou tablets. Instalou Biometria Digital nos caixas eletrônicos, que permite aos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas.
B1	2015	Diversificação (DV)	Em 2015, o banco 1, firmou parceria com a Token Gestão de Contas de Pagamento S.A., para explorar as atividades de gestão de contas de pagamento pós-pagas e de gestão da funcionalidade de compras via débito no âmbito dos arranjos de pagamento Ourocard, em consonância com as normas do marco regulatório no setor de meios eletrônicos de pagamento (Lei nº 12.865/2013).
B2			Em 2015, o banco 2, firmou parceria estratégica com a IBM Brasil – Indústria Máquinas e Serviços Ltda. Iniciou o 2º ciclo do programa de inovação aberta, conhecido como inovaBRA, em parceria com startups, focado na criação de novos modelos de negócios, produtos e serviços. Iniciou o projeto Carro Conectado, mostrando a integração do Aplicativo Bradesco Exclusive com o Ford SYNC, que permite a recarga de celulares pré-pago e a localização de Agências e de máquinas de autoatendimento, por comando de voz, no painel do carro. Novo aplicativo Bradesco Seguros para iPad, que unifica as informações dos ramos automóvel, residencial, capitalização, saúde, vida e previdência. O cliente pode verificar informações sobre suas apólices e adquirir produtos de capitalização e planos de previdência privada do Grupo Segurador. Realizou a aquisição de 100% do capital social do HSBC Bank Brasil S.A. – Banco Múltiplo e HSBC Serviços e Participações Ltda. (em conjunto "HSBC").
B3			Em 2015, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2015, o banco 4, iniciou o atendimento pelo canal mobile. Teve 67% das transações bancárias realizadas pelos canais digitais. Inauguradas as Agências Digitais, um modelo inovador e pioneiro de relacionamento com os clientes.
B5			Em 2015, o banco 5, ofereceu através do departamento de financiamentos estruturados e do departamento de estruturação de capital, diversas soluções de financiamentos estruturados, permitindo aos clientes executar seus planos estratégicos de investimentos. Lançamento do Produzindo Certo, desenvolvido em conjunto com a Unilever, a Bayer e a Yara Fertilizantes, em parceria com a ONG Aliança da Terra. O programa oferece ssistência técnica e vantagens comerciais aos produtores que se comprometem a seguir as exigências ambientais necessárias para ter o selo RTRS (Round Table on Responsible Soy), um atestado de cumprimento de boas práticas agrícolas e respeito às leis ambientais e trabalhistas.

B1	2016	Diversificação (DV)	Em 2016, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B2			Em 2016, o banco 2, iniciou o uso do Touch ID, esta funcionalidade permite que o cliente associe sua impressão digital à uma senha de 4 dígitos, tornando mais rápido e prático o acesso à conta pelos aplicativos. Possibilidade de realizar compras no ShopFácil.com, por meio do Facebook Messenger, basta o cliente acessar o canal pelo App do smartphone ou no site, pelo computador, para receber recomendações de ofertas baseadas no seu perfil, consultar seus pedidos e realizar a compra. Pulseira para Pagamentos, que conta com tecnologia de comunicação por proximidade, e permite o pagamento de compras de forma simples e rápida, apenas aproximando o dispositivo do terminal com leitor para essa tecnologia.
B3			Em 2016, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2016, o banco 4, iniciou parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços, com a assinatura do Contrato de Compra e Venda de Ações da BR Automação Indústria e Comércio de Produtos e Tecnologia em Automação S.A.. Em parceria com a Icarros, implementou uma Plataforma Digital com Precificação por Cliente, Troca Certa, Financiamento de Acessórios e Financiamentos de veículos.
B5			Em 2016, o banco 5, adquiriu a Super, uma alternativa de Banco 100% digital, com contas que podem ser abertas em poucos minutos e oferece pagamento eletrônico, cartão pré-pago e acesso a serviços financeiros simplificados. Oferta de diversas soluções de financiamentos estruturados, viabilizando aos nossos clientes a execução de seus planos estratégicos e de investimentos.
B1	2017	Diversificação (DV)	Em 2017, o banco 1, A expandiu o modelo digital com objetivo de melhorar a experiência do cliente, que procura cada vez mais facilidade no relacionamento com os bancos.
B2			Em 2017, o banco 2, Lançou, em parceria com o Waze, um serviço pioneiro no mercado, em uma situação emergencial, como uma colisão com um veículo, pane ou pneu furado, os usuários do aplicativo podem acionar o serviço de Assistência Dia e Noite da Bradesco Seguros, independentemente de serem segurados ou não. Fomento ao InovaBra Habitat é o espaço de co-inovação brasileiro, que permite que grandes empresas encontrem startups para inovação compartilhada.
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2017, o banco 4, desenvolveu mais de 1.000 APIs (application programming interface), que permitem a criação de um aplicativo com reuso; participação em 100% das aplicações de blockchain sendo desenvolvidas no Brasil para evoluir o mercado financeiro; consolidação de uma cloud privada, que roda dezenas de aplicações (sistemas internos) do banco; e o uso de inteligência artificial e machine learning para ganho de eficiência operacional.

B5			Em 2017, o banco 5, concluiu a aquisição da totalidade das ações da Isban Brasil S.A. e da Produban Serviços de Informática S.A. (Empresas de Tecnologia), indiretamente controladas pelo Santander Espanha. Continuou a melhorar a sua plataforma de tecnologia por meio de investimentos em sistemas e modernização de infraestrutura. Durante estes anos, os principais projetos da Companhia foram: RDA (Risk Data Agregation), CRM (Customer Relationship Management), Big Data, Cyber Security, transformação dos Canais (Mobile, Internet, Rede de Agências), novo modelo Santander Financiamentos, Back Office Digital, agile, DevOps e implementação de cloud interna. Adotou etapas importantes para integrar ainda mais a Super aos negócios da Companhia. Essas etapas incluíram a integração com o canal digital existente da Companhia e a introdução de seu produto ContaSuper para os clientes de alta renda, como uma ferramenta útil para gerenciar as despesas domésticas e de viagem. Foi um dos primeiros bancos a lançar carteiras digitais, com o Samsung Pay, e também lançou o aplicativo Santander Way, que é uma ferramenta online para gestão dos cartões, permitindo que seus clientes acompanhem suas transações em tempo real, entre outras funcionalidades. Criou o primeiro app para compra de veículos 100% on-line. Expandiu a plataforma +Neg. Criou a +Vezes, destinada a crédito de bens de consumo.
B1	2018	Diversificação (DV)	Em 2018, o banco 1, implantou o IG-SEST, composto por três dimensões: Gestão, Controle e Auditoria, Transparência das Informações; e Conselhos, Comitês e Diretorias. Lançou a Pulseira Ourocard é uma das soluções Samsung Pay e Android Pay.
B2			Em 2018, o banco 2, lançou o Next, uma plataforma digital nativa (Banco Digital), acessado pelo app para iOS e Android, que tem como principal missão endereçar um novo mercado de clientes (jovens Millennials com idade entre 18-35 anos) e ou hiperconectados, independente da geração. Primeira instituição financeira no Brasil a ter um endereço eletrônico na internet e a disponibilizar serviços financeiros por meio deste canal, transformando os sites em ferramentas de negócio e importantes fontes de informação para clientes e não-clientes. Ofereceu carteiras digitais para todos os smartphones, solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado, com o uso do Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code. O serviço é um dos diferenciais e está em linha com a abrangência e diversidade de perfis dos nossos clientes. Início do programa Inovação global, por meio de um espaço colaborativo em Nova York e conexões em Londres, para imersão de times internos em tendências comportamentais, tecnológicas e prospecção de startups internacionais. Iniciou Plataforma 100% digital, que oferece às pessoas jornadas rumo à conquista de objetivos, gerenciamento financeiro, praticidade no dia a dia, soluções inteligentes e liberdade para tomar decisões quando e como quiserem, bem como ser um grande hub de conexão com outras plataformas digitais que agregam valor e fazem parte do cotidiano das pessoas.
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2018, o banco 4, concluiu aquisição de 49,9% da XP Investimentos.

B5			Em 2018, o banco 5, ofereceu aos seus clientes a oportunidade de fazer consultas, executar transações de pagamento e solicitar produtos e serviços, como empréstimos pessoais, por meio dos call centers da Companhia. Modernizou os seus aplicativos, que podem ser baixados em dispositivos móveis e smartphones da Apple Store e da Google Play Store. Como um novo recurso para investimentos, seus aplicativos agora fornecem uma visão gráfica e consolidada do portfólio de investimentos, além de permitir que os clientes façam investimentos em fundos mútuos, produtos de renda fixa e outros (bem como retirar fundos do mesmo). Criou Santander AutoCompara, ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis em várias companhias de seguros. Firmou Joint ventures com a RCI (Renault e Nissan) e PSA (Peugeot, Citroën e DS) e parcerias de white-label com Hyundai, Subaru, Volvo e Chery. Proporcionou Integração de todos os canais de serviços para garantir que os clientes tenham uma experiência conectada, independentemente do canal escolhido. Criou One Pay FX, solução pioneira no mundo que faz uso do blockchain para dar instantaneidade às transferências internacionais de pessoas físicas. Uma transação que demorava dois dias agora é feita em duas horas. Criou Creditas, uma fintech brasileira que viabiliza empréstimos com garantia, e recebeu o primeiro aporte no país do Santander InnoVentures, nosso fundo de capital de risco.
B1	2019	Diversificação (DV)	Em 2019, o banco 1, manteve presença no ecossistema mais inovador do mundo, o Vale do Silício, dentro da Plug and Play, uma das maiores aceleradoras de startups do planeta, nos permite estimular o intraempreendedorismo de vanguarda, por utilizar metodologias ágeis para experimentação. Fomentou programas de inovação, integrando a participação de funcionários de diversas áreas, com diferentes competências, a fim de fortalecer nossa cultura digital. Iniciativas como o Pensa BB, o Action e o Hackathon. Criou a ferramenta de NBO (Next Best Offer), tecnologia de Analytics e Big Data que indica os melhores produtos a serem ofertados com inteligência artificial, por meio da análise das informações de 50 milhões de clientes. Cada nova interação adiciona mais inteligência à ferramenta, o que amplia a assertividade da oferta para serviços e produtos, como crédito, consórcio, seguridade, captação entre outros. Lançou App 3.0. Foi considerada a melhor solução financeira de inovação, com o assistente virtual no WhatsApp. Criou o CPR Digital, solução que permite ao cliente emitir, pelo App BB, diversas cédulas. Considerada a Instituição mais inovadora da América Latina, pela The Innovaters 2019 – Global finance, pelo case Digital Financial Assistance using WhatsApp. Entrega de soluções modernas e inovadoras de meios de pagamento, tais como pagamento por aproximação, utilizada em smartphones, pulseiras ou nos cartões tradicionais emitidos com a essa tecnologia, proporcionando rapidez e conveniência. Criada Unidade Inteligência Analítica, que acompanhará o desenvolvimento de técnicas, ferramentas e inovações que utilizam soluções com Inteligência Analítica e Inteligência Artificial. Criada a área de Soluções Digitais e Tecnologia, responsável pela gestão dos negócios e canais digitais, desenvolvimento de inteligência analítica e de produtos para o público PF e PJ e tecnologia.
B2			Em 2019, o banco 2, criou a Ágora Investimentos, demonstra agilidade e flexibilidade na era da inovação, é uma plataforma de investimentos digital e aberta, oferecendo para todos os clientes as melhores opções de investimentos próprios e de terceiros disponíveis no mercado e compatíveis com seu perfil de risco, objetivos e liquidez, além de assessoria financeira especializada para que os clientes realizem seus investimentos com assertividade, rapidez, comodidade e confiabilidade. Investimento em capacitação dos colaboradores com a Universidade Corporativa Bradesco, de modo a tê-los em permanente sintonia com o mercado, estimular e potencializar o pensamento inovador.
B3			Em 2019, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2019, o banco 4, implementou Mobile POS e Interactive Mirror, para aceleração do processo de transformação digital. Criada a ITI, plataforma com múltiplas funcionalidades aosclientes, que dispensa a necessidadedo uso de maquininha e cartão físico para fazer pagamentos em estabelecimentos comerciais ou entre pessoas por meio do QR Code.

B5			Em 2019, o banco 5, levou a praticidade do mundo digital para o setor de seguros, com o início da operação da Santander Auto. Controlada em parceria com a seguradora alemã HDI, a empresa veio completar o ciclo de atuação do Banco no mercado automotivo. Início da operação de novas plataformas digitais, como a PI, a SIM e a emDia, criadas para atender às necessidades mais específicas dos diferentes perfis de consumidores. Realizou transformações significativas em operações e infraestrutura tecnológica, através da implementação de várias e modernas soluções nas áreas de Inteligência Artificial (Machine Learning, AIOPs), arquitetura de microsserviços, BPM, Blockchain, Seguro Cibernético, Reconhecimento Facial, MultiCloud , entre outros. Implementou uma moderna plataforma de chatbots para desenvolver e evoluir as soluções de comunicação com os clientes. Essas soluções utilizam as vantagens de inteligência artificial e Processamento de Linguagem Natural, permitindo que os clientes esclareçam suas dúvidas através do suporte de chats e assistentes virtuais, de forma prática e digital. Início do Cyber Security, a fim de preservar o negócio e os clientes contra o potencial vazamento de informações sensíveis ou exposição de dados confidenciais, fortalecemos a infraestrutura e capacidade para detectar e prevenir ataques cibernéticos. Foram Integrados os sistemas e processos de cyber security em nível global, expandindo o uso da inteligência artificial (IA) para identificar comportamentos de potenciais ameaças de forma proativa, evoluindo os centros operacionais de segurança (SOCs) e ampliando os níveis de proteção de dados e controle de privilégios. Executou a estratégia global Cloud First, que foca na disponibilização de uma Infraestrutura como Serviço (IaaS e PaaS), suportada por uma arquitetura segura de integração entre o Datacenter do Santander Brasil e diversos provedores de serviços de nuvem pública no país.
B1	2020	Diversificação (DV)	Em 2020, o banco 1, comunica que permitirá gradativamente aos seus clientes detentores de cartões a realização de transferências de pessoa para pessoa e a realização de compras por meio do aplicativo WhatsApp
B2			Em 2020, o banco 2, lançou o Apple Pay e fez do next o primeiro banco digital a estar com as principais carteiras digitais do mercado: Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay. Lançou a plataforma de benefícios do next, os Mimos. Proporcionou conteúdos para seus clientes em um projeto multiplataforma, que inclui o portal de notícias E-Investidor, a Rádio Eldorado e o Jornal Estadão. A parceria apresenta conteúdos com a visão altamente profissional da Ágora, além de informações com isenção e de alta qualidade jornalística sobre economia, educação financeira e investimentos. Voltado exclusivamente para o investidor pessoa física, o projeto vem impactando um público de mais de 31 milhões de usuários. A BIA identifica a intenção do cliente, faz a oferta e direciona para a contratação, esclarece dúvidas para mais de 90 produtos e serviços, entre empréstimos, financiamentos, investimentos, renegociação de dívidas, consórcio, câmbio, cartão de crédito, seguros, canais digitais, Net Empresa e Ágora Investimentos, interagindo com mais de 16,5 milhões de clientes, crescimento alavancado pelo uso no WhatsApp e também por outros parceiros como Apple Business Chat, Alexa - Inteligência Artificial da Amazon e no Google Assistente.
B3			Em 2020, o banco 3, lançou o App Auxílio Emergencial Lançado nas lojas virtuais, sendo considerada a Maior Plataforma Digital do Brasil. Foi o primeiro banco a realizar pagamentos por QR Code em qualquer maquininha de cartão.
B4			Em 2020, o banco 4, diversificou o portfólio analisando oportunidades no setor não financeiro. Manteve interesse em manter participação relevante na Newco no curto prazo, atuando alinhada com a mesma. Dentro da sua estratégia de diversificação do portfólio em companhias do setor não financeiro

B5			Em 2020, o banco 5, lançou novos negócios que continuam a amadurecer, como a Ben, uma empresa de benefícios que oferece maior liberdade, poder de compra e qualidade de vida às pessoas que os utilizam, além de proporcionar uma experiência digital integrada. Lançado POS Digital, uma solução completa que pode ser personalizada e, quando conectada à Internet, permite downloads de aplicativos e o uso de funções de gerenciamento integradas. Lançada uma solução de renegociação de dívida é uma evolução do modelo tradicional de cobrança. Ela fornece um portal de gerenciamento de dívida de autoatendimento para clientes endividados. Lançado o Copiloto Santander, uma ferramenta digital para ajudar na gestão dos negócios. O sistema automatiza o processo de venda e pagamento, com maior controle financeiro e visão do fluxo de caixa. O serviço inclui uma loja virtual para a empresa, integrada ao e-commerce da Getnet. Criada a GENTE, assistente virtual, desenvolvido a partir dos diversos talentos e experiências de nossos colaboradores. Criada a A PI DTVM é uma corretora de valores mobiliários, com plataforma digital aberta, cujo foco é ampliar a carteira de produtos financeiros que podemos oferecer aos nossos clientes.
B1	2021	Diversificação (DV)	Em 2021, o banco 1, teve participação no SPI obrigatória e na modalidade direta, conforme regulamentação do Banco Central. O Conselho Administrativo de Defesa Econômica aprovou a parceria, sem restrições, condicionando sua concretização ao atendimento de condições contratuais precedentes ao fechamento e aprovação do Banco Central do Brasil e demais instâncias competentes.
B2			Em 2021, o banco 2, instituiu o Vilas Bradesco, responsáveis por cerca de 80% do nosso fluxo de trabalho. Atualmente, possuímos 22 vilas em funcionamento e 10 já em estruturação, alocando aproximadamente 3 mil pessoas que compõem grupos multidisciplinares responsáveis por atuar com metodologia ágil, estratégia que utiliza como base a tecnologia. Essa metodologia nos garantiu um aumento de 53% nas entregas de 2021 e uma redução de 40% no tempo de entrega de novas funcionalidades (vs 2020). O modelo de operação do inovabra habitat foi ampliado também para o digital. O novo formato, complementar ao físico, pode abrigar startups e empresas de todo o país, que queiram ter acesso à inovação aberta. Reestruturou a área de canais, criando o be. é uma diretoria que integra experiência, canais, produtos digitais, plataformas e ecossistemas. Iniciativas como BRAIN, CRM 2.0 e Open Finance, são etapas do ciclo de transformação digital e serviram de pilar fundamental para a entrega de experiência ao cliente. Investimento em Cloud, um marco na transformação digital do nosso ecossistema de forma sustentável. Estratégia com visão end-to-end, para criação de jornadas intuitivas e personalizadas, com uso de inteligência de dados e visão omnichannel. A partir dos insights de análises de dados transacionais e comportamentais, validam as hipóteses com pesquisas quantitativas e qualitativas. Assim, podem priorizar as dores dos clientes e desenhar soluções que atendam às necessidades das diferentes personas mapeadas.
B3			Em 2021, o banco 3, iniciou a utilização do App Auxílio Emergencial.Iniciou o Banco Digital CAIXA S.A. com objetivo de prestação de serviços sociais, bancários e ser um balcão para a comercialização de produtos, como, por exemplo, os de seguridade.

B4			Em 2021, o banco 4, iniciou a Associação Cubo Coworking Itaú, entidade parceira do Itaú Unibanco Holding que tem por objetivo incentivar e promover a discussão, o desenvolvimento de tecnologias, de soluções e de modelos de negócio alternativos e inovadores; a produção e a divulgação dos conhecimentos técnicos e científicos obtidos pelas alternativas anteriores; a atração e aproximação de novos talentos em tecnologia da informação que possam ser caracterizadas como startups; a pesquisa, o desenvolvimento e o estabelecimento de ecossistemas de empreendedorismo e startups. Iniciou o Serviço de veículo elétrico compartilhado, o Vec Itaú. Os Gestores de Leads estão totalmente integrados à solução Linx Auto para auxiliar os revendedores no processo de vendas e cobrança, assegurando uma experiência de jornada única. A Garagem do Conhecimento é uma nova plataforma educacional com aulas à distância para preparar profissionais do setor automotivo. O Check-up iCarros é um aplicativo de gerenciamento de carros para consumidores finais, focado em serviços para motoristas e que fornece dados detalhados dos carros dos clientes para os prestadores de serviço. Entrega Fácil é uma nova solução que permite que os veículos sejam entregues diretamente na casa do consumidor, seja para um test-drive ou depois de a compra ter sido feita. iCarros Club é uma plataforma de comércio B2B, desenvolvida para ajudar nossos clientes a incrementarem as vendas de uma maneira segura e rápida. Iniciou o Apple Pay, aplicativo de compras com iPhone e autorizadas com Touch ID ou Face ID. Samsung Pay: compras com o PIN, íris ou digital para comprar com Samsung. Google Pay: compras com celular Android. PayPal: aplicativo para compras online de forma rápida e segura.
B5			Em 2021, o banco 5, adquiriu duas empresas, a Solution4Fleet (locação e assinatura de veículos) e a Car10 (marketplace). Os novos negócios foram incorporados à Santander Financiamentos e à Webmotors que já conta com 450 mil veículos anunciados na plataforma. Feita parceria com a Samsung, solução que oferece abertura de conta digital, vendas de cartões e empréstimos da SIM na primeira tela do Samsung pay. Criado laboratório de inovação com foco na criação de novas soluções que possam apoiar projetos transformacionais em nossa organização. O Santander Way é um aplicativo oferecido aos nossos portadores de cartão que permite administrar seus cartões Santander Brasil a qualquer momento. Essa plataforma de pagamento completa também funciona como uma carteira digital, permitindo que os clientes façam pagamentos instantâneos sem contato. O aplicativo é atualizado frequentemente com novos recursos. AgoNxt, uma nova plataforma de pagamentos global com foco em tecnologia. Lançou o Car Delivery e Troca com Troco em parceria com a Webmotors. União das corretoras Pi e Toro Investimentos em uma única plataforma digital, com o nome Toro, para oferecer assessoria financeira na palma da mão. Auto Compara, uma plataforma de comparação e oferta de seguros de automóveis totalmente online que agora também está disponível para não clientes.
B1	2022	Diversificação (DV)	Em 2022, o banco 1, demonstrou que os 10 compromissos estão alinhados às tendências da gestão integrada e à importância de nosso papel transformador no oferecimento de produtos e serviços, na promoção da transição para uma economia verde e inclusiva e na ampliação de nossa atuação em busca de criação de valor. Aprimorou a participação no Programa Climate Change, contou com os serviços de associado ao Benchmark Club, do CDP, o que proporcionou incrementar ainda mais o score, passando de B- em 2020 para B em 2021, reforçando ainda mais a incorporação das práticas ASG em sua estratégia e atuação. Focou na preparação dos funcionários para o novo cenário, capacitando-os para sanar as dúvidas dos clientes e para utilização das novas oportunidades negociais de relacionamento. Investiu na adaptação de processos e negócios, bem como na criação de novos modelos de negócios no cenário de Open Banking, que serão concluídos nos próximos períodos. Lançamento da Plataforma Broto, que atua na cadeia produtiva do agronegócio, sendo, atualmente, desenvolvida pela Brasilseg Companhia de Seguros, uma subsidiária integral da BB MAPFRE.

B2			Em 2022, o banco 2, implementou diversos novos serviços para o dia a dia dos seus clientes, apresentando novas plataformas avançadas de negociação no Ágora Trader e novos programa de incentivo para investidores iniciantes, como Ágora Kids e Ágora Universitário. Implementou o Cofre Virtual, no qual o cliente tem autonomia na compra de moeda estrangeira pelo App Bradesco e retirada nos caixas eletrônicos. O ideação é um movimento interno que tem como objetivo fomentar hábitos, comportamentos e competências de inovação e intraempreendedorismo. Adquiriu 49,99% da participação acionária no capital social do Banco Digio S.A. ("Digio") que era detida pela BB Elo Cartões Participações S.A. ("BB Elo Cartões"), controlada do Banco do Brasil S.A. Implementou Cloud Computing, impulsionando o atendimento de forma mais célere e eficiente. Ágora Plus, uma plataforma que reúne diversas lojas com cashback e cupons em compras, que juntos, chegam a conceder 20% de desconto. São milhares de produtos e serviços em estabelecimentos de diversos segmentos.
B3			Em 2022, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
B4			Em 2022, o banco 4, firmou parceria com a Orbia, ao conectar diferentes produtos e serviços em uma mesma plataforma de fácil acesso ao produtor rural, a Orbia viabiliza um ambiente facilitador de negócios para seus clientes e parceiros.
B5			Em 2022, o banco 5, adquiriu a Solution4fleet, empresa especializada em locação de veículos para terceiros. A Solution4fleet oferece serviços como assistência, gestão de frotas, inspeção, manutenção de veículos e gestão de multas. Iniciou um processo para reformular a forma de interação com os clientes através do canal remoto. Aquisição da Car10, empresa que oferece um marketplace de oficinas e serviços automotivos. Criação de uma loja online para receber e servir os nossos clientes de forma contínua.
B1	2011	Digitalização (DG)	Em 2011, o banco 1, Utilizou um número maior de soluções massificadas e automatizadas para ganhos de escala e eficiência. Ampliou a oferta de produtos por canais alternativos, com abordagem automatizada e contratação por meio de terminais de autoatendimento e internet, com agilidade e segurança. Em 31 de dezembro de 2010, essa rede contava com 44.954 terminais de autoatendimento - TAA. Foi a primeira instituição bancária de varejo das Américas e do hemisfério sul e a décima do mundo a obter a certificação ISO 20.000 em tecnologia, segundo dados do IT Service Management Forum.
B2			Em 2011, o banco 2, criou 368 postos e pontos de atendimento bancário nas instalações de clientes pessoas jurídicas selecionadas, alcançando um total de 4.480 postos e pontos de atendimento bancário. Possui a maior rede bancária do setor privado no Brasil. Concluiu a aquisição da compra do Ibi México e da RFS Human Management. O negócio incluiu a parceria de 20 anos com a C&A mexicana para a venda de produtos e serviços financeiros com exclusividade nas lojas da rede. O processamento dos cartões de crédito do emissor, nas bandeiras Visa e Mastercard, passou a ser efetuado pela subsidiária Fidelity Processadora e Serviços S.A. Registrou mais de 78 parceiros com cartões co-branded, afinidade e private label/híbridos. A oferta de cartões de crédito a esse público integra a estratégia de relacionamento com o cliente, disponibilizando produtos bancários, como seguros e financiamentos aos associados dos cartões de crédito. Foi o pioneiro entre os bancos no Brasil no uso do sistema de leitura biométrica.
B3			Em 2011, o banco 3, iniciou a comercialização da Mega-Sena em ambiente virtual, por meio do Internet Banking CAIXA.
B4			Em 2011, o banco 4, através do o Programa TI Verde, promoveu um importante avanço com a reforma de uma área de 1.000 m² do Centro de Processamento de Dados (CPD). Aproximadamente 100 mil clientes já haviam aderido ao extrato em PDF. Simplificou o uso de formulários para Proposta de Abertura de Conta (PAC) e de Câmbio.

B5			Em 2011, o banco 5, demonstrou que um dos avanços operacionais foi a digitalização de documentos. Todas as agências e PABs receberam equipamentos, o que economiza custos e tempo com correio e malotes. As primeiras experiências de venda de seguros on-line já foram feitas em 2011, com grande procura pelas ferramentas de simulação. O projeto, chamado Santander 3.1, foi lançado em 2011 e prevê um conjunto de ações que envolvem as diversas áreas do banco. Na prática, queremos ser um banco mais simples e ágil em tudo o que faz, que trabalha de forma eficiente e com qualidade, sempre com gestão integrada e uma execução impecável. Lançamento do Canal Santander Responde, que traz, entre outros conteúdos, 34 vídeos que buscam orientar o cliente a utilizar o banco da melhor forma.
B1	2012	Digitalização (DG)	Em 2012, o banco 1, celebrou contrato com os Correios para dar início à operação do Banco Postal. Deu início ao programa que tem como objetivo o atendimento de excelência, a rentabilização e a fidelização da base de clientes e cujos investimentos incluem aumento de quantidade de funcionários no front office, treinamento em todos os níveis, disponibilização de facilitadores negociais, revitalização das agências (inclusive com adoção de novo modelo de agência), integração de canais, expansão e substituição de todos os TAAs obsoletos e gestão mais estratégica das salas de autoatendimento para garantir funcionamento pleno dos terminais nos quais são realizadas cerca de 40% das transações da Empresa.
B2			Em 2012, o banco 2, apresentou que a capacidade de processamento dos computadores teve uma evolução de 4% em face do volume diário de 256 milhões de transações.
B3			Em 2012, o banco 3, lançou o o Atendimento CAIXA ao Cidadão por meio do 0800 726 0207, novo canal com foco em serviços de cidadania. Disponibilizou os serviços do FGTS no internet banking para todos os correntistas.
B4			Em 2012, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2012, o banco 5, teve seu crescimento retomado pelos canais agência, cartões e call center, além do atendimento do SAC. O site foi reformulado para atender melhor as necessidades desse público, tornando-se muito mais simples e rápido. Nesse novo formato, os investidores dispõem de ferramentas que facilitam a rápida identificação das informações, um sistema de busca mais eficiente e o Top 5, que é um espaço na home principal no qual rapidamente se identificam as últimas cinco atualizações do site e também os cinco temas mais acessados pelo público em geral.
B1	2013	Digitalização (DG)	Em 2013, o banco 1, ampliou sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais.
B2			Em 2013, o banco 2, oportunizou aos clientes a opção para investimento em ações por meio do Bradesco Home Broker Universitário, que conta com os serviços de cotações on-line, TV Home Broker, com programação diária, análises, recomendações, cursos on-line, além de permitir negociações através do aplicativo Bradesco Trading para iPhone, iPad e iPod Touch.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2013, o banco 4, Investiu R$ 85,1 milhões, R$ 64,3 milhões direcionados ao desenvolvimento de produtos nos segmentos de automação bancária e comercial, incluindo hardware e software. Novo data center, aumentará em 25 vezes a capacidade de processamento e armazenamento das operações do banco, além de propiciar a redução do uso de energia em 43% em relação ao consumo atual.

B5			Em 2013, o banco 5, apresentou que uma das novidades foi o desenvolvimento de sistemas de gerenciamento e digitalização dos processos, que permite maior controle em todas as etapas. Outra novidade tecnológica foi a parceria firmada com a empresa sueca iZettle para pagamento por meio de dispositivos móveis.
B1	2014	Digitalização (DG)	Em 2014, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B2			Em 2014, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B3			Em 2014, o banco 3, lançou um novo site que possui navegação mais dinâmica e conteúdo mais objetivo. Disponibilizou aos seus clientes os aplicativos de acesso à conta via smartphones e tablets e o Internet Banking Caixa. Iniciou uma nova fase nas relações com seus clientes nas redes sociais.
B4			Em 2014, o banco 4, recebeu o prêmio DatacenterDynamics Awards – Melhor Projeto de Transformação em Data Center. Reposicionou a marca Rede no mercadode captura de cartões, com múltiplas soluções emtodas as plataformas digitais. Instituiu Novas Plataformas como a Personnalité Digital e Uniclass Digital, nestas novas plataformas, o atendimento é feito online. Lançou o APP Itaú Tokpag, aplicativo inovador que visa simplificar a vida dos correntistas ao permitir o envio de recursos para os contatos da sua lista de celular com apenas um toque de forma rápida e segura. Firmou parceria comercial com a empresa Bematech, com objetivo de oferecer ao pequeno e médio varejista soluções inovadores de automação comercial móvel, gestão de operações, transação eletrônica de fundos e integração à plataforma fiscal (Nota Fiscal ao Consumidor Eletrônica).
B5			Em 2014, o banco 5, concluiu a construção do novo centro de dados, localizado em Campinas, o maior centro de tecnologia na América Latina, com 800 mil metros quadrados. Implantou o acesso por CPF ao Mobile, ao InternetBanking e ao Call Center e lançou o novo aplicativo de mobile banking, mais intuitivo e completo.
B1	2015	Digitalização (DG)	Em 2015, o banco 1, iniciou o processo de homologação do Termo de Autorização para recebimento de e-mail, cujo objetivo é dar transparência ao relacionamento via e-mail e aumentar a conscientização do cliente sobre as regras de uso e características das mensagens. O termo estará disponível para os clientes no Autoatendimento BB pela Internet (APF) e para o gerente na Plataforma de Negócios.
B2			Em 2015, o banco 2, firmou acordo Operacional para Oferta de Cartões de Crédito e Outros Produtos Financeiros, tem por objetivo regular a oferta de cartões co-branded e outros serviços financeiros correlatos relacionados à marca Casas Bahia. O Internet Banking foi totalmente reformulado. Além de novos serviços, como aquisição online de títulos, consultas de extrato detalhado e alteração da data de débito, a página apresenta interface otimizada e de fácil navegação. Criado site para aposentados, onde eles podem ter acesso aos produtos e serviços voltados para o seu perfil, conferir descontos exclusivos em medicamentos, pacotes de viagens, ingressos de espetáculos e outras atividades de cultura e lazer.
B3			Em 2015, o banco 3, lançou aplicativo Bolsa Família para celular.
B4			Em 2015, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2015, o banco 5, lançou um novo aplicativo para clientes pessoa física.
B1	2016	Digitalização (DG)	Em 2016, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.

B2			Em 2016, o banco 2, lançou o Aplicativo Bradesco Cartões, que oferece serviços como visualização da data de vencimento, melhor data de compra, extrato, limite de compra e saque, código de barras para pagamento, aviso de viagem, desbloqueio e gráfico de gastos. Os clientes PF podem renegociar de forma online, via Internet Banking, os seus débitos, simular o pagamento em parcelas, escolher a data para o 1º pagamento e ainda contar com opções para pagamento do valor total ou em parcelas, via débito em conta ou boleto de cobrança.
B3			Em 2016, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2016, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2016, o banco 5, instituiu o Programa Avançar, que oferece acesso a cursos online, ferramentas para contratar e reter talentos e apoio à internacionalização de negócios utilizando nossa experiência internacional. Lançou o Santander AutoCompara (www.autocompara.com.br), uma ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis através de várias companhias de seguros. Realizou melhorias adicionais na experiência do usuário, por meio de simplificação das funcionalidades intuitivas, bem como colocando à disposição dos nossos Clientes o acesso às suas informações consolidadas através de determinados smartphones. Introduziu o ContaSuper, um modelo de cartão pré-pago, o qual é totalmente digital e amigável ao usuário, assim como novo portal interativo de recursos humanos, que inclui novas ferramentas, tais como gerenciamento de horas trabalhadas, informações da equipe e alertas personalizados.
B1	2017	Digitalização (DG)	Em 2017, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B2			Em 2017, o banco 2, Simplificou o processo de inclusão e aprovações, dando a possibilidade de visualizar o saldo de mais de uma empresa. Lançou, em parceria com o Waze, um serviço pioneiro no mercado: em uma "situação emergencial", como uma colisão com um veículo, pane ou pneu furado, os usuários do aplicativo podem acionar o serviço de Assistência Dia e Noite da Bradesco Seguros, independentemente de serem segurados. No ramo de seguros, o usuário pode acompanhar o status das solicitações de procedimentos médicos pelo App da Bradesco Seguros e pelos sites segurado e concierge. A BIA (Bradesco Inteligência Artificial) foi expandida, atende os clientes diretamente pelo celular, respondendo dúvidas sobre produtos e serviços do banco de forma rápida e interativa. A solução, baseada em inteligência artificial, está disponível nos aplicativos Bradesco Celular, Exclusive e Prime.
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2017, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2017, o banco 5, lançou o Atendimento Digital Empresas para atender empresas com faturamento anual de até R$300 mil, para as quais a Companhia disponibiliza oferta simplificada e gerentes de relacionamento exclusivos. Lançou o Santander Pass, uma soluç
B1	2018	Digitalização (DG)	Em 2018, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B2			Em 2018, o banco 2, firmou parceria estratégica com a RCB Investimentos S.A., uma das principais empresas do mercado de gestão e recuperação de créditos no Brasil, e com sua controladora PRA Group Brazil Investimentos e Participações, empresa do PRA Group Inc.
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.

B4			Em 2018, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2018, o banco 5, definiu o padrão de armazenamento de dados, iniciamos o processo de normatização para os canais internet/mobile banking e aplicamos a auto recuperação de serviços por desvio de comportamento (early detection). Implementou a plataforma RPA (Robotic Process Automation). Com cerca de 272 robôs em operação, a nova plataforma permitiu a documentação, automatização e governança de processos de negócio, trazendo uma redução de 13 FTEs e 73% de ganho no tempo de processamento de solicitações de usuários internos e clientes externos do Santander Brasil. Realizou alterações na visão end-to-end da experiência do cliente, reduzindo as atividades manuais e dispersões e aumentando a transparência nos custos. Lançou a nova assistente virtual do Santander com inteligência Artificial e em Novembro do mesmo ano, fizemos o rollout para toda Rede de Agências.
B1	2019	Digitalização (DG)	Em 2019, o banco 1, implantou Inteligência analítica para abordagens comerciais, integrada ao sistema de gestão de filas presenciais e à solução de telefonia digital. Também instituiu nova dinâmica de trabalho em mais de 1.300 agências especializadas no atendimento de varejo. Patrocinou a 12ª edição da Brasil Game Show – BGS, uma das maiores feiras de games da América Latina. Os clientes com Ourocard puderam entrar com uma hora de antecedência no evento. O patrocínio faz parte da nossa estratégia de rejuvenescimento da base de clientes.
B2			Em 2019, o banco 2 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B3			Em 2019, o banco 3, Lançou o aplicativo CAIXA Tem
B4			Em 2019, o banco 4, aumentou os investimentos em tecnologia 54%
B5			Em 2019, o banco 5, diminuiu os gastos com papel e impressões cerca de 73% em comparação com o ano anterior. Essa redução ocorreu devido às revisões de processos, que contam com ações de digitalização de produtos e otimização de comunicações para clientes. Levou a praticidade do mundo digital também para o setor de seguros, com o início da operação da Santander Auto. Controlada em parceria com a seguradora alemã HDI, a empresa veio completar o ciclo de atuação do Banco no mercado automotivo.
B1	2020	Digitalização (DG)	Em 2020, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B2			Em 2020, o banco 2, relata que houve ampliação do número de clientes realizando atividades de banking e aumento significativo no número de transações pelo internet banking e mobile. Disponibilizou 36 mil gerentes de conta equipados e prontos para realização de negócios e transações, oferecendo consultoria a clientes por áudio ou vídeo conferência, auxiliando a vida financeira dos clientes e apoiando com crédito e alongamento de dívidas.

B3			Em 2020, o banco 3, instituiu a transferência de Limite, opção por meio da qual o cliente que possui mais de uma conta de cartão de crédito ativa e cadastrada no App poderá realizar transferência de limites entre um cartão e outro. Também instituiu o rastreamento de Cartões com acompanhamento pelo App, do status de envio da nova via de cartão de crédito. Incluiu o Perfil de Gastos com gerenciamento de faturas com a apresentação gráfica das principais categorias de estabelecimentos (restaurante, saúde, supermercado, etc.) onde os gastos estão concentrados com os respectivos valores e percentuais. Lançadoa a Antecipação do Saque Aniversário FGTS - Linha de crédito destinada a clientes Pessoa Física que optaram pelo Saque Aniversário FGTS, modalidade de saque anual do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, instituído pela Lei nº 13.932, e que indicaram a CAIXA para receber o recurso. Baseado em uma visão cliente, a operação foi implantada em jornada CAIXA de contratação 100% digital;
B4			Em 2020, o banco 4, aumentou a digitalização, devido a entrada de novos competidores com oferta de produtos e serviços inovadores
B5			Em 2020, o banco 5, iniciou a digitalização de documentos e manutenção de registros, contanto que determinados requisitos para garantir a autenticidade e validade dos documentos sejam atendidos, conforme determina o Bacen. Implantou a solução de assinatura digital que possibilitou tornar 100% online a contratação de operações como capital de giro e preventivos. Lançou os sites Superamos Juntos e O Santander te apoia, que reuniram recursos e iniciativas relacionadas com o nosso negócio. Lançou o SX, que nos diferencia da solução de pagamento instantâneo.
B1	2021	Digitalização (DG)	Em 2021, o banco 1, lançou o Programa BB Investimentos Agro em evento público online. A finalidade do Programa é intensificar a atuação em linhas de investimentos relacionadas ao Agronegócio, com foco na inovação e na sustentabilidade, além de trazer apoio aos produtores de café e de outras lavouras afetadas pelas geadas. Rorganizou a rede de atendimento, com objetivo de adequação ao novo perfil e comportamento dos clientes. Compreende, além das medidas de otimização de estrutura, outros movimentos de revisão e redimensionamento nas diretorias, áreas de apoio e rede, privilegiando a especialização do atendimento e a ampliação da oferta de soluções digitais
B2			Em 2021, o banco 2, instituiu no site da Ágora, o Ágora scan que, baseado no portfólio, histórico e perfil de investidor do cliente e com uso de inteligência artificial, exibe uma lista personalizada de produtos que mais se encaixam com o seu perfil, considerando seus objetivos e momentos de vida. Inovações analíticas, pautadas numa miríade de novas informações processadas em tempo real e que combinadas com jornadas digitais mais intuitivas, proporcionaram originações mais rentáveis, bem como um acesso mais fluído dos clientes para reorganização dos seus contratos. A Jornada de abertura de contas foi simplificada e agora basta o envio de um documento de identificação (RG ou CNH) e de um vídeo selfie para abri-la. Envio on-line do comprovante de endereço na abertura de conta, tornado o processo mais simples. Utilização da assinatura eletrônica para validar as propostas de consórcio, em uma operação 100% on-line, eliminando a necessidade de comparecer na Agência. Contratação totalmente on-line via canais digitais (Net Empresa e mobile PJ) do QR Code imediato para os terminais de caixa (TEF), POS e e-commerce para todos os clientes pessoas jurídicas. Transformou as agências em unidades de negócios que possuem uma estrutura mais leve, se comparada à de uma agência, possibilitando reduzir o custo de servir. Firmou contrato de Prestação de Serviços de Intermediação, Captação, Indicação e Manutenção de Estabelecimentos Comerciais.

B3			Em 2021, o banco 3, iniciou propostas de habitação digital, tanto para contratação quanto pós-venda. O portal 'CAIXA com sua Empresa' disponibilizou informações de produtos e serviços e solicitação de crédito por meio digital. As carteiras das agências digitais, os canais remotos de atendimento, incluído o Whatsapp, e as jornadas digitais de contratação e manutenção de uma série de produtos e serviços, contribuiram para a redução do fluxo de clientes nas agências, sobretudo em um cenário impactado pelas medidas de isolamento social. Ampliou o uso de Canais digitais, viabilizando a contratação do Crédito Pessoal – Saque-Aniversário no App CAIXA Tem.
B4			Em 2021, o banco 4, disponibilizou abertura de conta corrente de forma 100% digital e por meio de novos pontos físicos dedicados, adicionais às agências já existentes no estado. Essa operação se insere na estratégia Phygital (físico e digital), que busca oferecer modelos de atendimento para os mais variados perfis de clientes. Foco estratégico em processos digitais, o simulador está disponível nos sites das incorporadoras e imobiliárias parceiras, aproximando nossa marca do cliente no momento em que este procura adquirir um imóvel. Incluiu novo recurso no aplicativo, os clientes encontram um novo recurso para ajudá-los a comprar um consórcio. Eles só precisam preencher um formulário e receberão uma ligação oferecendo as melhores opções para eles.
B5			Em 2021, o banco 5, iniciou novo processo digital de conta, para simplificar o processo de abertura de conta usando informações internas e externas e tornando a experiência rápida e simples para novos clientes. O Santander Especial, permite que novos clientes abram suas contas pelos canais digitais e com acesso ao Santander Direct.
B1	2022	Digitalização (DG)	Em 2022, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B2			Em 2022, o banco 2, iniciou a Negocie Digital, uma ferramenta online onde ambas conseguem negociar suas dívidas sem precisar sair de casa, basta acessar o site do Banco. No portal, correntistas encontram várias ofertas pré-aprovadas e simulam contraproposta, mediante critérios de renegociação. Lançou nos canais digitais (APP Bradesco Celular e Internet Banking) o produto de pagamento mensal de R$ 10,00, atendendo todos os perfis de clientes, auxiliando-os com o hábito de guardar dinheiro e concorrer a sorteios, contribuindo com a educação financeira. Firmou parceria estratégica com o Banco Votorantim S.A. ("banco BV") para a formação de uma gestora de investimentos independente, que terá marca própria, a ser definida. Disponibilizou nova versão do aplicativo Grupo Bradesco Seguros, que incorpora novas funções e evolução em usabilidade. Nova subhome de cartões no App, solução que impulsionou o número de acessos à aba desde a implantação. A captura de feedbacks dos clientes dentro do App Bradesco também foi reestruturada, de forma a gerar ainda mais insights voltados à melhoria da experiência. Gastos realizados e pagos com cartão de crédito, sejam convertidos em 1% de Investback na Ágora.
B3			Em 2022, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2022, o banco 4, iniciou a contratação digital de ponta a ponta pelos canais digitais. Os correntistas iniciam o processo de simulação, aprovação de crédito, formalização e contratação do financiamento em uma jornada 100% digital, que é extremamente simples e não requer nenhum documento físico.
B5			Em 2022, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de digitalização.

B1	2011	Digitização (DT)	Em 2011, o banco 1, adotou metodologias de análise de crédito com alto grau de automatização, propiciando decisões mais rápidas das solicitações de empréstimos. Utilização, por meio das micro e pequenas empresas, do Gerenciador Financeiro (Internet Banking). Implementou soluções como racionalização dos processos de vendas, revisão do modelo de suporte operacional, implementação de sistema integrado de logística, instalação de complexo Datacenter e implementação de nova Governança de TI. Incrementou suas receitas globais com cartões por meio da obtenção de ganhos de eficiência operacional em logística e desenvolvimento tecnológico, do estímulo à utilização desse meio de pagamento, do lançamento de novas linhas, como o Ourocard Visa Travel Money, e da expansão da base de cartões. Os canais automatizados responderam por 93,0% do total de transações. Estabeleceu parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento e de estreitar parcerias com novas redes varejistas, buscando a escala na venda de produtos e serviços com menor impacto sobre as estruturas internas.
B2			Em 2011, o banco 2, atuou como assessor financeiro da LLX Logística S.A. O case HP/Bradesco foi baseado no desenvolvimento do ambiente de virtualização do Data Center utilizando tecnologia BladeSystem da HP, que proporcionou resultados eficientes na redução de energia e refrigeração de servidores de alta densidade.
B3			Em 2011, o banco 3, desenvolveu o Programa "Tem Mais CAIXA", com base em ferramentas de inteligência de mercado e customer relationship management ("CRM"). O objetivo do Tem Mais CAIXA é padronizar o modelo de oferta de produtos de seguridade, buscando maior rentabilidade e incrementando a comercialização de tais produtos por meio de sua extensa rede de distribuição. Foi criada a cesta de serviços pelo Internet Banking CAIXA, com as funcionalidades de adesão, escolha e alteração da modalidade de Cesta de Serviços, da data de débito da tarifa e da conta que deseja obter tarifa diferenciada. Lançada a Folha CAIXA Web, solução no Internet Banking para cadastrar e gerenciar o pagamento dos salários de forma mais ágil e fácil. Criado o Pagamento Eletrônico CAIXA, que trouxe benefícios como a confirmação on-line de pagamentos, evitando a interrupção de serviços e agilizando o seu restabelecimento. Para o poder judiciário, foi inaugurado o serviço de liquidação eletrônica, composto de depósito eletrônico e alvará eletrônico. Foi implantado o envio de mensagem SMS aos beneficiários que não haviam recebido o Abono Salarial
B4			Em 2011, o banco 4, instalou a ATM Adattis Touchless 3D, primeiro equipamento no mundo com essa tecnologia. Iniciou o uso da Assinatura digital de contratos de câmbio.
B5			Em 2011, o banco 5, implementou abrangentes processos de adequação projetados para assegurar que os clientes entendam e aceitem os riscos envolvidos no mercado de derivativos. Também reorganizou processos e incorporou várias melhorias no jeito de ser e de fazer negócio. Ofereceu produtos de tesouraria como uma solução padronizada aos clientes, fornecendo aprimoramento de hedge e yield, a empresas de médio e pequeno porte, além de clientes pessoas físicas. Investiu em tecnologia e na diversificação da oferta de produtos e serviços, contemplando os diversos segmentos em que atuamos.

B1	2012	Digitização (DT)	Em 2012, o banco 1, manteve em sua agenda a racionalização e automação de processos e a busca pela eficiência de TI. Disponibilizou para o setor público realizar compras e contratar serviços por meio eletrônico, um sistema de comércio eletrônico. Começou a emitir cartões de múltipla função na bandeira Elo. Adquiriu e utilizou certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para a realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPB. Estabeleceu parcerias operacionais para uso e compartilhamento de canais de atendimento. Reestruturou seu modelo de atuação nos negócios de seguridade, por meio de movimentos de reorganização societária, que têm por finalidade aumentar a participação desses negócios no resultado da empresa. Firmou parceria negocial com a Operadora de Telefonia Oi para ampliação da solução Oi Paggo, funcionalidade mobile payment para os clientes Ourocard e comercialização de cartão de crédito co-branded para a base de clientes. Ampliou sua capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais.
B2			Em 2012, o banco 2, instituiu o Cartão de Crédito Bradesco Visa Nacional Básico/Standard com o objetivo de atender a Resolução nº 3.919/10, do CMN. Desenvolveu um sistema informatizado, para aprimorar e dar maior agilidade ao controle das obrigações e planos de ação firmados com os clientes. Criou o Pague Bradesco, serviço que possibilita ao cliente agendar e fazer o pagamento de contas de consumo pelo Bradesco Celular via SMS. Criou o Net Empresa Celular, que permite aos clientes pessoa jurídica utilizarem o aparelho para consultar saldos e autorizar transações pendentes.
B3			Em 2012, o banco 3, adquiriu frota de 18 Caminhões-Agências, uma solução inovadora cujo objetivo é auxiliar na melhoria do atendimento aos clientes e à população em geral. Instituiu ações On-line, serviço de Home Broker que permite a compra e venda online de ações na Bolsa de Valores pelo Internet Banking. Iniciou com o Pagamento Eletrônico CAIXA, que permite o pagamento de contas de concessionárias (água, luz, telefone, gás) sem a fatura.
B4			Em 2012, o banco 4, Expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina. Adquiriu 70% da empresa BioLogica Sistemas Ltda., atuação no desenvolvimento de software na área de Biometria Computacional e Análise de Sinais.
B5			Em 2012, o banco 5, agregou eficiência aos processos, tornando a experiência do cliente com o Banco mais simples e ágil. Para isso, simplificou a estrutura e aumentou a autonomia na rede de atendimento. Disponibilizou acesso ao crédito a ser usado como capital de giro, primeiro banco brasileiro a integrar serviços financeiros com serviços de transações de cartão de crédito. Contou com equipes de estruturação e produtos que trabalham na manutenção de produtos e na criação de soluções inovadoras que atendam as necessidades específicas de nossos clientes. Realizou uma série de implantações nos canais de atendimento com o objetivo de agilizar a solução de demandas e aprimorar o nosso relacionamento com o cliente. O Webcasas passou por uma grande reformulação, ganhou melhor apelo visual e importante reforço tecnológico garantindo novas funcionalidades à ferramenta, que também ficou mais amigável para os usuários.

B1	2013	Digitização (DT)	Em 2013, o banco 1, realizou investimentos expressivos na preparação de um ambiente tecnológico corporativo robusto para suportar as diversas exigências regulatórias, a exemplo das soluções em curso para alinhamento às regras de Basileia II, nos segmentos de riscos de mercado, crédito e operacional. Programa BB Eco Eficiente construiu um conjunto de ações coordenadas, com abrangência em toda a Organização, com objetivo de produzir ganhos sustentáveis de resultado. Fez a manutenção de um portfólio atualizado de seguros, planos de previdência aberta e títulos de capitalização, valorizando a inovação em soluções e processos, a fim de favorecer a universalização e a simplificação das formas de acesso e contratação promover uma contínua expansão do conceito de Proteção. Adquiriu e utilizou certificados digitais, emitidos por Autoridades Certificadoras credenciadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-BRASIL, para realização de movimentações financeiras, em conformidade com as determinações do Bacen, descritas no documento Manual de Segurança do SPB. Criada nova sociedade anônima, denominada Brasildental Operadora de Planos Odontológicos S.A., distribuir e comercializar planos odontológicos sob a marca BB Dental, com exclusividade em todos os canais BB no território nacional.
B2			Em 2013, o banco 2, criada a Bradesco Net Empresa no celular e também o Bradesco Celular via SMS, onde o cliente consulta o saldo, últimos lançamentos e recarrega o celular. Assim como a Recarga do GlobalTravel Card, um cartão pré-pago em dólar americano, libra esterlina ou euro, diretamente pelo Internet Banking.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitização.
B4			Em 2013, o banco 4, firmou acordo de parceria estratégica de suas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços para a Oki Electric Industry Co. Ltd.
B5			Em 2013, o banco 5, criou novo segmento de alta renda. Entre as inovações é a Telepresença, na qual os clientes podem tirar dúvidas sobre produtos ou receber orientação financeira diretamente com os especialistas do Banco, em conversas virtuais realizadas em espaços reservados nas agências. O atendimento com tablets nas agências e a utilização da biometria em substituição às senhas também foram destaque no segmento. Outra novidade foi o desenvolvimento de sistemas de gerenciamento e digitalização dos processos, que permite maior controle em todas as etapas.
B1	2014	Digitização (DT)	Em 2014, o banco 1, Consolidou suas redes de TAA de acesso público nos terminais da Rede Banco24Horas, gerando aumento de eficiência, maior qualidade e capilaridade de atendimento a seus clientes. Explorou negócios relacionados a programa de fidelidade por coalizão. O programa de fidelidade por coalização permite que o cliente acumule eresgate pontos em diversos parceiros
B2			Em 2014, o banco 2, disponibilizou ATM que recebe depósitos em dinheiro e lança o crédito em tempo real na conta do cliente. Implantou ferramenta importante para consultar e efetuar transferências interbancárias (TED, DOC e TEC). Trata-se do Aplicativo Transferência Eletrônica Disponível Bradesco, já em funcionamento em todas as Agências. Disponibilizou aplicativo para Windows Phone, com aumento de limite para transferência aos clientes que utilizam Token e M-Token no Bradesco Celular, tecnologia em pagamento por aproximação, carteira digital b.wallet (serviço que permite os clientes pagarem suas contas com cartões de crédito e débito Bradesco - bandeira Visa - através do smartphone), entre outros. Inovou com depósito de cheque via smartphone, serviço pioneiro no Brasil, que elimina a necessidade do depósito do documento físico.

B3			Em 2014, o banco 3, teve iniciativa pioneira para atender às comunidades ribeirinhas e de localidades distantes, foi inaugurada no trimestre a segunda agência barco que recebeu o nome de Ilha do Marajó, a embarcação supre as carências de atendimento bancário impostas pelas dificuldades naturais da região.
B4			Em 2014, o banco 4, implantou as Salas de Performance. Conhecidas como nossas pontocom, permitem monitoramento de todas as operações digitais de Seguros, Itaucard e Pessoa Física em tempo real, além de acompanhamento de vendas minuto a minuto - mais informações sobre a loja virtual de seguros
B5			Em 2014, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de digitização.
B1	2015	Digitização (DT)	Em 2015, o banco 1, disponibilizou solução tecnológica com o objetivo de permitir aos parceiros conveniados junto ao BB as funcionalidades de elaboração e atualização cadastral dos agricultores familiares, abertura de contas correntes e o acolhimento de propostas de crédito das linhas do Pronaf, bem como o acompanhamento de informações das propostas, otimizando e padronizando o processo, possibilitando assim, aumentar o grau de satisfação dos clientes. Aderiu a IGA (Intergovernamental Agreement) Model 1, acordo que prevê reciprocidade na troca de informações sobre contribuintes dos dois países. A comercialização de Financiamento de Veículos e Leasing Veículos ocorre na rede de agências, em todo o território nacional. As simulações podem ser realizadas nos canais de autoatendimento, inclusive pelo aplicativo “Financie seu Carro” disponível para smartphones.
B2			Em 2015, o banco 2, firmou parceria com a Stelo S.A., empresa de meios eletrônicos de pagamentos que irá administrar, operar e explorar os segmentos de facilitadoras de pagamentos voltada para o comercio eletrônico, bem como negócios de carteira digital. Adequou processos internos, obtendo uma redução de 25% na quantidade de documentos impressos, e capacitou o ambiente de Nuvem Privada com benefícios em eficiência energética, espaço físico e agilidade no atendimento aos projetos. Instituiu Serviço que permite aos clientes cadastrarem contas de beneficiários e aumentarem seus limites de transferências diárias para até R$ 30 mil, diretamente pelo Internet Banking, sem precisar ir até uma Agência, apenas utilizando a Validação Digital. Iniciou o serviço Receba Fácil, serviço pioneiro no mercado, que possibilita às empresas distribuidoras de produtos receberem o pagamento à vista, no ato da entrega da mercadoria, por meio de transferência on-line, utilizando-se do serviço de troca de mensagens SMS. Possibilitou a alteração da senha de quatro dígitos diretamente pelo Internet Banking, além do Fone Fácil, Autoatendimento e Agência.
B3			Em 2015, o banco 3, instituiu o cartão Construcard Caixa com chip na bandeira Elo, novo modelo do produto para compra de material de construção. Também instituiu o processo de registro de informações sobre as atividades de Controles Internos, desenvolvidas pelas diversas unidades da Instituição, encontra-se automatizado, subsidiando o monitoramento do sistema e a elaboração dos relatórios de controles internos. Iniciou com o serviço de carteira eletrônica, denominado Caixa MasterPass.
B4			Em 2015, o banco 4, adquiriu 50% do capital social da ConectCar Soluções de Mobilidade Eletrônica S.A. Montou Equipe multidisciplinar, formada por private bankers,consultores de investimentos e especialistas de produtos, atende nossos clientes em escritórios. 67% das transações feitasno banco vieram dos canais digitais.
B5			Em 2015, o banco 5, fez adequações nos processos internos, obtendo uma redução de 25% na quantidade de documentos impressos, e capacitou o ambiente de Nuvem Privada com benefícios em eficiência energética, espaço físico e agilidade no atendimento aos projetos

B1	2016	Digitização (DT)	Em 2016, o banco 1, desenvolveu inovação em gestão de riscos socioambientais e produtos relacionados à Economia Verde – Agricultura sustentável, gestão de florestas, eficiência energética, dentre outros. Desenvolvimento de modelos de negócio para acelerar a transição para a Economia Verde.
B2			Em 2016, o banco 2, inaugurou a segunda Agência Digital, voltada para clientes que costumam utilizar, exclusivamente, os canais digitais para suas operações. Além de limites personalizados, o cliente conta com atendimento em horário estendido, das 7h00 à 00h00, por telefone, e-mail, vídeo atendimento, com equipe de consultores especializado. O novo App Bradesco Trading, no qual os clientes têm acesso a conteúdos especiais para acompanhar o mercado, como os programas da TV Home Broker, gráficos e desempenho de ações. Na aba Broker, é possível consultar cotações online, book de ofertas, destaques de altas e baixas e nova boleta rápida, com botão de compra e venda. O aplicativo Bradesco Saúde, permite aos clientes verificar detalhes do plano contratado, acessar a versão eletrônica do cartão, acompanhar o status de reembolso, além de localizar clínicas, farmácias e médicos, pelo aplicativo, agora também para aparelhos com sistema operacional Android. Os aposentados e pensionistas, que recebem seus benefícios do INSS pelo Bradesco e já se cadastraram na biometria, podem utilizar a rede Banco24Horas com o seu cartão conta INSS Bradesco. É possível fazer saque, consultar saldo e realizar a prova de vida. Para os clientes deficientes auditivos foi disponibilizada nas máquinas de Autoatendimento, uma intérprete digital em libras, para a realização de saques. A solução realiza uma tradução passo a passo da operação, do início até sua conclusão.
B3			Em 2016, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitização.
B4			Em 2016, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2016, o banco 5, houve o amadurecimento do Modelo Certo, um sistema comercial implantado no segundo semestre de 2015 que elimina a burocracia, agiliza processos e libera os gerentes para dedicarem mais tempo às atividades comerciais. Nos escritórios centrais, uma nova forma de organizar as equipes teve impacto direto na velocidade das entregas. Os projetos, em especial de tecnologia, passaram a ser trabalhados com a metodologia de esteira ágil, na qual os trabalhos são comandados por uma equipe horizontal e multidisciplinar. O Novo modelo digital, plataforma que aumenta a velocidade do processo de venda. Com isso, simplificamos o processo de financiamento. A +negócios é uma plataforma comercial digital inovadora criada para ser simples e intuitiva e que permite simulações de empréstimo, aprovação de crédito e formalização de propostas mais rápidas, além do fornecimento de relatórios de gerenciamento de carteira
B1	2017	Digitização (DT)	Em 2017, o banco 1, simplificou processos para a transformação digital, lançou o App Ourocard. Ocupou a 3ª posição no ranking ANBIMA, com 14,9% de participação de mercado, enquanto que em termos de distribuição de renda fixa, o BB-BI alcançou a 3ª posição com 11,6% de participação de mercado.

B2			Em 2017, o banco 2, equipou 3.910 agências com a rede Wi-Fi para ativação digital dos clientes e uso das aplicações Bradesco. A capacidade de transmissão de dados nas agências foi ampliada, proporcionando agilidade no atendimento. O app Bradesco Celular ganhou novas funcionalidades e permite que clientes Pessoa Física acessem as opções de fundos de investimentos para fazer sua primeira aplicação. Outras facilidades são aplicações em CDB e poupança, solicitar resgate total ou parcial, consultar saldos e rentabilidade, fazer movimentações, enviar comprovantes de aplicação e resgate, agendar consultoria especializada e realizar API – Análise do Perfil do Investidor. Disponibilizou nova versão do App Bradesco Agronegócio, com soluções exclusivas, como o calendário agrícola, o simulador de custo de produção e o simulador relação de troca. Tudo isso com um visual mais simples e intuitivo, auxiliando o dia a dia dos empresários rurais. A Plataforma digital do Bradesco, next, chegou como um modelo de negócio inovador, que tem o objetivo de se relacionar com os clientes que buscam formas diferentes de gerenciar o próprio dinheiro
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2017, o banco 4, criou Comitê Consultivo Digital Advisory Board.
B5			Em 2017, o banco 5, digitalizou os processos com objetivo de atrair e reter consumidores pessoa física e pequenas e médias empresas, com inovação por meio de ferramentas e aplicativos que facilitaram consultas e contratações. Lançou a Superdigital, uma evolução da ContaSuper. Concluiu a aquisição da totalidade das ações da Isban Brasil S.A. e da Produban Serviços de Informática S.A. (Empresas de Tecnologia), indiretamente controladas pelo Santander Espanha.
B1	2018	Digitização (DT)	Em 2018, o banco 1, iniciou a contratação digital de Crédito Imobiliário PF via aplicativo BB. Evolução tecnológica das plataformas de investimentos. Instituiu o O IG-SEST composto por três dimensões: Gestão, Controle e Auditoria, Transparência das Informações; e Conselhos, Comitês e Diretorias.
B2			Em 2018, o banco 2, criou 6 Plataformas Especializadas no Alto Poder Público para atendimento aos Governos, Capitais, Tribunais, Conselhos de Classe, Assembleias, Ministérios Públicos, Defensorias Públicas, além dos 100 Maiores Municípios do PIB brasileiro. Conquistou em 2016 e 2017 os prêmios máximos de todas as categorias a que concorreu. Best Investment Bank in Brazil pela Global Finance, Brazil´s Best Investment Bank pela Euromoney e Most Innovative Investment Bank from Latin America pela The Banker. Os 3 prêmios, também conhecidos como Tríplice Coroa, jamais foram ganhos por nenhuma instituição financeira nacional ou estrangeira simultaneamente num mesmo ano e ainda menos consecutivamente.
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B4			Em 2018, o banco 4, firmou parceria com a empresa Ticket, um mercado de atuação novo para o banco e com um novo produto. Mais de 11 milhões de clientes pessoas físicas utilizaram os canais digitais do banco e mais de 600 mil contas foram abertas pelo App Abreconta. Criou plataforma aberta de seguros, família de maquininhas de cartão Pop Credicard e a agência digital para microempresas.

B5			Em 2018, o banco 5, realizou um trabalho para redução de reclamações, que contou com ações de cartões de crédito voltadas a digitalização do cliente, fomento na utilização do aplicativo Santander Way, melhorias no processo de aquisição, além de revisão do roteiro de vendas e comunicação da anuidade do cartão Free; lançamento não reconhecido; e centrais de atendimento com maior estabilidade dos canais, por exemplo. Essas ações contribuíram para reduzimos em 29% as reclamações no canal de atendimento SAC. Instituiu processos otimizados, com a simplificação das operações do dia a dia dos funcionários das agências para que possam dedicar mais tempo a atender às necessidades dos clientes. Como parte dessa iniciativa, disponibilizou aos seus funcionários uma nova ferramenta de relacionamento com clientes (CRM) que centraliza todas as informações necessárias para as suas atividades comerciais e financeiras diárias. Implementou ferramentas para economizar tempo, como o Clique Único, que reduz o volume de informações e passos necessários para realizar tarefas operacionais. Pi, nova plataforma online de investimentos que mostra que tranquilidade financeira e realização de sonhos estão ao alcance de todos. A Global Corporate Banking é uma unidade de negócios global que cobre aqueles clientes que, devido a seu tamanho e complexidade, exigem serviços personalizados ou produtos de atacado com alto valor agregado.
B1	2019	Digitização (DT)	Em 2019, o banco 1, instalou novos Terminais Recicladores em nossas agências, com esses terminais, o cliente faz o depósito em dinheiro e o valor já é creditado na conta corrente on-line.
B2			Em 2019, o banco 2, instituiu crescente digitização dos produtos e serviços em ambiente multiplataformas. Atualmente, por meio de celulares. No ambiente do next, foram entregues mais de 2.100 funcionalidades, aumentando o volume de transações em 121%. Ampliou a solução de Open Banking para clientes pessoa jurídica com perfil Microempreendedor Individual – MEI, possibilitando a abertura de conta de forma totalmente digital e segura. Usou do modelo ágil com equipes multifuncionais, criando soluções utilizando-se de tecnologias inovadoras como inteligência artificial, algoritmos, microsserviços e cloud.
B3			Em 2019, o banco 3, criou a plataforma auto-gestão, permite que o empregado acompanhe diariamente seu desempenho de vendas, a quantidade de vendas com assinatura digital, os níveis de cancelamentos e reclamações além de simular suas necessidades para os próximos alvos individuais.
B4			Em 2019, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de digitalização.
B5			Em 2019, o banco 5, lançou um programa para simplificar e digitalizar os processos da nossa rede de vendas e de atendimento ao cliente. Também aprimorou a cadeia de desenvolvimento e implantação de sistemas, adotando uma arquitetura mais automatizada, robusta e escalável, baseada em microsserviços e computação em nuvem, além de aperfeiçoar as práticas de DevSecTestOps para desenvolvimento de aplicações e operação da infraestrutura tecnológica
B1	2020	Digitização (DT)	Em 2020, o banco 1, estimulou o uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento pela internet e celular, com ampliação do acesso para diversos perfis de clientes com atendimento por mensagem, além de realização de operações bancárias diretamente por aplicativo de mensagens para todos os clientes.

B2			Em 2020, o banco 2, implantou inovações importantes nas políticas de Crédito e Recuperação, com novos algoritmos apoiados nas plataformas de BigData e decisão em tempo real, permitindo reagir prontamente à mudança abrupta da capacidade de crédito dos clientes imposta pela pandemia. Estruturou o Programa Corporativo denominado 100% Cliente, aproveitamento das melhores práticas de mercado, com objetivo de organizar nosso modelo de negócios para garantir que o cliente esteja sempre no centro das atenções. Criação da posição do Chief Customer Officer (CCO), com objetivo de assegurar que a política de satisfação do cliente seja cada vez mais efetiva dentro da Organização. Iniciou a NextJoy, uma conta digital gratuita para menores de idade criada em parceria exclusiva com a Disney. É o primeiro projeto na América Latina que une uma instituição financeira ao público de 0 a 17 anos. A área de Meios de Pagamentos/Cartões foi redesenhada, levando ao cliente uma experiência ainda melhor e novas funcionalidades. Parceria com a Bradesco Auto/RE, na disponibilização aos clientes de Seguro residencial, complementando a jornada de proteção, que já oferece plano odontológico, seguro prestamista e seguro para cartão de débito e crédito. Implementou jornadas digitais, melhoramos a experiência dos clientes pessoa física e jurídica, e fortalecemos a orientação financeira como pilar da bancarização em todo o país. Inovações importantes nas políticas de Crédito e Recuperação ao implantar novos algoritmos apoiados nas plataformas de BigData e decisão "em tempo real", permitindo reagir prontamente à mudança abrupta da capacidade de crédito dos clientes imposta pela pandemia. Os canais de atendimento foram adaptados para capturar os pedidos de prorrogações de contratos.
B3			Em 2020, o banco 3, lançou o cartão de crédito consignado. Atuou no enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus (COVID 19), em especial através da operacionalização do auxílio emergencial, entre outros programas, e da concessão de crédito às micro e pequenas empresas. Foi responsável por uma inclusão bancária histórica, através da sua plataforma digital, operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, que foi remodelado em decorrência da pandemia para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros. A concessão de crédito à pessoa jurídica contou com esteira digital, com jornada do cliente otimizada e ágil, o que aprimorou a experiência e, consequentemente, a fidelização por meio de outros produtos e serviços, especialmente os de seguridade. Programas auxilio emergencial, benefício emergencial de preservação do emprego e da renda (Bem) e saque emergencial FGTS, foram pagos através da plataforma digital
B4			Em 2020, o banco 4, melhorou os processos financeiros, buscando trazer mais eficiência, padronização e automatização, com a implementação da mais moderna versão do ERP da SAP (SAP S4/Hana), sempre com foco na melhoria contínua de seus processos e controles internos.
B5			Em 2020, o banco 5, por meio do programa Fit to Grow (FTG), engajou os colaboradores para tornar as operações mais eficientes, o que muitas vezes envolve ações relacionadas a aspectos ambientais. Outra iniciativa para estimular o uso racional de recursos e eliminar processos burocráticos, instituiu então o Santander 5.0, um programa de simplificação, otimização e digitalização que busca o ganho de eficiência e produtividade. Com o crescente uso das plataformas online, desenvolveu ferramentas para tornar ainda mais simples a abertura de contas. O processo pode ser feito de maneira 100% digital, inclusive para microempreendedores. Sem burocracia e com muito mais praticidade. Lançou um vasto conjunto de ofertas emergenciais, reunidas em um hotsite, o superamosjuntos.com. Entre os benefícios, incluímos a prorrogação por 60 dias da parcela do crédito para veículos, bens e serviços; aumento de 10% no limite do cartão de todos os clientes adimplentes; campanha de pagamento de contas atrasadas com 90% de desconto e 72 meses de prazo e desconto de 40% no seguro de vida para profissionais de saúde. Apoiou as pequenas e médias empresas, junto ao Governo Federal em um fundo emergencial, criado para distribuir até R$ 40 bilhões em crédito a esse público. Também lançou uma oferta especial para microempreendedores individuais, que incluiu carência de três meses no capital de giro.

B1	2021	Digitização (DT)	Em 2021, o banco 1, instituiu a racionalização de processos e equilíbrio no âmbito de atuação das Vice-presidências, foi aprovada, pelo Conselho de Administração, adequação da sua estrutura organizacional. Criada metodologia de avaliação de maturidade, com indicador específico, que visa induzir a cultura organizacional voltada ao cliente-centrismo e com impactos nos acordos de trabalho das áreas avaliadas.
B2			Em 2021, o banco 2, com o BRAIN (Bradesco Inteligência de Negócios), automatizou o processo de majoração de limites de cartões de crédito, que passou a ser feito na ocasião de corte da fatura com comunicação ao cliente por SMS e a isenção de anuidade baseada no relacionamento para cliente investidor. Digitalizou o atendimento humano, seja um RM (Relationship Manager) de Atacado, um gerente de agências ou um parceiro correspondente. A jornada de abertura de contas foi simplificada e agora basta o envio de um documento de identificação (RG ou CNH) e de um vídeo selfie para abri-la. O simulador de investimentos foi reformulado, propiciando ao cliente navegar para conhecer suas modalidades, estimulando conceitos de educação financeira, já que ele consegue identificar as vantagens das diversificação por meio das carteiras do Banco e contratar a partir da simulação. Simulação e solicitação de capital de giro na modalidade Pronampe, opção de substituição do token físico pelo digital. Envio on-line do comprovante de endereço na abertura de conta, tornado o processo mais simples. Canais para uso dos cartórios no recebimento e pagamento por seus serviços através de transferência ou Qrcode. Ampliou o atendimento aos clientes, remodelou a arquitetura e reformulou todas as jornadas do seu App Cartões, evoluindo e acrescentando novos serviços, como por exemplo, funcionalidade de bloqueio por perda e roubo, menu de benefícios e promoções, e visualização de parcelas futuras. Habilitação da assinatura do termo de investidor qualificado diretamente pelo mobile durante a jornada de aplicação nos produtos destinados a esse cliente.
B3			Em 2021, o banco 3, desenhou jornadas digitais voltadas para a implementação de melhorias ou para os novos produtos digitais da CAIXA. Atuou nas demandas de comunicação digital e na gestão do Portal da CAIXA. O app passou a centralizar a operacionalização de benefícios sociais como o Bolsa Família, o PIS e o FGTS, e por isso tudo, o CAIXA Tem passa a ser uma nova e poderosa plataforma de acesso a clientes de diversos segmentos para a venda de produtos de seguridade mais acessíveis e com menor customização. Realizada parceria estratégica com atuação em segmentos específicos de negócios relacionados à Adquirência, buscando fortalecer sua atuação no mercado de meios de pagamento eletrônicos.

B4			Em 2021, o banco 4, no grupo setor público, passou por uma reestruturação para simplificar suas operações e reforçar sua carteira de produtos com o objetivo de criar uma experiência com o banco mais abrangente e completa para a sua clientela. O WhatsApp Itaú expandiu o número de serviços e clientes atendidos pelo canal. Lançou um número de contato para atender clientes pessoas jurídica e um número de contato exclusivo para tratar de renegociações com clientes pessoa física, desde a simulação até a contratação e atende até mesmo contas bancárias inativas. Forneceu um recurso que permite que clientes não digitalizados interajam com o WhatsApp Itaú, tornando-se uma ferramenta de digitalização extremamente relevante. Instituiu o módulo digitalize, voltado à transformação digital dos conselhos com a organização de reuniões virtuais, deliberação a distância e organização eletrônica de documentos. Disponibilizou a abertura de conta corrente de forma 100% digital e por meio de novos pontos físicos dedicados, adicionais às agências já existentes no estado. Essa operação se insere na estratégia Phygital (físico e digital), que busca oferecer modelos de atendimento para os mais variados perfis de clientes. A Global Finance apontou o Itaú Investment Services como melhor subcustodiante no Brasil, Uruguai e Paraguai. A plataforma tecnológica está sendo atualizada com relação a soluções para o mercado de capitais e estamos investindo em novas soluções para nossos clientes, como o iServiços, que inclui custódia, corretagem e compensação, todas integradas como um serviço. Priorizou a satisfação do cliente prestando consultoria financeira especializada em financiamento de imóveis, prestando suporte durante o processo de obtenção de crédito imobiliário. O processo é rápido e eficiente e respondemos ao cliente em menos de duas horas para empréstimos de até R$1 milhão. É possível realizar todo o processo de contratação de forma digital. Em função da pandemia de COVID-19, incentivamos os clientes a usarem os aplicativos e bankline. O site foi reconfigurado para dar destaque aos canais digitais, incluindo um passo a passo para quem nunca usou o aplicativo Itaú e tutoriais sobre como usar os principais serviços financeiros (transações, pagamento de fatura, pagamento de cartão de crédito, cartões virtuais, desbloqueio de senhas de cartões de crédito e de débito, rastreamento de pedido de cartão). Além disso, comunicamos nas redes sociais, os serviços que podem ser feitos online e enviamos e-mails e SMS aos nossos clientes.
B5			Em 2021, o banco 5, criou o Clique e Retire, um novo sistema de entrega física de cartões que oferece autonomia e agilidade ao permitir que os clientes optem por retirar seus cartões em máquinas de autoatendimento. Adquiriu duas empresas, a Solution4Fleet (locação e assinatura de veículos) e a Car10 (marketplace). Os novos negócios foram incorporados à Santander Financiamentos e à Webmotors que já conta com 450 mil veículos anunciados na plataforma. Foi o primeiro mercado regulado de carbono brasileiro, no qual são negociados os Créditos de Descarbonização (CBIOs). Os créditos são emitidos por produtores e importadores de biocombustíveis em operações certificadas. Firmou parceria com a Samsung, solução que oferece abertura de conta digital, vendas de cartões e empréstimos da SIM na primeira tela do Samsung pay.
B1	2022	Digitização (DT)	Em 2022, o banco 1, firmou 10 compromissos que demonstram o alinhamento às tendências da gestão integrada e à importância de nosso papel transformador no oferecimento de produtos e serviços, na promoção da transição para uma economia verde e inclusiva e na ampliação de nossa atuação em busca de criação de valor. Aprimorou a participação no Programa Climate Change, contam com os serviços de associado ao Benchmark Club, do CDP, o que proporcionou incrementar ainda mais o score, passando de B- em 2020 para B em 2021, reforçando ainda mais que o BB vem incorporando práticas ASG em sua estratégia e atuação.

B2			Em 2022, o banco 2, disponibilizou a consulta do Informe de Rendimentos da conta. 800 recicladoras (terminais de autoatendimento) receberam também a função de depósito em cheque sem envelope, com compensação conforme prazo estabelecido pelo Banco Central do Brasil. O Negocie Digital é uma ferramenta online onde ambas conseguem negociar suas dívidas sem precisar sair de casa, basta acessar o site do Banco. No portal, correntistas encontram várias ofertas pré-aprovadas e simulam contraproposta, mediante critérios de renegociação. Evoluiu o Internet Banking para tornar a contratação de planos de previdência para correntistas mais ágil, descomplicada e intuitiva. Agora, o cliente que deseja organizar seu futuro financeiro conta com a conveniência do autoatendimento, melhorando ainda mais sua experiência com o Bradesco. Novo Portal do Assessor, provê mais facilidade para os assessores acompanharem a posição e evolução dos seus clientes e a integração para realização das operações. Pagamentos pelo App com ofertas exclusivas para Samsung Pay e Apple Pay de produtos, como o parcelamento diferenciado.
B3			Em 2022, o banco 3, passou a oferecer duas modalidades de microcrédito, para contratação diretamente no celular, através do aplicativo CAIXA Tem, de forma 100% digital e simples.
B4			Em 2022, o banco 4, instituiu a Nova Experiência do Revendedor, esse produto renovou a ferramenta Credline (que as revendas usam para nos enviar propostas) com base em um intenso processo de descoberta realizado com os clientes. A experiência ficou mais simples e transparente para o desempenho do revendedor, além de incorporar novas funções que o ajuda a fazer mais negócios. Contratação digital de ponta a ponta pelos canais digitais, com a experiência de financiamento digital através dos nossos canais digitais. Os correntistas iniciam o processo de simulação, aprovação de crédito, formalização e contratação do financiamento em uma jornada 100% digital, que é extremamente simples e não requer nenhum documento físico. A Floorplan é uma linha de crédito para os revendedores comprarem veículos novos e usados para seu estoque. A experiência com o produto é muito simples e rápida em um fluxo totalmente digital. Aumentou a equipe de vendas e atraímos mais clientes, alcançando uma carteira total de 25.807 pessoas. Além disso, nosso produto foi integrado ao ITI, nosso Banco Itaú digital. demos início à implantação de uma nova estratégia de varejo, chamada iVarejo 2030, com o objetivo de oferecer a melhor experiência para os nossos clientes, com soluções completas, sustentáveis e cada vez mais digitais. Estamos nos transformando em um banco Phygital, que significa um banco digital com a conveniência de uma rede física. Para apoiar essa transformação, reestruturamos e expandimos nossas agências digitais, desenvolvemos novos serviços e ferramentas utilizadas por nossas equipes de vendas e de relacionamento com o intuito de incrementar a eficiência em termos de geração de negócios e atendimento ao cliente
B5			Em 2022, o banco 5, implementou processo digital de nova conta, simplificando o processo de abertura de contas. Aquisição da Solution4fleet, empresa especializada em locação de veículos para terceiros. A Solution4fleet oferece serviços como assistência, gestão de frotas, inspeção, manutenção de veículos e gestão de multas. É a única empresa do mercado brasileiro que possui um ecossistema completo para gestão de frotas e operações de locação. Iniciou um processo para reformular a forma como interagimos com os clientes através do canal remoto.
B1	2011	Transformação Digital (TD)	Em 2011, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B2			Em 2011, o banco 2, integrou leitor de Código de Barras presente nos aplicativos para iPhone, Android e Windows Phone 7.5 e também o Token no Celular, às transações no Bradesco Celular. Disponibilizou a nova versão do Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com recursos de reação dos itens ao passar do mouse, e mais de 50 inovações.
B3			Em 2011, o banco 3, iniciou a fase piloto do projeto de pagamento de compras pelo celular
B4			Em 2011, o banco 4, criou a primeira conta corrente exclusivamente eletrônica, a iConta. Implantou projeto de biometria.

B5			Em 2011, o banco 5, marcou a entrada no mercado de adquirência, com uma solução financeira inovadora para pequenas e médias empresas, em parceria com a GetNet, o Santander Conta Integrada oferece ao comerciante uma conta bancária integrada, que permite ao comerciante receber em um único terminal recebíveis de transações com cartões das bandeiras Visa e Mastercard e/ou debitar cartões, além de permitir que o estabelecimento possa aceitar uma variedade grande de cartões regionais. A presença internacional do Santander, com plataformas de distribuição de produtos e serviços em Madri, Londres e Nova York, é outra vantagem competitiva nesse mercado.
B1	2021	Transformação Digital (TD)	Em 2012, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B2			Em 2012, o banco 2, lançou um programa de inovação interna que incentiva nossos funcionários ao intra-empreendedorismo, disseminando a cultura de inovação na Organização. F.Banking, um aplicativo inovador, que possibilita acessar a sua conta bancária por meio do Facebook. Firmou parceria com o Google, possibilitando aos clientes empreendedores individuais, micro e pequenas empresas, acesso gratuito a diversas soluções que permitem a divulgação de seus produtos e serviços pela Internet. Inaugurou o Bradesco Next, um espaço inovador, desenvolvido para oferecer soluções tecnológicas únicas no mundo. O público tem à disposição ambiente digital e multitouch. Disponibilizou nova versão do Internet Banking, aperfeiçoando a experiência de uso do cliente, com mais de 50 inovações, com destaque para a Tecla A (Acesso Rápido), o Pagamento Inteligente, que reconhece automaticamente o tipo de pagamento pelo código de barras e o Buscador, presente em todas as páginas.
B3			Em 2012, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B4			Em 2012, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B5			Em 2012, o banco 5, fechou dois acordos comerciais, um com a Sodexo, líder mundial em serviços para qualidade de vida, e outro com a Embratec, com foco prioritário na sua divisão Ecofrotas, líder do segmento de abastecimento e manutenção de frotas. Com esses acordos, os POS (maquininhas) da Santander GetNet passarão a aceitar também, a partir de 2013, os cartões Sodexo, aumentando a participação nos segmentos de bares, restaurantes e supermercados. Lançou o portal SuperBônus Viagens, por meio do qual o cliente pode trocar seus bônus acumulados por passagens, hospedagens, cruzeiros, pacotes de viagens e locação de veículos. Caso não tenha bônus suficientes para adquirir os serviços, o cliente pode pagar a diferença com seu cartão Santander.
B1	2013	Transformação Digital (TD)	Em 2013, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.

B2			Em 2013, o banco 2, iniciou a Emissão de cartões de débito com a tecnologia NFC para clientes do Segmento Prime, além de anunciar o desenvolvimento da mesma tecnologia NFC também para celulares. Disponibilizou aos clientes diferentes meios de tecnologia em diversos canais de atendimento, com o que há de mais moderno e inovador, como a biometria vascular, saque sem cartão e produtos de segurança, estreitando o relacionamento e oferecendo-lhes comodidade. Lançou novo Aplicativo Integrador para iPad. Com ele, é possível acessar todos os aplicativos do Bradesco em único lugar na App Store. Disponibilizou Chave de Segurança (Token) integrada ao celular, um serviço inovador e pioneiro no mercado, sendo mais uma opção de conveniência ao cliente para autenticar as transações realizadas no próprio aparelho e nos demais canais digitais.
B3			Em 2013, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B4			Em 2013, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B5			Em 2013, o banco 5 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B1	2014	Transformação Digital (TD)	Em 2014, o banco 1 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B2			Em 2014, o banco 2, disponibilizou funcionalidade de integração do Touch ID, disponível nos smartphones com este recurso, com o acesso ao mobile banking, eliminando a necessidade de inserção da senha de acesso à conta no aplicativo, proporcionando agilidade, inicialmente, aos clientes Bradesco Prime. Novo serviço de saque com a verbalização das cédulas dispensadas no Autoatendimento e o Mouse Visual. Liberou acesso gratuito à internet para a realização de operações no Bradesco Celular para clientes pré e pós-pago das quatro maiores operadoras do país: Vivo, TIM, Claro e Oi. Iniciou o Bradesco Next, um espaço totalmente digital e multitouch de interação, que foi idealizado para testar novas formas de usabilidade, formatos, layout e design para serviços bancários. A estratégia em relação ao Bradesco Next é desenvolver novos serviços digitais. O InovaBra é um programa para incentivar e descobrir projetos inovadores de startups, que possam ser adaptados ao setor de produtos e serviços financeiros, já o Inovabra startups é um programa de inovação aberta, que possibilita parcerias estratégicas entre o Bradesco e startups que possuam soluções aplicáveis ou com possibilidade de adaptação aos serviços financeiros e não financeiros que possam ser ofertados ou utilizados por nossa Organização
B3			Em 2014, o banco 3, adotou a biometria, recarga de cartões por aproximação (NFC) e melhoria da conexão com a Empresa. Os serviços da Nuvem CAIXA começaram a ser utilizados
B4			Em 2014, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B5			Em 2014, o banco 5, adquiriu 50% do capital social da Super Pagamentos, uma plataforma digital que oferece a venda de produtos e serviços financeiros por meio de cartão pré-pago. Iniciou uma parceria com a iZettle, uma empresa de pagamentos móveis sueca, para oferecer às pessoas físicas e pequenos empresários, leitores de cartão de débito e crédito que permitem aceitar pagamentos através de seus smartphones ou tablets. Uso da Biometria Digital nos Caixas eletrônicos, que permite aos nossos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas
B1	2015	Transformação Digital (TD)	Em 2015, o banco 1, firmou parceria com a Token Gestão de Contas de Pagamento S.A., para explorar as atividades de gestão de contas de pagamento pós-pagas e de gestão da funcionalidade de compras via débito no âmbito dos arranjos de pagamento Ourocard, em consonância com as normas do marco regulatório no setor de meios eletrônicos de pagamento (Lei nº 12.865/2013)

B2			Em 2015, o banco 2, disponibilizou a Carteira Digital Bradesco Seguros. O aplicativo para smartphones iOS e Android, disponibiliza cartões virtuais dos segmentos de atuação: residência, carro, capitalização, saúde e previdência, proporcionando aos segurados, de forma prática, simples e rápida, acesso aos seus produtos e benefícios, dispensando o uso do cartão físico, bem como a Carteira Digital Stelo, para os clientes dos cartões de crédito Bradesco. Com a solução, ao escolher a Stelo como forma de pagamento, não há necessidade de digitar os dados do cartão ao efetuar compras no comércio eletrônico. Iniciou a comercialização do Cartão de débito Click Conta Elo, destinado aos jovens de até 17 anos, que agora podem realizar saques e compras com a segurança de um cartão com chip. Firmou parceria estratégica com a IBM Brasil – Indústria Máquinas e Serviços Ltda. Disponibilizou o Carro Conectado, mostrando a integração do Aplicativo Bradesco Exclusive com o Ford SYNC, que permite a recarga de celulares pré-pago e a localização de Agências e de máquinas de autoatendimento, por comando de voz, no painel do carro
B3			Em 2015, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B4			Em 2015, o banco 4, deu início Canal mobile e ao modelo de Agências Digitais, um modelo inovador e pioneiro de relacionamento.
B5			Em 2015, o banco 5, iniciou o processo de implementação da tecnologia de Biometria Digital nos Caixas eletrônicos, que permite aos nossos clientes transacionar de maneira mais rápida e segura, sem a necessidade do uso de cartão e senhas. Lançou uma plataforma global do Grupo Santander para o segmento de Pequenas e Médias Empresas (PME) que oferece não apenas soluções FInanceiras, como a simpliFIcação na abertura de contas ou a agilidade na instalação de maquininhas de adquirência Getnet, mas também uma série de benefícios não FInanceiros, como a capacitação e o desenvolvimento do empresário e de suas equipes e o apoio para a internacionalização do negócio por meio da rede global do Santander. Ofereceu, através do departamento de financiamentos estruturados e departamento de estruturação de capital, diversas soluções de financiamentos estruturados, permitindo aos clientes executar seus planos estratégicos de investimentos. Lançou o Produzindo Certo, desenvolvido em conjunto com a Unilever, a Bayer e a Yara Fertilizantes, em parceria com a ONG Aliança da Terra. O programa oferece ssistência técnica e vantagens comerciais aos produtores que se comprometem a seguir as exigências ambientais necessárias para ter o selo RTRS (Round Table on Responsible Soy), um atestado de cumprimento de boas práticas agrícolas e respeito às leis ambientais e trabalhistas.
B1	2016	Transformação Digital (TD)	Em 2016, o banco 1, particiou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos

B2			Em 2016, o banco 2, particiou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos. Novo Portal do Grupo Bradesco Seguros, que integra as informações de capitalização, dental, previdência, auto, ramos elementares, saúde e vida. O ambiente, também, oferece ferramentas como comunicação de sinistro de auto, residência, patrimonial e de vida em um único local. Os clientes do mercado de ações podem visualizar as informações dos seus ativos em tempo real e efetuar as ordens de compras/vendas de ações diretamente no novo site do Home Broker, onde haverá boleta aparente com a opção de preenchimento automático. Essa plataforma propicia aos clientes agilidade e uma experiência diferenciada nas negociações. Iniciou o Disk Portabilidade, uma central que presta consultoria aos Gerentes de Relacionamento das Agências, com o objetivo de facilitar o processo de migração para um plano de previdência Bradesco, e o serviço, via SMS, oferecido pela Bradesco Saúde, que informa aos segurados o andamento de sua solicitação de reembolso. Touch ID: esta funcionalidade permite que o cliente associe sua impressão digital à uma senha de 4 dígitos, tornando mais rápido e prático o acesso à conta pelos aplicativos. Está disponível nos aplicativos Bradesco, Bradesco Exclusive e Bradesco Prime para iPhones com leitor de digital. Possibilidade de realizar compras no ShopFácil.com, por meio do Facebook Messenger – sistema de troca de mensagens de texto da rede social Facebook. Basta o cliente acessar o canal pelo App do smartphone ou no site, pelo computador, para receber recomendações de ofertas baseadas no seu perfil, consultar seus pedidos e realizar a compra. Pulseira para Pagamentos, que conta com tecnologia de comunicação por proximidade, e permite o pagamento de compras de forma simples e rápida, apenas aproximando o dispositivo do terminal com leitor para essa tecnologia
B3			Em 2016, o banco 3, particiou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos
B4			Em 2016, o banco 4, particiou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos. Firmou parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços, com a assinatura do Contrato de Compra e Venda de Ações da BR Automação Indústria e Comércio de Produtos e Tecnologia em Automação S.A. Criou Plataforma Digital para Precificação por Cliente, Troca Certa, Financiamento de Acessórios e Financiamentos pelo Icarros.

B5			Em 2016, o banco 5, particiou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). A GIC desenvolverá um banco de dados com o objetivo de agregar, conciliar e tratar informações cadastrais e creditícias, de pessoas físicas e jurídicas que autorizarem expressamente a sua inclusão no banco de dados conforme exigido pelas normas aplicáveis. Tal atuação propiciará uma maior troca de informações sobre tais pessoas físicas e jurídicas proporcionando o desenvolvimento e o alcance de maior eficiência na gestão do crédito, o que poderá facilitar, para os participantes do Sistema Financeiro Nacional e para as demais empresas no mercado de crédito, a concessão de linhas de crédito numa perspectiva de médio e longo prazos. Criou o Santander Way, aplicativo que permite gerenciar cartões de crédito e débito do Santander de uma forma muito simples e intuitiva. Fomos o primeiro grande banco a disponibilizar um serviço dessa natureza. Adquiriu a Super, uma alternativa de Banco 100% digital, com contas que podem ser abertas em poucos minutos e oferece pagamento eletrônico, cartão pré-pago e acesso a serviços financeiros simplificados. Espaço Geração Digital, na Sede Santander, reúne equipes multidisciplinares, com estrutura horizontal, para estimular a inovação e dar mais celeridade ao desenvolvimento de novas soluções.
B1	2017	Transformação Digital (TD)	Em 2017, o banco 1, iniciou a simplificação de processos e da transformação digital. As constantes inovações dos modelos de negócios e de relacionamento permitem ao Banco se manter competitivo e obter a preferência dos clientes, construindo relacionamentos sólidos e duradouros. A expansão do modelo digital é uma das principais ações que vão ao encontro da melhoria da experiência do cliente, que procura cada vez mais facilidade no relacionamento com os bancos.
B2			Em 2017, o banco 2, criou o Cartão de Crédito Virtual, que permite ao usuário solicitar um número temporário associado ao seu cartão físico para utilizá-lo em suas compras no e-commerce de forma ainda mais segura. Nas máquinas de autoatendimento, todas as transações podem ser realizadas sem cartão, apenas com a autenticação da biometria, disponível em 100% das máquinas da rede Bradesco e do Banco24Horas. Foi o primeiro banco brasileiro a permitir que seus clientes comprem euro por meio das máquinas de Autoatendimento. Além do euro, é possível comprar dólar sem a necessidade de acompanhamento de um funcionário, com ampliação de horário para atender a necessidade de nossos clientes, de forma rápida e segura. Possibilidade de ativar, recadastrar ou trocar o dispositivo de segurança físico pelo Token no celular diretamente nas máquinas de Autoatendimento. O InovaBra Habitat é o espaço de co-inovação brasileiro, que permite que grandes empresas encontrem startups para inovação compartilhada.
B3			Em 2017, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B4			Em 2017, o banco 4, desenvolveu mais de 1.000 APIs (application programming interface), que permitem a criação de um aplicativo com reuso; a participação em 100% das aplicações de blockchain sendo desenvolvidas no Brasil para evoluir o mercado financeiro; a consolidação de uma cloud privada, que já roda dezenas de aplicações (sistemas internos) do banco; e o uso de inteligência artificial e machine learning para ganho de eficiência operacional.

B5			Em 2017, o banco 5, lançou o Santander Pass, uma solução de pagamento por aproximação com tecnologia NFC (Near Field Communication) no formato de pulseira e adesivo, permitindo a realização de transações de débito ou crédito sem o uso físico do plástico. Ccontinuou a melhorar a sua plataforma de tecnologia por meio de investimentos em sistemas e modernização de infraestrutura. Durante estes anos, os principais projetos da Companhia foram: RDA (Risk Data Agregation), CRM (Customer Relationship Management), Big Data, Cyber Security, transformação dos Canais (Mobile, Internet, Rede de Agências), novo modelo Santander Financiamentos, Back Office Digital, agile, DevOps e implementação de cloud interna. Adotou etapas importantes para integrar ainda mais a Super aos negócios da Companhia durante 2016. Essas etapas incluíram a integração com o canal digital existente da Companhia e a introdução de seu produto ContaSuper para os clientes de alta renda, como uma ferramenta útil para gerenciar as despesas domésticas e de viagem. Foi um dos primeiros bancos a lançar carteiras digitais, com o Samsung Pay, e também lançou o aplicativo Santander Way, que é uma ferramenta online para gestão dos cartões, permitindo que seus clientes acompanhem suas transações em tempo real, entre outras funcionalidades. Criou o primeiro app para compra de veículos 100% on-line. Expandiu a plataforma +Neg. Criou a +Vezes, destinada a crédito de bens de consumo.
B1	2018	Transformação Digital (TD)	Em 2018, o banco 1, iniciou a comercialização da Pulseira Ourocard, uma das soluções Samsung Pay e Android Pay.
B2			Em 2018, o banco 2, iniciou pagamentos Digitais via Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code, sendo o último uma solução inédita entre os bancos e, assim, passou a ter a solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado. Instituiu a Biometria de Voz, sua voz é sua senha, o que confere ainda mais praticidade e usabilidade ao acessar a conta através do Fone Fácil. Lançou o Next, uma plataforma digital nativa (Banco Digital), acessado pelo app para iOS e Android, que tem como principal missão endereçar um novo mercado de clientes (jovens Millennials com idade entre 18-35 anos) e ou hiperconectados, independente da geração. Primeira instituição financeira no Brasil a ter um endereço eletrônico na internet e a disponibilizar serviços financeiros por meio deste canal, transformando o site em ferramenta de negócio e importante fonte de informação para clientes e não-clientes. Disponibilizado carteiras digitais para todos os smartphones, passou a oferecer a solução de pagamentos pelo celular mais completa do mercado, com o uso do Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code. O serviço é um dos nossos diferenciais e está em linha com a abrangência e diversidade de perfis dos nossos clientes. Em termos de Inovação global, disponibilizou um espaço colaborativo em Nova York e conexões em Londres, para imersão de times internos em tendências comportamentais, tecnológicas e prospecção de startups internacionais. Instituiu Plataforma 100% digital, que oferece às pessoas jornadas rumo à conquista de objetivos, gerenciamento financeiro, praticidade no dia a dia, soluções inteligentes e liberdade para tomar decisões quando e como quiserem, bem como ser um grande hub de conexão com outras plataformas digitais que agregam valor e fazem parte do cotidiano das pessoas.
B3			Em 2018, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.
B4			Em 2018, o banco 4, concluiu a aquisição de 49,9%da XP Investimentos.

B5			Em 2018, o banco 5, Disponibilizou produtos e serviços em todos os canais de acordo com a conveniência para os clientes. O Mobile Banking modernizou os seus aplicativos, que podem ser baixados em dispositivos móveis e smartphones da Apple Store e da Google Play Store. Como um novo recurso para investimentos, seus aplicativos agora fornecem uma visão gráfica e consolidada do portfólio de investimentos, além de permitir que os clientes façam investimentos em fundos mútuos, produtos de renda fixa e outros (bem como retirar fundos do mesmo). O Santander AutoCompara, é uma ferramenta que permite aos clientes comparar preços de seguros de automóveis em várias companhias de seguros. Firmou Joint ventures com a RCI (Renault e Nissan) e PSA (Peugeot, Citroën e DS) e parcerias de white-label com Hyundai, Subaru, Volvo e Chery. Integrou todos os canais de serviços para garantir que os clientes tenham uma experiência conectada, independentemente do canal escolhido. Iniciou o One Pay FX, solução pioneira no mundo que faz uso do blockchain para dar instantaneidade às transferências internacionais de pessoas físicas. Uma transação que demorava dois dias agora é feita em duas horas. Iniciou a Creditas, uma fintech brasileira que viabiliza empréstimos com garantia, e recebeu o primeiro aporte no país do Santander InnoVentures, nosso fundo de capital de risco.
B1	2019	Transformação Digital (TD)	Em 2019, o banco 1, investiu aproximadamente R$ 22,9 bilhões em tecnologia digital, buscando melhorar a eficiência operacional, reduzir perdas operacionais, expandir negócios e melhorar o atendimento ao cliente. desenvolveu inteligência analítica para abordagens comerciais, está integrada ao sistema de gestão de filas presenciais e à solução de telefonia digital. A ferramenta de NBO (Next Best Offer), tecnologia de Analytics e Big Data que indica os melhores produtos a serem ofertados com inteligência artificial, por meio da análise das informações de 50 milhões de clientes. Cada nova interação adiciona mais inteligência à ferramenta, o que amplia a assertividade da oferta para serviços e produtos, como crédito, consórcio, seguridade, captação entre outros. Mantém programas de inovação, integrando a participação de funcionários de diversas áreas, com diferentes competências, a fim de fortalecer nossa cultura digital. Presença no ecossistema mais inovador do mundo, o Vale do Silício, dentro da Plug and Play, uma das maiores aceleradoras de startups do planeta, nos permite estimular o intraempreendedorismo de vanguarda, por utilizar metodologias ágeis para experimentação. Considerada a melhor solução financeira de inovação, com o assistente virtual no WhatsApp, na Bots Brasil Awards 2019. Apresentou soluções modernas e inovadoras de meios de pagamento, tais como pagamento por aproximação, utilizada em smartphones, pulseiras ou nos cartões tradicionais emitidos com a essa tecnologia, proporcionando rapidez e conveniência. Como o pagamento a débito realizado por meio de cartão físico com chip ou soluções mobile, que envolve componentes de hardware, smartphone com tecnologia NFC (near-field communication) ou similar, e software como o App Ourocard, Samsung Pay ou Apple Pay, entregues ao cliente e vinculados a bandeiras como Elo, Visa ou Mastercar. O Ourocard-e, um cartão virtual para compras online com opções extras de segurança, como limitação no valor e na quantidade das compras que serão realizadas. O CPR Digital, solução que permite ao cliente emitir, pelo App BB, diversas cédulas
B2			Em 2019, o banco 2, firmou parceria com a Apple para utilização dos cartões Bradesco no aplicativo Apple Pay para pagamentos em estabelecimentos comerciais. Instituiu o Saques em Libras pela Íris - Intérprete Digital de Libras Bradesco. Revitalizou a Ágora Investimentos para transformá-la em plataforma de investimentos digital e aberta, oferecendo para todos os clientes as melhores opções de investimentos próprios e de terceiros disponíveis no mercado e compatíveis com seu perfil de risco, objetivos e liquidez, além de assessoria financeira especializada para que os clientes realizem seus investimentos com assertividade, rapidez, comodidade e confiabilidade. Assumindo as operações de varejo (pessoa física e jurídica), disponibiliza o portfólio da BRAM – Bradesco Asset Management e os melhores produtos de terceiros.
B3			Em 2019, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.

B4			Em 2019, o banco 4, implementou Mobile POS e Interactive Mirror, contribuírampara a aceleração do processo de transformação digital. Criou a ITI, plataforma com múltiplas funcionalidades aosclientes, que dispensa a necessidadedo uso de maquininha e cartão físico para fazer pagamentos em estabelecimentos comerciais ou entre pessoas por meio do QR Code.
B5			Em 2019, o banco 5, Adquiriu a Getnet, o que possibilitou mais flexibilidade e permitiu criar soluções mais completas e personalizadas para os clientes, integrando seus serviços ao Santander Brasil. Operacionalizou novas plataformas digitais, como a PI, a SIM e a emDia, criadas para atender às necessidades mais específicas dos diferentes perfis de consumidores. Realizou transformações significativas nas operações e infraestrutura tecnológica, através da implementação de várias e modernas soluções nas áreas de Inteligência Artificial (Machine Learning, AIOPs), arquitetura de microsserviços, BPM, Blockchain, Seguro Cibernético, Reconhecimento Facial, MultiCloud , entre outros. Implementou uma moderna plataforma de chatbots para desenvolver e evoluir as soluções de comunicação com os nossos clientes. Essas soluções utilizam as vantagens de inteligência artificial e Processamento de Linguagem Natural, permitindo que nossos clientes esclareçam suas dúvidas através do suporte de chats e assistentes virtuais, de forma prática e digital. Fortaleceu a infraestrutura e capacidade para detectar e prevenir ataques cibernéticos, integrou os sistemas e processos de cyber security em nível global, expandimos o uso da inteligência artificial (IA) para identificar comportamentos de potenciais ameaças de forma proativa, evoluímos os centros operacionais de segurança (SOCs) e ampliou os níveis de proteção de dados e controle de privilégios. Executou a estratégia global Cloud First, que foca na disponibilização de uma Infraestrutura como Serviço (IaaS e PaaS), suportada por uma arquitetura segura de integração entre o Datacenter do Santander Brasil e diversos provedores de serviços de nuvem pública no país
B1	2020	Transformação Digital (TD)	Em 2020, o banco 1, comunicou que permitirá gradativamente aos seus clientes detentores de cartões a realização de transferências de pessoa para pessoa e a realização de compras por meio do aplicativo WhatsApp.
B2			Em 2020, o banco 2, ingressou no mercado brasileiro de carteiras digitais e contas de pagamentos com a BITZ Serviços Financeiros S.A. Lançou a plataforma de benefícios do next, os Mimos. Ágora e o Grupo Estado – em uma parceria que vai além das notícias – proporcionam conteúdos para seus clientes em um projeto multiplataforma, que inclui o portal de notícias E-Investidor, a Rádio Eldorado e o Jornal Estadão. A parceria apresenta conteúdos com a visão altamente profissional da Ágora, além de informações com isenção e de alta qualidade jornalística sobre economia, educação financeira e investimentos. Voltado exclusivamente para o investidor pessoa física, o projeto vem impactando um público de mais de 31 milhões de usuários. A BIA identifica a intenção do cliente, faz a oferta e direciona para a contratação. Hoje a BIA esclarece dúvidas para mais de 90 produtos e serviços, entre empréstimos, financiamentos, investimentos, renegociação de dívidas, consórcio, câmbio, cartão de crédito, seguros, canais digitais, Net Empresa e Ágora Investimentos, interagindo com mais de 16,5 milhões de clientes, crescimento alavancado pelo uso no WhatsApp e também por outros parceiros como Apple Business Chat, Alexa - Inteligência Artificial da Amazon e no Google Assistente.
B3			Em 2020, o banco 3, em decorrência da pandemia, remodelou a plataforma digital operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias a milhões de brasileiros. No entanto, apresenta enorme potencial de vendas dos produtos de seguros. Disponibilizado acesso por Biometria para o App, usando a biometria como instrumento de segurança. Disponibilizado cartão de Crédito Virtual, opção para o cliente pagar suas compras na internet e manter as informações do seu cartão físico protegidas. Lançou o App Auxílio Emergencial nas lojas virtuais, sendo considerada a Maior Plataforma Digital do Brasil. Foi o Primeiro banco a realizar pagamentos por QR Code em qualquer maquininha de cartão.
B4			Em 2020, o banco 4 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.

B5			Em 2020, o banco 5, com o crescente uso das plataformas online, desenvolveu ferramentas para tornar ainda mais simples a abertura de contas. O processo pode ser feito de maneira 100% digital, inclusive para microempreendedores. Lançado o POS Digital, uma solução completa que pode ser personalizada e, quando conectada à Internet, permite downloads de aplicativos e o uso de funções de gerenciamento integradas. Lançada a BEN, uma empresa de benefícios que oferece maior liberdade, poder de compra e qualidade de vida às pessoas que os utilizam, além de proporcionar uma experiência digital integrada. EmDia é uma solução de renegociação de dívida é uma evolução do modelo tradicional de cobrança. Ela fornece um portal de gerenciamento de dívida de autoatendimento para clientes endividado. O Copiloto Santander é ferramenta digital para ajudar na gestão dos negócios. O sistema automatiza o processo de venda e pagamento, com maior controle financeiro e visão do fluxo de caixa. O serviço inclui uma loja virtual para a empresa, integrada ao e-commerce da Getnet. Lançada a GENTE, assistente virtual, desenvolvido a partir dos diversos talentos e experiências de nossos colaboradores. A PI DTVM é uma corretora de valores mobiliários, com plataforma digital aberta, cujo foco é ampliar a carteira de produtos financeiros que podemos oferecer aos nossos clientes. Aprimorou continuamente as plataformas de tecnologia por meio de investimentos em aplicativos digitais, inclusive por meio da implantação de novas soluções nas áreas de inteligência artificial (aprendizado de máquina, AIOPs), microsserviços, tecnologia blockchain, seguros cibernéticos, reconhecimento facial e tecnologias baseadas em nuvem, entre outros.
B1	2021	Transformação Digital (TD)	Em 2021, o banco 1, Participou no SPI de modo obrigatório e na modalidade direta, conforme regulamentação do Banco Central.
B2			Em 2021, o banco 2, iniciou a contratação totalmente on-line via canais digitais (Net Empresa e mobile PJ) do QR Code imediato para os terminais de caixa (TEF), POS e e-commerce para todos os clientes pessoas jurídicas. Com o BRAIN (Bradesco Inteligência de Negócios), automatizou o processo de majoração de limites de cartões de crédito, que passa a ser feito na ocasião de corte da fatura com comunicação ao cliente por SMS e a isenção de anuidade baseada no relacionamento para cliente investidor. O modelo de operação do inovabra habitat foi ampliado também para o digital. O novo formato, complementar ao físico, pode abrigar startups e empresas de todo o país, que queiram ter acesso à inovação aberta. Investiu em Cloud, um marco na transformação digital do ecossistema de forma sustentável. Instituiu estratégia com visão end-to-end, para criação de jornadas intuitivas e personalizadas, com uso de inteligência de dados e visão omnichannel. A partir dos insights de análises de dados transacionais e comportamentais, validamos as hipóteses com pesquisas quantitativas e qualitativas. Assim, podemos priorizar as dores dos clientes e desenhar soluções que atendam às necessidades das diferentes personas mapeadas. Rápida evolução em parcerias, agregando serviços e produtos de terceiros em nossa proposta de valor Bradesco. É o caso de parcerias com a Disney+ e com a OLX, que serão aceleradas este ano a partir do Open Bankin. Com o Inovabra pesquisa, um time multidisciplinar, com analistas e pesquisadores estudam de maneira aprofundada novas tecnologias e modelos de negócio para manter a Organização na fronteira de conhecimento.
B3			Em 2021, o banco 3, iniciou as operações da maquininha CAIXA Pagamentos. Inclusão Digital dos Benefícios que podem ser recebidos por meio do CAIXA Tem. Realizado o 1º Feirão Digital CAIXA da Casa Própria contou com a oferta de mais de 180 mil imóveis de 633 incorporadoras ou construtoras por meio de uma plataforma online disponibilizada no site da CAIXA. A Poupança Digital foi a nova modalidade de conta de depósitos. Movimentada pelo App CAIXA Tem, tem jornada inteiramente digital, seja em sua abertura ou na transformação de Poupanças Sociais Digitais em Poupança Digital. Instituido o App Auxílio Emergencial. O Banco Digital CAIXA S.A. terá como objetivo, inicialmente, a prestação de serviços sociais, bancários e ser um balcão para a comercialização de produtos, como, por exemplo, os de seguridade.

B4			Em 2021, o banco 4, a partir da Transformação digital, levou a um aumento da participação das operações digitais, isto é, vendas, aberturas de contas e acessos pela internet e pelo aplicativo no celular. Aumentou a conexão entre canais online e offline (o2o) para otimizar os resultados do banco. No WhatsApp Itaú, o foco foi expandir o número de serviços e clientes atendidos pelo canal. Lançou um número de contato para atender clientes pessoas jurídica e um número de contato exclusivo para tratar de renegociações com clientes pessoa física, desde a simulação até a contratação e atende até mesmo contas bancárias inativas. Forneceu um recurso que permite que clientes não digitalizados interajam com o WhatsApp Itaú, tornando-se uma ferramenta de digitalização extremamente relevante. Foco estratégico em processos digitais, simulador está disponível nos sites das incorporadoras e imobiliárias parceiras, aproximando a marca do cliente no momento em que este procura adquirir um imóvel. Atua de forma personalizada com o cliente em cada momento de sua jornada digital, desde o atendimento pela internet até as redes sociais, aumentando assim a exposição. Lançamento do e-commerce automotivo com assistente digital, integrando meios de pagamento e serviços financeiros, em uma experiência 100% digital para o cliente.Além disso, para assegurar a segurança das nossas transações e otimizar a experiência do cliente, implantamos uma solução de biometria facial e assinatura eletrônica. Criada a Associação Cubo Coworking Itaú – entidade parceira do Itaú Unibanco Holding que tem por objetivo incentivar e promover: a discussão, o desenvolvimento de tecnologias, de soluções e de modelos de negócio alternativos e inovadores; a produção e a divulgação dos conhecimentos técnicos e científicos obtidos pelas alternativas anteriores; a atração e aproximação de novos talentos em tecnologia da informação que possam ser caracterizadas como startups; a pesquisa, o desenvolvimento e o estabelecimento de ecossistemas de empreendedorismo e startups. Ofertou o Serviço de veículo elétrico compartilhado, o Vec Itaú. Os Gestores de Leads agora estão totalmente integrados à solução Linx Auto para auxiliar os revendedores no processo de vendas e cobrança, assegurando uma experiência de jornada única. A Garagem do Conhecimento é uma nova plataforma educacional com aulas à distância para preparar profissionais do setor automotivo.

B5			Em 2021, o banco 5, lançou o Santander Auto, uma solução de seguro de automóveis totalmente digital que se baseia no uso de análises de big data para precificação. Criou a SX Negócios, empresa especializada em atendimento remoto. Criou o Lab3 laboratório de inovação com foco na criação de novas soluções que possam apoiar projetos transformacionais em nossa organização. Criou o O Santander Way, um aplicativo oferecido aos nossos portadores de cartão que permite administrar seus cartões Santander Brasil a qualquer momento. Essa plataforma de pagamento completa também funciona como uma carteira digital, permitindo que os clientes façam pagamentos instantâneos sem contato. O aplicativo é atualizado frequentemente com novos recursos. Criou também a AgoNxt, uma nova plataforma de pagamentos global com foco em tecnologia. Lançou dois produtos de serviço, Car Delivery e Troca com Troco em parceria com a Webmotors. A união das corretoras Pi e Toro Investimentos em uma única plataforma digital, com o nome Toro, para oferecer assessoria financeira na palma da mão. Auto Compara, uma plataforma de comparação e oferta de seguros de automóveis totalmente online que agora também está disponível para não clientes.
B1	2022	Transformação Digital (TD)	Em 2022, o banco 1, dentro do contexto de Open Banking e big data, o processo de precificação está passando por transformações, com a utilização de modelos analíticos e estatísticos que auxiliam na melhor definição de preços, utilizando além das variáveis citadas, uma maior personalização no nível de cliente. Foco na preparação dos funcionários para o novo cenário, capacitando-os para sanar as dúvidas dos clientes e para utilização das novas oportunidades negociais de relacionamento. Investiu na adaptação de processos e negócios, bem como na criação de novos modelos de negócios no cenário de Open Banking, que serão concluídos nos próximos períodos. Lançou a Plataforma Broto, que atua na cadeia produtiva do agronegócio, sendo, atualmente, desenvolvida pela Brasilseg Companhia de Seguros, uma subsidiária integral da BB MAPFRE.
B2			Em 2022, o banco 2, implementou o uso da internet 5G, as primeiras agências bancárias brasileiras atestaram excelentes resultados, transações mais ágeis, especialmente na troca de arquivos, onde se exige maior banda e menor latência. Realizou Campanha de update do aplicativo para oferecer ainda mais segurança, com componentes criptografados e atualizados, além de inovações para o cliente compartilhar dados para experiências com Open Finance, ligar para a central usando VOIP (Voz sobre IP), utilizar o microfone para interagir com a BIA, pagar as contas usando o leitor de PDF e fazer um PIX usando o leitor de QR Code. Implementou diversos novos serviços para o dia a dia dos seus clientes, apresentando novas plataformas avançadas de negociação no Ágora Trader e novos programa de incentivo para investidores iniciantes, como Ágora Kids e Ágora Universitário. Lançou o Cofre Virtual, no qual o cliente tem autonomia na compra de moeda estrangeira pelo App Bradesco e retirada nos caixas eletrônicos. Lançou o programa ideação, um movimento interno que tem como objetivo fomentar hábitos, comportamentos e competências de inovação e intraempreendedorismo. Aquisição dos 49,99% da participação acionária no capital social do Banco Digio S.A. (Digio). Com o avanço da implementação de Cloud Computing, impulsionou o atendimento de forma mais célere e eficiente. O modelo permite oferecer prontidão digital e escalabilidade para o desenvolvimento de inovações, além de suportar o volume crescente de negócios digitais, tanto no Bradesco, como nas interações entre o Banco, seus clientes e o Mercado. Início do processo de licença junto ao Banco Central para que o next se torne um banco múltiplo e a aquisição da startup Aarin. Desta forma, o banco passará a oferecer mais funcionalidades de pagamentos como o Pix em seu marketplace e no nextShop. Além disso, iniciará relacionamento com clientes MEI e PJ interessados nas soluções de Pix e invisible banking da Aarin.
B3			Em 2022, o banco 3 não apresentou nenhuma menção de transformação digital.

B4			Em 2022, o banco 4, instituiu o Programa Speed, um programa de fidelidade para lojistas, com o intuito de intensificar seu relacionamento com o Itaú. Em parceria com a ConectCar, lançou a Itaú Tag, uma solução de pagamento automático de pedágio e estacionamento isenta de mensalidade, exclusiva para os nossos clientes. Introduziu o itoken, através do uso de tecnologia de reconhecimento facial, acessado remotamente. Investiu na criação de uma estratégia de conteúdo robusta através dos canais de mídia social, focando no fornecimento de publicações constantes sobre o ambiente econômico e tutoriais. Fusão com a Orbia, a fim de oferecer soluções de acesso ao crédito à base de clientes da Orbia com mais eficiência.
B5			Em 2022, o banco 5, adquiriu a Car10, empresa que oferece um marketplace de oficinas e serviços automotivos com mais de 7.000 oficinas cadastradas em todo o Brasil. Criação de uma loja online para receber e servir os clientes de forma contínua.

Apêndice C

Script	Ano	Condição	Banco	Bard	GPT	Justificativa Bard	Justificativa GPT
Avaliar o grau de pertinência de cada caso dentro do conjunto de casos, à estratégia corporativa de crescimento de penetração de mercado. As pontuações de adesão (pertencimento) variam de 0,1 a 0,9. Pontuação de 0,1 indica não adesão. Pontuação de 0,3 indica baixa adesão. Pontuação de 0,5 (ponto de cruzamento) indica ambiguidade máxima se um caso está mais dentro ou mais fora do conjunto em questão. Pontuação de 0,70 indica que tem uma adesão forte,	2011	Penetração de mercado	B1	0,9	0,9	Aumentou a oferta de produtos por canais alternativos, além de aumentar a capilaridade da rede de agências e firmar parceria com a rede de distribuição dos Correios. Todas essas ações estão alinhadas com a estratégia de penetração de mercado, que visa aumentar as vendas de um produto ou serviço existente em um mercado existente.	Ampliação da oferta de produtos por canais alternativos: 0,7 (adesão forte). Aumento na capilaridade da rede de agências: 0,7 (adesão forte). Parceria com a rede de distribuição dos Correios: 0,9 (adesão plena).
			B2	0,8	0,7	Criou 368 postos e pontos de atendimento bancário nas instalações de clientes pessoas jurídicas selecionadas. Essa ação também está alinhada com a estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Criação de postos e pontos de atendimento bancário para clientes pessoas jurídicas: 0,7 (adesão forte). Crescimento em 174 agências: 0,7 (adesão forte)
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B4	0,7	0,7	Iniciou a internacionalização dos negócios, o que pode ser considerado uma estratégia de desenvolvimento de mercado. No entanto, o banco também oferece microcrédito a partir da concentração geográfica do agente de microcrédito, o que pode ser considerado uma estratégia de penetração de mercado. Nesse caso, a pontuação de adesão é intermediária	Internacionalização dos negócios: 0,7 . Oferecimento de microcrédito com concentração geográfica do agente de microcrédito: 0,7
			B5	0,7	0,7	A inauguração de uma agência na Vila Cruzeiro é uma ação que pode aumentar a conscientização da marca e atrair novos clientes para o banco. Portanto, está alinhada com a estratégia de penetração de mercado. Além disso, o banco também oferece serviços e produtos bancários, além de um espaço	Inauguração de agência na Vila Cruzeiro: 0,7 (adesão forte). Demonstra uma forte adesão à estratégia de crescimento de penetração de mercado, pois estão focados na expansão de sua rede de agências e pontos de atendimento para atingir um público mais amplo.

mas não plena adesão. Pontuação de 0,9 indica adesão plena. Pode ser atribuída a mais de um caso a mesma pontuação.						para cursos, capacitações e oficinas culturais. Essas ações podem contribuir para aumentar a satisfação dos clientes existentes e atrair novos clientes.	
	2012	Penetração de mercado	B1	0,7	0,9	A aquisição de um banco em outro país pode ser considerada uma estratégia de desenvolvimento de mercado ou de penetração de mercado. Neste caso, a pontuação de adesão é intermediária	Aquisição do EuroBank nos EUA: 0,9 (adesão plena)
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B3	0,7	0,7	A aquisição de uma frota de caminhões-agências é uma ação que pode aumentar a conscientização da marca e atrair novos clientes para o banco. Portanto, está alinhada com a estratégia de penetração de mercado.	Aquisição de frota de Caminhões-Agências para melhorar atendimento: 0,7 (adesão forte)
			B4	0,9	0,7	A expansão dos negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina, bem como a criação do Banco Itaú BMG Consignado S.A., voltado para a oferta, distribuição e comercialização de créditos consignados no Brasil, com oferta de produtos e serviços integrados, expansão dos negócios nos municípios brasileiros, são todas ações que visam aumentar as vendas de produtos e serviços existentes em mercados existentes. Portanto, estão alinhadas com a estratégia de penetração de mercado.	Expansão de negócios de automação bancária na América Latina: 0,7 (adesão forte). Criação do Banco Itaú BMG Consignado: 0,7 (adesão forte)
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
	2013	Penetração de mercado	B1	0,7	0,7	As parcerias estratégicas para a distribuição de serviços financeiros podem ser consideradas como uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Firmou parcerias estratégicas para a distribuição de serviços financeiros: 0,7 (adesão forte).

			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B4	0,3	0,3	A internacionalização de um banco pode ser considerada uma estratégia de desenvolvimento de mercado ou de penetração de mercado. Neste caso, a pontuação de adesão é intermediária	Iniciou a internacionalização do Itaú Unibanco
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
	2014	Penetração de mercado	B1	0,7	0,7	A parceria com a Votorantim Finanças e o Banco Votorantim ("BV") para a ampliação da capacidade comercial e de prospecção de novos negócios por correspondentes bancários, com foco em Crédito Consignado, pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior	Firmou parceria com a Votorantim Finanças e o Banco Votorantim para ampliar a capacidade comercial e focar em Crédito Consignado: 0,7 (adesão forte.
			B2	0,3	0,7	O início do funcionamento nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, do atendimento eletrônico por meio de comando de voz no Fone Fácil Bradesco, pode ser considerado uma estratégia de penetração de mercado, pois visa melhorar a experiência do cliente e aumentar a satisfação dos clientes existentes. No entanto, a ação não visa diretamente aumentar as vendas de produtos ou serviços	Iniciou o atendimento eletrônico por comando de voz em novos estados: 0,7 (adesão forte)

			B3	0,9	0,7	A continuidade do projeto de expansão de rede, facilitando o acesso da população aos seus serviços e produtos, alcançando novos mercados e promovendo a inclusão bancária, pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. Além disso, a iniciativa pioneira da Caixa para atender às comunidades ribeirinhas e de localidades distantes, com a inauguração da segunda agência barco, é uma ação que visa aumentar o acesso a produtos e serviços bancários para comunidades que estão atualmente excluídas do sistema financeiro.	Expansão de rede, incluindo a inauguração de uma agência barco para atender comunidades remotas: 0,7 (adesão forte)
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B5	0,7	0,7	A inauguração de um posto de atendimento na comunidade de Paraisópolis, em São Paulo, uma comunidade de baixa-renda em São Paulo, pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. Além disso, a iniciativa visa atender a uma comunidade que está atualmente excluída do sistema financeiro.	Inaugurou um posto de atendimento em uma comunidade de baixa renda: 0,7 (adesão forte)
	2015	Penetração de mercado	B1	0,7	0,7	Os investimentos no Pilar Atacado, incluindo a instalação de uma nova agência Corporate em Campinas (SP), podem ser considerados uma estratégia de penetração de mercado, pois visam aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Investimentos na expansão e adequação de instalações para atendimento a médias e grandes empresas: 0,7 (adesão forte).
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão

			B4	0,7	0,7	A fusão com o CorpBanca pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a participação do banco em um mercado existente. No entanto, também pode ser considerada uma estratégia de diversificação, pois visa aumentar a atuação do banco em novos mercados e segmentos	Investimentos na expansão e adequação de instalações para atendimento a médias e grandes empresas: 0,7 (adesão forte).
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão
	2016	Penetração de mercado	B1	0,7	0,7	A assinatura de acordo para a continuidade da distribuição de produtos e serviços do BB na rede de atendimento da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Correios) pelo prazo de até 36 meses pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Acordo para a continuidade da distribuição de produtos e serviços na rede de atendimento dos Correios: 0,7 (adesão forte).
			B2	0,7	0,7	A inauguração da segunda Agência Digital, voltada para clientes que costumam utilizar, exclusivamente, os canais digitais para suas operações, pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. Além disso, a agência oferece atendimento em horário estendido, o que pode ajudar a aumentar a conveniência para os clientes.	Inauguração da segunda Agência Digital voltada para clientes que utilizam canais digitais: 0,7 (adesão forte).
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).

			B4	0,7	0,7	A aquisição de Ações e quotas do Banco Credicard S.A. (“Credicard”) e da Credicard Promotora de Vendas Ltda. (“Credicard Promotora”) pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a participação do banco em um mercado existente. No entanto, também pode ser considerada uma estratégia de desenvolvimento de mercado, pois visa expandir o mercado para um novo segmento de clientes.	Aquisição de ações e quotas do Banco Credicard e da Credicard Promotora: 0,7 (adesão forte).
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
	2017	Penetração de mercado	B1	0,1	0,1	O banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
	2018	Penetração de mercado	B1	0,1	0,1	O banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).

			B2	0,7	0,7	A parceria estratégica com a RCB Investimentos S.A. (“RCB”), uma das principais empresas do mercado de gestão e recuperação de créditos no Brasil, e com sua controladora PRA Group Brazil Investimentos e Participações, empresa do PRA Group Inc., pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a participação do banco em um mercado existente. O início do modelo de atendimento por Plataformas Digitais, que atendem clientes dos Segmentos Exclusive e Prime convidados pelo Banco e os que solicitaram a migração para as unidades em função do seu perfil de relacionamento ser prioritariamente digital, também pode ser considerado uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Firmou parceria estratégica com empresas do mercado de gestão e recuperação de créditos: 0,7 (adesão forte) Iniciou modelo de atendimento por Plataformas Digitais: 0,7 (adesão forte) Aprovou a incorporação de outras instituições financeiras: 0,7 (adesão forte).
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B5	0,7	0,7	A expansão da rede de lojas Agro em todo o país e a oferta de uma gama completa de produtos e serviços voltados para o setor podem ser consideradas estratégias de penetração de mercado, pois visam aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior.	Expansão da rede de lojas Agro e oferta de produtos para o agronegócio: 0,7 (adesão forte). Com base nas informações fornecidas, o Banco 2 demonstra uma adesão forte à estratégia de crescimento de penetração de mercado, pois adotou várias ações, como parcerias estratégicas, modelo de atendimento digital e incorporações de outras instituições financeiras.
	2019	Penetração de mercado	B1	0,7	0,7	A criação de 42 novas agências empresas pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. No entanto, a transformação de 333 agências de atendimento varejo em Postos de Atendimento Avançado (PAA) e de 49 PAA em agências, pode ser considerada uma estratégia de redução de custos, que pode ter um impacto	Criação de novas Agências Empresas: 0,7 (adesão forte). Transformação de agências de atendimento varejo em Postos de Atendimento Avançado (PAA): 0,7 (adesão forte).

						negativo na penetração de mercado. A transformação de agências em PAA pode reduzir a disponibilidade de produtos e serviços para os clientes, o que pode levar à perda de clientes. A transformação de PAA em agências pode aumentar a disponibilidade de produtos e serviços para os clientes, mas não é suficiente para compensar a perda de clientes causada pela transformação de agências em PAA	
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B5	0,7	0,7	A ampliação das lojas especializadas da unidade de negócios Prospera Santander Microfinanças e das Lojas Agro pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. A Prospera Santander Microfinanças é uma unidade de negócios do Santander que oferece produtos e serviços financeiros para microempreendedores e pequenos negócios. As Lojas Agro são lojas especializadas em produtos e serviços financeiros para o agronegócio. A ampliação dessas lojas pode ajudar o banco a atingir novos clientes e aumentar a sua participação em mercados específicos.	Ampliação das lojas especializadas em microfinanças e do setor de agronegócio: 0,7 (adesão forte).
	2020	Penetração de mercado	B1	0,1	0,1	O banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)

			B3	0,7	0,7	A criação de uma unidade executiva dedicada exclusivamente à estratégia de clientes da baixa renda pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a participação do banco em um mercado existente. A criação de uma unidade executiva específica para esse segmento pode ajudar o banco a desenvolver produtos e serviços mais adequados às necessidades desse público, além de investir em estratégias de marketing e vendas que sejam mais eficazes para atingir esse público.	Criação de uma unidade executiva dedicada à estratégia de clientes de baixa renda: 0,7 (adesão forte).
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
	2021	Penetração de mercado	B1	0,1	0,1	O banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B2	0,7	0,7	A celebração de um contrato de Prestação de Serviços de Intermediação, Captação, Indicação e Manutenção de Estabelecimentos Comerciais (“Contrato” ou “Transação”) com sua coligada, Cielo S.A. (“Cielo”), pode ser considerada uma estratégia de penetração de mercado, pois visa aumentar a distribuição de produtos e serviços para um público maior. O contrato permite ao banco oferecer seus produtos e serviços por meio da rede de maquinetas da Cielo. Isso pode ajudar o banco a atingir novos clientes e aumentar a sua participação em mercados específicos.	Celebrou contrato de Prestação de Serviços com a coligada Cielo: 0,7 (adesão forte).
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).

			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão).
	2022	Penetração de mercado	B1	0,1	0,1	O banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B2	0,1	0,1	O banco 2 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)
			B4	0,7	0,7	Com uma nova experiência para pequenas empresas, criou os Centros de Negócios. Esses centros oferecerão diversos especialistas no mesmo espaço físico, o que permite aumentar a oferta de produtos em um mercado específico..	Os centros de negócios irão assegurar um ambiente bancário completo (adesão forte).
			B5	0,1	0,1	O banco 5 não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado. Portanto, não é possível atribuir uma pontuação de adesão a esse caso	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de penetração de mercado: 0,1 (não adesão)

Avaliar o grau de pertinência de cada caso dentro do conjunto de casos litados abaixo, sobre a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto adotada. As pontuações de adesão (pertencimento) variam de 0,1 a 0,9. Pontuação de 0,1 indica não adesão. Pontuação de 0,3 indica baixa adesão. Pontuação de 0,5 (ponto de cruzamento) indica ambiguidade	2011	Desenvolvimento de produto	B1	0,9	0,7	O banco 1 apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O lançamento de novas linhas de cartões, como o Ourocard Visa Travel Money. A expansão da base de cartões. A adoção de metodologias de análise de crédito com alto grau de automatização. A implementação de soluções como racionalização dos processos de vendas, revisão do modelo de suporte operacional, implementação de sistema integrado de logística, instalação de complexo Datacenter e implementação de nova Governança de TI. Eessas ações visam a oferecer novos produtos e serviços aos clientes, a melhorar a eficiência operacional e a aumentar a competitividade do banco.	Banco 1 em 2011: A descrição destaca a automação, certificação ISO e inovação em serviços. Isso é altamente relevante para uma estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B2	0,7	0,3	O banco 2 apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: A aquisição da compra do Ibi México e da RFS Human Management. O processamento dos cartões de crédito do emissor, nas bandeiras Visa e Mastercard, passou a ser efetuado pela subsidiária Fidelity Processadora e Serviços S.A. Registrou mais de 78 parceiros com cartões co-branded, afinidade e private label/híbridos. A oferta de cartões de crédito a esse público integra a estratégia de relacionamento com o cliente. Essas ações visam a expandir o mercado do banco, a oferecer novos produtos e serviços aos clientes e a aumentar a competitividade do banco.	Banco 2 em 2011: O caso menciona aquisições e inovação tecnológica. No entanto, as informações não detalham especificamente o desenvolvimento de produtos.

máxima se um caso está mais dentro ou mais fora do conjunto em questão. Pontuação de 0,70 indica que tem uma adesão forte, mas não plena adesão. Pontuação de 0,9 indica adesão plena. Pode ser atribuída a mais de um caso a mesma pontuação.			B3	0,7	0,7	O banco 3 apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O início da comercialização da Mega-Sena em ambiente virtual, por meio do Internet Banking CAIXA. O lançamento do programa "Tem Mais CAIXA", que foi desenvolvido com base em ferramentas de inteligência de mercado e customer relationship management ("CRM"). A criação da cesta de serviços pelo Internet Banking CAIXA. O lançamento da Folha CAIXA Web. O Pagamento Eletrônico CAIXA. O serviço de liquidação eletrônica, composto de depósito eletrônico e alvará eletrônico. Essas ações visam a oferecer novos produtos e serviços aos clientes, a melhorar a eficiência operacional e a aumentar a competitividade do banco.	Banco 3 em 2011: A descrição destaca a comercialização de produtos em ambiente virtual e programas para oferta de produtos de seguridade. Isso se relaciona diretamente com uma estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B4	0,7	0,3	O banco 4 apresentou ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: A criação da primeira conta corrente exclusivamente eletrônica, a iConta. A implantação projeto de biometria Essas ações visam a melhorar a eficiência operacional e a aumentar a competitividade do banco.	Banco 4 em 2011: O caso menciona simplificação de formulários e implantação de tecnologia, mas não especificamente o desenvolvimento de novos produtos.
			B5	0,9	0,7	O banco 5 apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O lançamento de um cartão que oferece crédito em moeda de uma parte dos valores gastos pelos clientes em seus cartões de crédito ("cash back"). As primeiras experiências de venda de seguros on-line.	Banco 5 em 2011: O caso menciona o lançamento de um cartão que oferece crédito em moeda, experiências de venda de seguros online e outros produtos financeiros. Esses são exemplos de desenvolvimento de produtos.

						O lançamento do Canal Santander Responde. O produto Santander Conta Integrada, é uma solução financeira inovadora para pequenas e médias empresas. O Santander Light", um cartão de crédito com taxas de juros mais baixas que outros cartões. O primeiro Fundo de Capital Protegido Ouro no Varejo, que gerou captação de mais de R$ 300 milhões. Essas ações visam a oferecer novos produtos e serviços aos clientes, a melhorar a eficiência operacional e a aumentar a competitividade do banco.	
	2012	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,9	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e aquisições de empresas. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da inovação.	A descrição menciona várias iniciativas de desenvolvimento de produtos, como o sistema de comércio eletrônico, cartões de múltipla função e parcerias para ampliação de soluções, o que indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B2	0,7	0,7	Apresentou ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: A comercialização de cartão de Crédito Bradesco Visa Nacional Básico/Standard. O desenvolvimento de um sistema informatizado para aprimorar o controle das obrigações e planos de ação firmados com os clientes. O lançamento do Pague Bradesco e do Net Empresa Celular. Essas ações visam a melhorar a eficiência operacional do banco e a aumentar a satisfação do cliente.	O caso descreve principalmente melhorias nos serviços existentes, como o sistema informatizado para controle de obrigações. Embora não haja menção direta a novos produtos, algumas melhorias podem se encaixar em uma estratégia de desenvolvimento de produto.
			B3	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e reduções nas taxas de juros. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de produtos e serviços competitivos.	A descrição destaca o lançamento de novos produtos, como o Cartão Universitário e reduções nas taxas de juros em cartões de crédito. Isso se relaciona diretamente com uma estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não apresenta nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.

			B5	0,9	0,7	Apresentou um portfólio de ações de desenvolvimento de produto focadas em inovação e na melhoria da experiência do cliente. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da criação de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	A descrição menciona o lançamento de novos produtos, como o crédito imobiliário com prazo de 35 anos. Isso indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
	2013	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e parcerias estratégicas. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da inovação.	A descrição menciona várias iniciativas relacionadas ao desenvolvimento de produtos, como ampliação da distribuição de produtos e serviços, portfólio de seguros, planos de previdência, tecnologia assistiva e uso consciente do crédito. Essas ações demonstram uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B2	0,8	0,6	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve várias melhorias nos serviços e canais, incluindo o Bradesco Home Broker Universitário e a emissão de cartões de débito com tecnologia NFC. Embora não haja menção direta a novos produtos, essas melhorias podem estar relacionadas a uma estratégia de desenvolvimento de produto.
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não apresenta nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.
			B4	0,7	0,3	Apresentou uma ação que pode ser considerada de desenvolvimento de produto, que foi o acordo de parceria estratégica de suas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços para a Oki Electric Industry Co. Ltd. (“Oki”). Essa ação visa a melhorar a eficiência operacional do banco.	O caso menciona um acordo de parceria estratégica, mas não fornece detalhes sobre como isso se relaciona com o desenvolvimento de produtos.
			B5	0,8	0,7	Apresentou um portfólio de ações de desenvolvimento de produto focadas em inovação e na melhoria da experiência do cliente. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	A descrição menciona várias iniciativas relacionadas ao desenvolvimento de produtos, como parcerias para pagamento por dispositivos móveis, novo segmento de alta renda, e lançamento de produtos para acesso a mercados externos. Isso indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.

	2014	Desenvolvimento de produto	B1	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e parcerias estratégicas. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da inovação e da expansão do mercado.	O caso menciona várias iniciativas relacionadas ao desenvolvimento de produtos e serviços, como a consolidação das redes de TAA, inovação em produtos e reconhecimento público pela inovação. Isso indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B2	0,8	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve várias inovações, como depósito de cheque via smartphone, pagamento por aproximação e outras melhorias em serviços bancários. Essas ações demonstram uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B3	0,6	0,6	Melhoria da experiência do cliente, como a adoção da biometria e a recarga de cartões por aproximação. A expansão do mercado, como a melhoria da conexão com a Empresa. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente e a expandir o mercado	O caso menciona melhorias no site e a adoção de biometria, o que pode estar relacionado a aprimoramentos de produtos e serviços.
			B4	0,7	0,7	Apresentou um portfólio de ações de desenvolvimento de produto focado em inovação e na melhoria da experiência do cliente. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O caso menciona a implantação de novas plataformas de atendimento e o lançamento de aplicativos inovadores, indicando uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B5	0,8	0,7	Melhoria da experiência do cliente, com acesso por CPF ao Mobile, ao Internet Banking e ao Call Center. A inovação em produtos e serviços, com a aquisição da Super Pagamentos e o Conta Combinada. Além do lançamento de fundos que investem em ações globais. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente, aumentar a eficiência operacional do banco.	O caso menciona várias ações relacionadas ao desenvolvimento de produtos, como a construção de um novo centro de dados, lançamento de aplicativo de mobile banking, aquisição de plataformas digitais e foco no desenvolvimento de relações com clientes. Isso indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.

	2015	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,7	Apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O lançamento de uma nova solução tecnológica para o Pronaf. A adesão ao Fatca e à política específica de Responsabilidade Socioambiental. A disponibilização de simulações de financiamento de veículos e leasing de veículos no autoatendimento. O desenvolvimento de um termo de autorização para recebimento de e-mail. Essas ações visam a melhorar a eficiência operacional do banco, a aumentar a satisfação do cliente e a expandir o mercado	O caso menciona várias iniciativas relacionadas ao desenvolvimento de produtos e serviços, como soluções tecnológicas para parceiros, adesão a regulamentações internacionais e políticas de responsabilidade socioambiental. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B2	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve várias inovações no Internet Banking, como aquisição online de títulos, aumento de limites de transferência e outros serviços, bem como parcerias estratégicas com empresas de pagamentos. Isso indica uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos.
			B3	0,6	0,6	Apresentou ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O lançamento do aplicativo Bolsa Família para celular. O início do serviço de carteira eletrônica, denominado Caixa MasterPass. O lançamento do cartão Construcard Caixa com chip na bandeira Elo. A automatização do processo de registro de informações sobre as atividades de Controles Internos. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente.	O caso menciona lançamento de aplicativos, carteira eletrônica e novos produtos, bem como a automatização de controles internos. Essas ações podem estar relacionadas ao desenvolvimento de produtos e serviços.
			B4	0,8	0,7	O reconhecimento pelas principais publicações do mercado de Private Bank. O início da operação de uma nova rede de pagamentos eletrônicos. A aquisição de 50% do capital social da ConectCar Soluções de Mobilidade Eletrônica S.A. (“ConectCar”). São ações que visam melhorar a experiência do cliente e a expandir o mercado, com novos produtos.	O caso menciona reconhecimentos do mercado de Private Bank e a operação de uma nova rede de pagamentos eletrônicos. Essas ações podem estar relacionadas ao desenvolvimento de produtos financeiros.

			B5	0,7	0,7	Apresentou um portfólio de ações de desenvolvimento de produto focado na melhoria da experiência do cliente e na expansão do mercado. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O caso descreve o lançamento de um novo aplicativo para clientes pessoa física, a implementação de biometria em caixas eletrônicos e o lançamento do Santander Negócios & Empresas. Ações aderentes à estratégia de desenvolvimento de produtos.
	2016	Desenvolvimento de produto	B1	0,9	0,7	Apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O desenvolvimento de inovação em gestão de riscos socioambientais e produtos relacionados à Economia Verde. O desenvolvimento de modelos de negócio para acelerar a transição para a Economia Verde. Essas ações visam a diversificar os negócios do banco e a atender a novas demandas do mercado.	O caso menciona o desenvolvimento de produtos relacionados à Economia Verde, como agricultura sustentável e gestão de florestas, e modelos de negócio para acelerar a transição para a Economia Verde. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos alinhados com questões socioambientais.
			B2	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve o lançamento de várias inovações, como o aplicativo Bradesco Cartões, que oferece serviços relacionados a cartões de crédito, o App Bradesco Trading e o Poupa Troco Bradesco. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos financeiros e serviços.
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não menciona estratégias específicas de desenvolvimento de produto. Portanto, não é possível avaliar a aderência a essa estratégia com base nas informações fornecidas.
			B4	0,1	0,1	O banco 4 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não menciona estratégias específicas de desenvolvimento de produto. Portanto, não é possível avaliar a aderência a essa estratégia com base nas informações fornecidas.

			B5	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, focado na melhoria da experiência do cliente, no aumento da eficiência operacional e na expansão do mercado. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O caso descreve várias ações relacionadas ao desenvolvimento de produtos, como o Santander AutoCompara, melhorias na experiência do usuário, o ContaSuper (cartão pré-pago), um novo portal de recursos humanos e a plataforma +negócios. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos e serviços inovadores.
	2017	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,7	Apresentou a seguinte ação que pode ser considerada de desenvolvimento de produto: O lançamento do App Ourocard. Essa ação visa a melhorar a experiência do cliente.	O caso menciona o lançamento do App Ourocard, indicando o desenvolvimento de um novo produto ou serviço relacionado aos cartões do banco. Essa ação está alinhada com a estratégia de desenvolvimento de produtos financeiros.
			B2	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve várias ações, incluindo a expansão do atendimento BIA (Bradesco Inteligência Artificial), criação da plataforma digital do Bradesco, nova versão do App Bradesco Agronegócio, cartão de crédito Virtual, transações sem cartão com autenticação de biometria, compra de moedas estrangeiras em máquinas de autoatendimento e mais. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos e serviços inovadores.
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não menciona estratégias específicas de desenvolvimento de produto.
			B4	0,3	0,7	Iniciou uma nova fase de diversificação do portfólio de investimentos. Essa ação pode ser considerada de desenvolvimento de produto, pois visa a expandir o mercado do banco. No entanto, a ação é menos significativa do que as ações dos outros bancos, pois não está diretamente relacionada à melhoria da experiência do cliente ou ao aumento da eficiência operacional.	O caso menciona uma nova fase de maior diversificação do portfólio de investimentos. Isso sugere uma abordagem de desenvolvimento de produtos para investidores.

			B5	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, focado na melhoria da experiência do cliente, no aumento da eficiência operacional e na expansão do mercado. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O caso descreve várias ações, como o lançamento do Atendimento Digital Empresas, Santander Pass (solução de pagamento por aproximação), aquisição da Ipanema Empreendimentos e Joint venture com a HDI Seguros. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos e serviços diversificados e inovadores.
	2018	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,7	Apresentou as seguintes ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto: A contratação digital de Crédito Imobiliário PF via App BB. A evolução tecnológica das plataformas de investimentos. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente e a aumentar a eficiência operacional.	O caso menciona a contratação digital de Crédito Imobiliário e a evolução tecnológica das plataformas de investimentos. Isso sugere uma aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos financeiros digitais.
			B2	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente e da expansão do mercado.	O caso descreve várias ações, incluindo a criação de Plataformas Especializadas para atendimento a órgãos governamentais, meios de pagamento digitais, biometria de voz, aquisição do HSBC Brasil e expansão do portfólio de cartões. Essas ações indicam uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos diversificados e inovadores.
			B3	0,1	0,1	O banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de produto.	O caso não menciona estratégias específicas de desenvolvimento de produto.
			B4	0,7	0,7	Apresentou diversas ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto, incluindo: O aumento do uso dos canais digitais. A implantação de uma plataforma aberta de seguros. O lançamento da família de “maquininhas de cartão” Pop Credicard. O lançamento da agência digital para microempresas. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente, aumentar a eficiência operacional.	O caso menciona a utilização de canais digitais, abertura de contas pelo aplicativo Abreconta, plataforma aberta de seguros e outras iniciativas. Essas ações indicam uma aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e diversificação de serviços.

			B5	0,7	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, focado na melhoria da experiência do cliente, no aumento da eficiência operacional e na expansão do mercado. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O caso menciona o lançamento de uma nova assistente virtual com inteligência artificial, uma nova plataforma online de investimentos e a disponibilização de produtos e serviços em todos os canais. Essas ações demonstram uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e à conveniência do cliente.
	2019	Desenvolvimento de produto	B1	0,7	0,7	Apresentou as seguintes ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto: A instalação de novos Terminais Recicladores. O pagamento a débito por meio de soluções mobile. O lançamento do Ourocard-e. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente e a aumentar a eficiência operacional	O banco instalou novos Terminais Recicladores e ofereceu soluções de pagamento a débito por meio de cartões físicos e virtuais, demonstrando uma aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos inovadores relacionados a pagamentos.
			B2	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, incluindo novos produtos e serviços, melhorias em produtos existentes e a adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da melhoria da experiência do cliente, da expansão do mercado e do aumento da eficiência operacional.	O banco incorporou o Banco Bradesco Cartões S.A. e apresentou uma série de ações, incluindo aumento no volume de transações, ampliação da solução de Open Banking, parceria com a Apple para uso de cartões Bradesco no Apple Pay e serviços como saques em Libras. Isso sugere uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos diversificados e inovadores.
			B3	0,8	0,3	Apresentou as seguintes ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto: O lançamento do aplicativo CAIXA Tem. O lançamento do crédito imobiliário IPCA. Essas ações visam a expandir o mercado e atender às necessidades de diferentes públicos.	O banco lançou o aplicativo CAIXA Tem e uma linha de crédito imobiliário atrelada ao IPCA. Embora haja inovações, as ações mencionadas parecem estar mais relacionadas a serviços bancários gerais do que ao desenvolvimento de produtos financeiros.
			B4	0,8	0,7	Apresentou as seguintes ações que podem ser consideradas de desenvolvimento de produto: A ampliação dos serviços prestados de forma digital. Essas ações visam a melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional.	O banco ampliou os serviços prestados de forma digital, incluindo o pagamento de pensionistas do INSS, depósito de cheque e recuperação de senha de cartões pelo aplicativo. Essas ações indicam aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e serviços bancários mais convenientes.

			B5	0,9	0,7	Apresentou um portfólio diversificado de ações de desenvolvimento de produto, focado na melhoria da experiência do cliente, na expansão do mercado e na adoção de novas tecnologias. Isso indica que o banco está comprometido com o crescimento de seus negócios por meio da oferta de novos produtos e serviços que atendam às necessidades dos clientes.	O banco lançou o WebCasas para contratar Crédito Imobiliário online, implementou metodologia "Ágil" de trabalho colaborativo e adquiriu a Getnet. Isso sugere uma forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais, soluções tecnológicas e expansão de serviços financeiros.
	2020	Desenvolvimento de produto	B1	0,8	0,7	Estimulou o uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento pela internet e celular, com ampliação do acesso para diversos perfis de clientes com atendimento por mensagem, além de realização de operações bancárias diretamente por aplicativo de mensagens para todos os clientes. Estas ações são alinhadas com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visam aumentar a eficiência e a escalabilidade dos negócios, além de melhorar a experiência do cliente.	O banco estimulou o uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento, com atendimento por mensagem e operações bancárias diretamente por aplicativo de mensagens. Isso demonstra uma aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e serviços bancários por meio de canais online.
			B2	0,9	0,9	Implementou jornadas digitais, melhorando a experiência dos clientes pessoa física e jurídica, e fortalecemos a orientação financeira como pilar da bancarização em todo o país, com isso, houve ampliação do número de clientes realizando atividades de banking e aumento significativo no número de transações pela internet banking e mobile. Além disso, o banco criou duas novas empresas no mercado de carteiras digitais e contas de pagamento. Estas ações são alinhadas com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visam aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios.	O banco implementou jornadas digitais, ampliou a orientação financeira, disponibilizou gerentes de conta para consultoria por áudio ou vídeo conferência e criou a NextJoy para menores de idade. Além disso, ingressou no mercado de Carteiras Digitais e Contas de Pagamento. Isso sugere forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos inovadores, digitais e diversificados.

			B3	0,7	0,9	Atuou no enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus (COVID 19), em especial através da operacionalização do auxílio emergencial, entre outros programas, e da concessão de crédito às micro e pequenas empresas. Estas ações são alinhadas com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visam atender às necessidades dos clientes em um momento de crise e aumentar a participação de mercado.	O banco teve um papel significativo no enfrentamento da pandemia, incluindo a operacionalização do auxílio emergencial e a concessão de crédito às micro e pequenas empresas. A plataforma digital remodelada para ampliar o acesso a serviços sociais e transações bancárias mostra forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais.
			B4	0,7	0,7	Remodelou processos financeiros, buscando trazer mais eficiência, padronização e automatização, com a implementação da mais moderna versão do ERP da SAP (SAP S4/Hana). Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a eficiência e a escalabilidade dos negócios.	O banco remodelou processos financeiros com foco na eficiência, padronização e automatização. Isso indica uma aderência à estratégia de melhoria dos processos internos e controles.
			B5	0,7	0,9	Lançou os sites “Superamos Juntos” e “O Santander te apoia”, que reuniram recursos e iniciativas relacionadas com o nosso negócio. Também foi lançado o SX, solução de pagamento instantâneo. Realizadas ofertas emergenciais em um hotsite. Lançado o +Fidelidade, um programa de fidelidade. Estas ações são alinhadas com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visam atender às necessidades dos clientes em um momento de crise, melhorar a experiência do cliente e aumentar a participação de mercado.	O banco lançou o SX, que se diferencia na solução de pagamento instantâneo, e realizou ofertas emergenciais, incluindo prorrogação de parcelas de crédito e descontos em seguros. Além disso, lançou o +Fidelidade, um programa de fidelidade. Essas ações indicam aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais, serviços financeiros e fidelização de clientes.
	2021	Desenvolvimento de produto	B1	0,9	0,9	Criou o Programa BB Investimentos Agro, que visa intensificar a atuação em linhas de investimentos relacionadas ao Agronegócio, com foco na inovação e na sustentabilidade. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios.	O banco criou o Programa BB Investimentos Agro com foco no agronegócio, inovação e sustentabilidade, além de melhorar a cultura organizacional voltada ao cliente. Essas ações demonstram aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos relacionados ao agronegócio e à melhoria da experiência do cliente.

			B2	0,7	0,7	Iniciou a transformação de agências em unidades de negócios, que possuem uma estrutura mais leve. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a eficiência e a escalabilidade dos negócios.	O banco iniciou a transformação de agências em unidades de negócios mais leves, reformulou o simulador de investimentos e expandiu o Pix. Isso mostra aderência à estratégia de inovação e melhoria na experiência do cliente.
			B3	0,9	0,9	Bateu a marca de R$ 1,8 bilhão em contratações pelo App Habitação desde a expansão da utilização do aplicativo. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios.	O banco expandiu canais de atendimento e serviços, incentivou o uso do aplicativo CAIXA Tem e introduziu a maquininha CAIXA Pagamentos. Centralizou a operacionalização de benefícios sociais no CAIXA Tem. Essas ações indicam aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais.
			B4	0,7	0,7	Disponibilizou no aplicativo um novo recurso para comprar um consórcio. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios.	O banco disponibilizou recursos para compra de consórcio no aplicativo e incentivou o uso de canais digitais devido à pandemia. Além disso, atualizou sua plataforma tecnológica e investiu em novas soluções. Isso mostra aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e melhorias na experiência do cliente.
			B5	0,9	0,9	Criou o Clique e Retire, um novo sistema de entrega física de cartões que oferece autonomia e agilidade ao permitir que os clientes optem por retirar seus cartões em máquinas de autoatendimento. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa melhorar a experiência do cliente. Além disso, o banco foi o primeiro mercado regulado de carbono brasileiro, no qual são negociados os Créditos de Descarbonização (CBIOs).	O banco criou o Clique e Retire, inovou no mercado de carbono brasileiro e lançou soluções de seguros de automóveis e financiamentos sustentáveis. Essas ações indicam forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos sustentáveis, digitais e inovadores.
	2022	Desenvolvimento de produto	B1	0,9	0,9	Desenvolveu, dentro do contexto de Open Banking e big data, um processo de precificação mais eficiente e personalizado. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a eficiência e a escalabilidade dos negócios, além de melhorar a experiência do cliente.	O banco desenvolveu um processo de precificação com base em modelos analíticos e estatísticos, com maior personalização de preços. Isso mostra aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos baseados em big data e personalização.

			B2	0,7	0,7	Firmou parceria estratégica com o Banco Votorantim S.A. para a formação de uma gestora de investimentos independente. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios.	O banco firmou parceria estratégica com o Banco Votorantim para formar uma gestora de investimentos independente e introduziu melhorias no App Bradesco, incluindo transformações na experiência do cliente e medidas de segurança. Isso demonstra aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos inovadores e focados na experiência do cliente.
			B3	0,9	0,9	O banco 3 passou a oferecer duas modalidades de microcrédito, para contratação diretamente no celular, através do aplicativo CAIXA Tem. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa aumentar a participação de mercado e o crescimento dos negócios, além de atender às necessidades dos clientes de forma mais simples e rápida.	O banco passou a oferecer duas modalidades de microcrédito diretamente pelo aplicativo CAIXA Tem, de forma 100% digital. Isso indica forte aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e inclusão financeira.
			B4	0,7	0,7	O banco 4 implantou uma nova experiência para os revendedores, com base em um intenso processo de descoberta realizado com os clientes. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa melhorar a experiência do cliente e aumentar a participação de mercado.	O banco implantou uma nova experiência para revendedores, incluindo uma linha de crédito e integração com o Banco Itaú digital, como parte de uma nova estratégia de varejo. Isso mostra aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos mais digitais e orientados ao cliente.
			B5	0,6	0,9	O banco 5 iniciou um processo digital de nova conta, para simplificar o processo de abertura de contas. Esta ação é alinhada com a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de produto, pois visa melhorar a experiência do cliente e aumentar a participação de mercado. A pontuação poderia ser um pouco maior, se o banco tivesse informado se a simplificação do processo de abertura de contas também incluiu a redução de custos para o banco	O banco iniciou um processo digital simplificado para a abertura de novas contas. Isso demonstra aderência à estratégia de desenvolvimento de produtos digitais e simplificação de processos.
Avaliar o grau de pertinência de cada caso dentro do conjunto de casos litados	2011	Desenvolvimento de mercado	B1	0,7	0,7	O banco realizou duas ações que se enquadram na estratégia de desenvolvimento de mercado: expansão geográfica (adquiriu bancos na Argentina) e expansão de canais (parcerias operacionais com varejistas).	Estabelecimento de parcerias operacionais para compartilhar canais de atendimento. Aquisição de bancos estrangeiros (EuroBank e Banco Patagonia) para apoiar o movimento de internacionalização das empresas brasileiras.

abaixo, sobre a estratégia corporativa de crescimento de desenvolvimento de mercado adotada. As pontuações de adesão (pertencimento) variam de 0,1 a 0,9. Pontuação de 0,1 indica não adesão. Pontuação de 0,3 indica baixa adesão. Pontuação de 0,5 (ponto de cruzamento) indica ambiguidade máxima se um caso está mais dentro ou mais fora do conjunto em questão. Pontuação de 0,70 indica que tem uma adesão forte, mas não plena adesão. Pontuação de 0,9 indica adesão plena. Pode ser atribuída			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,7	0,7	O banco implementou um plano estratégico para incrementar sua participação no mercado de crédito brasileiro. Isso pode ser considerado uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando crescer em um mercado já existente.	Implementou um plano estratégico para aumentar a participação no mercado de crédito brasileiro. Criou a Caixa Seguridade para entrar nos mercados de seguros, previdência, capitalização e consórcios.
			B4	0,3	0,3	O banco atuou em nichos específicos de mercado, mas não houve expansão geográfica ou de canais.	Atuação no mercado de pequenas e médias empresas, financiamento de veículos e crédito imobiliário, com foco no nicho Ultra Large (grandes empresas). O foco parece ser em segmentos de mercado específicos, mas não há menção clara de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,7	0,7	O banco manteve sua presença internacional e iniciou um processo de integração de áreas. Isso pode ser considerado uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando crescer em novos mercados e melhorar sua eficiência operacional.	Manutenção de presença internacional em Madri, Londres e Nova York. Início de um processo de integração das áreas de Corporate e Empresas.
	2012	Desenvolvimento de mercado	B1	0,9	0,9	O banco realizou uma série de ações que se enquadram na estratégia de desenvolvimento de mercado, incluindo expansão geográfica (ampliou sua presença internacional para 24 países), expansão de canais (diversificou seus canais de distribuição) e desenvolvimento de novos produtos ou serviços (adquiriu e incorporou instituições financeiras).	Ampliação da capacidade de distribuição de produtos e serviços no país. Aquisição e incorporação de instituições financeiras. Estabelecimento de parcerias estratégicas. Intensificação do processo de internacionalização. Foco na estratégia de expansão e fortalecimento da atuação internacional.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B4	0,7	0,7	O banco expandiu seus negócios para outros países da América Latina. Isso pode ser considerado uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando crescer em novos mercados.	Expansão de negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina.

a mais de um caso a mesma pontuação.			B5	0,3	0,3	A abertura de novas agências de private banking pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando atender a uma nova demanda de clientes. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviço.	Abertura de quatro novas agências de private banking. A estratégia se concentra em um nicho de mercado específico, mas não envolve uma expansão abrangente de mercado
	2013	Desenvolvimento de mercado	B1	0,7	0,7	O banco realizou duas ações que se enquadram na estratégia de desenvolvimento de mercado: expansão geográfica (intensificou sua presença internacional) e desenvolvimento de novos produtos ou serviços (adquiriu e incorporou instituições financeiras).	Adquiriu e incorporou instituições financeiras. Intensificou o processo de internacionalização.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado
			B5	0,7	0,7	A aquisição do Banco Real pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando crescer em novos mercados.	Adquiriu o Banco Real, demonstra clara estratégia de desenvolvimento de mercado.
	2014	Desenvolvimento de mercado	B1	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

			B3	0,3	0,3	Iniciou uma nova fase nas relações com seus clientes nas redes sociais. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando atender a uma nova demanda de clientes, que estão cada vez mais conectados. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Iniciou uma nova fase nas relações com os clientes nas redes sociais, disponibilizando aplicativos móveis e serviços de Internet Banking.
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,7	0,7	Revisou seu modelo de segmentação de clientes para atender a novas necessidades e desejos do mercado. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando melhorar sua eficiência operacional e atender a uma nova demanda de clientes. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica e na expansão de canais.	Revisou o modelo de segmentação de clientes, criou uma nova segmentação para clientes de alta renda (Santander Select), e abriu agências exclusivas para esse segmento.
	2015	Desenvolvimento de mercado	B1	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B2	0,7	0,3	Firmou um acordo operacional com a Casas Bahia para oferecer cartões de crédito e outros produtos financeiros relacionados à marca da Casas Bahia. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando atender a uma nova demanda de clientes, que são cada vez mais exigentes e buscam produtos e serviços personalizados.	Firmou acordo operacional para oferta de cartões de crédito e outros produtos financeiros relacionados à marca "Casas Bahia" pelo Bradesco. Baixa adesão, pois envolve uma parceria específica, mas não uma estratégia abrangente de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

	2016	Desenvolvimento de mercado	B1	0,7	0,3	O banco reorganizou sua rede de atendimento para atender a um novo perfil e comportamento dos clientes. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando se adaptar às mudanças do mercado e atender a uma nova demanda de clientes.	Reorganizou a rede de atendimento para se adequar ao novo perfil e comportamento dos clientes, com ênfase em serviços digitais e otimização de estruturas internas. Desativou algumas agências e transformou outras em postos de atendimento.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,9	0,7	O banco realizou uma série de ações que se enquadram na estratégia de desenvolvimento de mercado, seja por meio de expansão geográfica, de canais ou de novos produtos ou serviços.	Envolve uma série de iniciativas relacionadas à expansão de serviços e atuação em diferentes segmentos de mercado, incluindo o digital e pequenas e médias empresas.
	2017	Desenvolvimento de mercado	B1	0,7	0,7	O banco ocupou a 3ª posição no ranking ANBIMA, com 14,9% de participação de mercado, enquanto que em termos de distribuição de renda fixa, o BB-BI alcançou a 3ª posição, com 11,6% de participação de mercado. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando aumentar sua participação no mercado.	Ocupou a 3ª posição no ranking ANBIMA, com 14,9% de participação de mercado. Alcançou a 3ª posição em distribuição de renda fixa, com 11,6% de participação de mercado. Envolve ganho de participação de mercado, o que é um componente da estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B4	0,7	0,9	O banco adquiriu participação em vários negócios, incluindo bancos, empresas de recuperação de crédito e empresas de tecnologia bancária. Essa ação pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando expandir sua presença em diferentes áreas do mercado	Adquiriu participação em várias empresas, incluindo Recovery do Brasil Consultoria S.A., Banco BMG S.A., Banco Itaú BMG Consignado S.A., negócios de varejo conduzidos pelo Citibank no Brasil, Tecban - Tecnologia Bancária S.A., e Cibrasec – Companhia Brasileira de Securitização.

			B5	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
	2018	Desenvolvimento de mercado	B1	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B4	0,3	0,3	A parceria com a empresa Ticket pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua oferta de produtos e serviços para um novo público-alvo. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços	Iniciou uma parceria com a empresa Ticket. Baixa adesão, pois envolve uma parceria específica, mas não uma estratégia abrangente de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,9	0,7	A criação da Global Corporate Banking (GCB) pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando expandir sua presença no mercado de clientes corporativos. Essa ação é mais abrangente do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em segmentos específicos do mercado.	Criou a Global Corporate Banking (GCB) para atender clientes de alto porte que exigem serviços personalizados ou produtos de atacado com alto valor agregado.
	2019	Desenvolvimento de mercado	B1	0,3	0,7	A implementação de uma nova dinâmica de trabalho nas agências de varejo pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando melhorar sua eficiência operacional e atender a uma nova demanda de clientes. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Implementou uma nova dinâmica de trabalho em agências especializadas no atendimento de varejo. Patrocinou a Brasil Game Show (BGS) como parte da estratégia de rejuvenescimento da base de clientes.

			B2	0,7	0,7	A aquisição das operações do BAC Florida pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando expandir sua presença no mercado de clientes de alta renda nos EUA. Essa ação é mais abrangente do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em segmentos específicos do mercado.	Assumiu as operações do BAC Florida com o objetivo de ampliar a oferta de investimentos nos EUA aos clientes de alta renda e do Private Bank, além de outros serviços bancários.
			B3	0,3	0,7	A presença em 100% dos municípios brasileiros pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando atender a uma maior parcela do mercado. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviço.	Teve presença em 100% dos municípios brasileiros, o que envolve uma expansão geográfica abrangente para atender a todos os municípios do Brasil).
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,9	0,7	A expansão da operação no mercado de atacado pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua presença em um novo segmento do mercado. Essa ação é mais abrangente do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em segmentos específicos do mercado.	Expandiu a operação no mercado de atacado, oferecendo serviços a grandes empresas e aumentando as transações internacionais.
	2020	Desenvolvimento de mercado	B1	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,7	0,9	As parcerias com a CNP, Icatu e Tokio Marine podem ser consideradas uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua oferta de produtos e serviços para um novo público-alvo.	Concluiu acordos com CNP Assurances S.A., Icatu Seguros S.A. e Tokio Marine Seguradora S.A. Adesão plena, pois envolve parcerias estratégicas para explorar vários segmentos de mercado, incluindo seguros e previdência
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

			B5	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
	2021	Desenvolvimento de mercado	B1	0,7	0,7	A reorganização da rede de atendimento pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando melhorar sua eficiência operacional e atender a uma nova demanda de clientes. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Envolve uma reorganização para atender ao novo perfil de mercado e expandir as soluções digitais
			B2	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B3	0,7	0,7	A parceria estratégica pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua oferta de produtos e serviços para um novo público-alvo. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram na expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Realizou uma parceria estratégica com foco em segmentos específicos de negócios relacionados à adquirência para fortalecer sua atuação no mercado de meios de pagamento eletrônicos.
			B4	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
			B5	0,9	0,7	A expansão da rede comercial e o foco na sustentabilidade podem ser consideradas formas de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua presença em novos mercados, novos segmentos e novos públicos-alvo. Essas ações são mais abrangentes do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em segmentos específicos do mercado.	Envolve a criação de uma empresa especializada em atendimento remoto e a expansão geográfica com foco na sustentabilidade)
	2022		B1	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.

		Desenvolvimento de mercado	B2	0,7	0,7	A parceria estratégica pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua oferta de produtos e serviços para um novo público-alvo. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Envolve uma estratégia de expansão e atração de clientes de Private Bank do BNP Paribas
			B3	0,9	0,7	A abertura de agências em regiões desassistidas pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando ampliar sua presença em novos mercados. Essa ação é mais abrangente do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em segmentos específicos do mercado.	Envolve uma expansão geográfica para atender regiões desassistidas
			B4	0,7	0,7	A criação de uma estratégia de conteúdo robusta pode ser considerada uma forma de desenvolvimento de mercado, pois o banco está buscando melhorar sua comunicação com o público-alvo. No entanto, essa ação é mais limitada do que as ações dos outros bancos, que se concentraram em expansão geográfica, na expansão de canais ou no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.	Envolve o desenvolvimento de estratégia de conteúdo para aprimorar o relacionamento com clientes, através dos canais de mídia social.
			B5	0,1	0,1	O banco não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de desenvolvimento de mercado.
Avaliar o grau de pertinência de cada caso dentro do conjunto de casos litados abaixo, sobre a estratégia corporativa de crescimento de diversificação adotada. As	2011	Diversificação	B1	0,1	0,1	O Banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2011. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não há menção de estratégia de diversificação. Portanto, a pontuação é 0,1, indicando nenhuma adesão.
			B2	0,3	0,3	A disponibilização de uma nova versão do Internet Banking não é uma evidência de estratégia de diversificação. A empresa está apenas melhorando o seu produto ou serviço existente	O Banco 2 aperfeiçoou sua experiência de Internet Banking e adicionou inovações, mas não houve menção direta de diversificação em setores não relacionados. A melhoria de serviços existentes pode ser vista como uma forma de diversificação de produtos dentro do mesmo setor, mas a informação fornecida não é suficientemente clara para determinar se houve diversificação de mercado.

pontuações de adesão (pertencimento) variam de 0,1 a 0,9. Pontuação de 0,1 indica não adesão. Pontuação de 0,3 indica baixa adesão. Pontuação de 0,5 (ponto de cruzamento) indica ambiguidade máxima se um caso está mais dentro ou mais fora do conjunto em questão. Pontuação de 0,70 indica que tem uma adesão forte, mas não plena adesão. Pontuação de 0,9 indica adesão plena. Pode ser atribuída a mais de um caso a mesma pontuação.			B3	0,7	0,3	A fase piloto do projeto de pagamento de compras pelo celular é uma evidência de estratégia de diversificação. A empresa está entrando em um novo mercado, o de pagamentos móveis.	O Banco 3 iniciou a fase piloto do projeto de pagamento de compras pelo celular. Isso indica uma tentativa de diversificar os métodos de pagamento, mas a estratégia parece estar focada em seu mercado principal.
			B4	0,9	0,7	A expansão do portfólio de produtos é uma evidência de estratégia de diversificação. A empresa está oferecendo novos produtos, que não estão diretamente relacionados ao seu negócio principal.	O Banco 4 expandiu seu portfólio de produtos, incluindo laptops, desktops, servidores e um tablet. Essa expansão de produtos dentro do setor de tecnologia da informação pode ser considerada uma forma de diversificação de produtos.
			B5	0,7	0,7	O investimento em tecnologia e diversificação da oferta de produtos e serviços é uma evidência de estratégia de diversificação. A empresa está diversificando sua oferta de produtos e serviços, o que pode incluir novos mercados ou produtos não relacionados ao seu negócio principal.	O Banco 5 investiu em tecnologia e diversificou a oferta de produtos e serviços em vários segmentos. Isso indica uma estratégia de diversificação, embora não se saiba se essa diversificação é para setores não relacionados.
	2012	Diversificação	B1	0,1	0,1	O Banco 1 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2012. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2012.
			B2	0,3	0,7	A implantação de uma nova versão do Internet Banking e a inauguração do Bradesco Next são evidências de que o banco está investindo em tecnologia e inovação. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Aperfeiçoou sua experiência de Internet Banking e adicionou inovações notáveis, como a Tecla "A" – Acesso Rápido e o Pagamento Inteligente. Além disso, inaugurou o Bradesco Next e firmou parceria com o Google para soluções de divulgação na internet. Embora essas inovações estejam dentro do setor bancário, elas podem ser consideradas uma forma de diversificação de produtos e serviços dentro desse setor
			B3	0,1	0,1	O Banco 3 não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2012. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou menção de estratégia de diversificação.
			B4	0,9	0,7	A aquisição de 70% da empresa BioLogica Sistemas Ltda. é uma evidência de que o banco está entrando em um novo mercado, o de software de biometria computacional e análise de sinais. Essa aquisição é uma indicação clara de que o banco está adotando uma estratégia de diversificação	O Banco 4 adquiriu 70% da empresa BioLogica Sistemas Ltda., que atua no desenvolvimento de software na área de Biometria Computacional e Análise de Sinais. Essa aquisição representa uma forma de diversificação, já que envolve uma área de atuação diferente do setor bancário.

			B5	0,7	0,9	A participação em um dos maiores projetos de mobilidade urbana, a parceria com a Raizen Combustíveis S.A. e a parceria com a VIVO S.A. são evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas parcerias podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	O Banco 5 esteve envolvido em uma série de iniciativas, incluindo projetos de mobilidade urbana, parcerias com várias empresas, lançamento de portal de viagens e acordos comerciais. Essas ações indicam uma diversificação de mercado, pois estão além do escopo tradicional dos serviços bancários.
	2013	Diversificação	B1	0,9	0,7	A criação de uma nova sociedade anônima para operar planos odontológicos é uma evidência de que o banco está entrando em um novo mercado, o de saúde. Essa iniciativa é uma indicação clara de que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Iniciou uma nova sociedade anônima para desenvolver e comercializar planos odontológicos sob a marca BB Dental. Embora isso ainda esteja relacionado ao setor de serviços financeiros, a introdução de serviços de planos odontológicos pode ser considerada uma forma de diversificação de produtos dentro do mesmo setor.
			B2	0,3	0,9	A inclusão de uma chave de segurança integrada ao celular, o desenvolvimento do primeiro aplicativo para "Google Glass" e o lançamento do programa Meu Doutor são todas iniciativas de inovação. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Realizou várias inovações, incluindo a inclusão de chave de Segurança (Token) integrada ao celular e o desenvolvimento de um aplicativo para "Google Glass". Além disso, lançou o programa Meu Doutor e o Portal Sociedade de Negócios. Essas ações indicam uma forte diversificação em termos de produtos e serviços inovadores, muitos dos quais estão além do escopo tradicional de serviços bancários
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2013. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou menção de estratégia de diversificação em 2013
			B4	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2013. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou menção de estratégia de diversificação em 2013
			B5	0,7	0,7	A celebração de acordos comerciais com a Sodexo e a Embratec e o investimento acionário na Ambievo são evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Firmou acordos comerciais com a Sodexo e a Embratec e concluiu o investimento acionário na Ambievo. Essas ações indicam uma diversificação em setores não diretamente relacionados aos serviços bancários, como serviços de qualidade de vida e soluções sustentáveis.

	2014	Diversificação	B1	0,7	0,7	O investimento em negócios relacionados a programa de fidelidade por coalizão é uma evidência de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	explorou negócios relacionados a um programa de fidelidade por coalizão, permitindo que os clientes acumulem e resgatem pontos em diversos parceiros. Embora isso ainda esteja relacionado ao setor bancário, a introdução de um programa de fidelidade por coalizão representa uma forma de diversificação dentro do mesmo setor.
			B2	0,3	0,7	O lançamento do Bradesco Next é uma evidência de que o banco está investindo em inovação. No entanto, essa iniciativa não é suficiente para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Iniciou o InovaBra, um programa para incentivar projetos inovadores de startups que possam ser adaptados ao setor de produtos e serviços financeiros. Além disso, lançou o Bradesco Next com o objetivo de desenvolver novos serviços digitais. Essas ações indicam uma estratégia de diversificação, embora ainda estejam relacionadas ao setor bancário.
			B3	0,3	0,1	O início dos serviços na Nuvem é uma evidência de que o banco está investindo em tecnologia. No entanto, essa iniciativa não é suficiente para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Iniciou serviços na Nuvem, mas não está claro a partir das informações fornecidas se isso representa uma estratégia de diversificação.
			B4	0,7	0,7	A parceria comercial com a Bematech é uma evidência de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Firmou parceria com a empresa Bematech para oferecer soluções de automação comercial móvel e gestão de operações, que estão além do escopo tradicional dos serviços bancários. Isso representa uma forma de diversificação.
			B5	0,7	0,7	A parceria com a iZettle e a instalação de biometria digital nos caixas eletrônicos são evidências de que o banco está investindo em inovação. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Iniciou uma parceria com a iZettle para oferecer leitores de cartão de débito e crédito, bem como instalou a Biometria Digital nos caixas eletrônicos. Essas ações representam uma diversificação em relação aos serviços bancários tradicionais.
	2015	Diversificação	B1	0,7	0,7	A parceria com a Token Gestão de Contas de Pagamento S.A. é uma evidência de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essa iniciativa pode indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Firmou uma parceria com a Token Gestão de Contas de Pagamento S.A. para explorar atividades relacionadas à gestão de contas de pagamento e compras via débito. Embora isso ainda esteja relacionado ao setor bancário, a diversificação é evidente, envolvendo novos serviços e atividades.

			B2	0,9	0,9	A parceria estratégica com a IBM Brasil, o início do 2º ciclo do programa de inovação aberta, o projeto Carro Conectado, o novo aplicativo Bradesco Seguros para iPad e a aquisição do HSBC Bank Brasil S.A. são todas evidências de que o banco está adotando uma estratégia de diversificação. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento, tanto no mercado financeiro quanto em outros setores.	Firmou parceria estratégica com a IBM Brasil, iniciou o 2º ciclo do programa inovaBRA com startups, lançou o projeto Carro Conectado e adquiriu 100% do HSBC Bank Brasil S.A. – Banco Múltiplo. Essas ações representam uma diversificação significativa em termos de novos modelos de negócios, produtos e serviços e na aquisição de uma instituição financeira
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2015. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
			B4	0,3	0,7	O início do atendimento pelo canal mobile e a inauguração das Agências Digitais são evidências de que o banco está investindo em inovação. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Iniciou o atendimento pelo canal mobile, teve a maioria das transações realizadas pelos canais digitais e inaugurou as Agências Digitais. Essas ações representam uma diversificação em termos de canais de atendimento e modelos de relacionamento com os clientes.
			B5	0,7	0,7	A oferta de diversas soluções de financiamentos estruturados e o lançamento do Produzindo Certo são evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Ofereceu soluções de financiamentos estruturados, lançou o programa Produzindo Certo e firmou parceria com várias empresas. Essas ações representam uma diversificação em termos de soluções financeiras e parcerias com diferentes setores.
	2016	Diversificação	B1	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2016. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2016.
			B2	0,3	0,7	O uso do Touch ID, a possibilidade de realizar compras no ShopFácil.com pelo Facebook Messenger e a pulseira para pagamentos são todas evidências de que o banco está investindo em inovação. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Iniciou o uso do Touch ID, permitindo que os clientes associem sua impressão digital a uma senha de 4 dígitos para acesso às contas pelos aplicativos. Além disso, ofereceu a possibilidade de realizar compras por meio do Facebook Messenger e introduziu a Pulseira para Pagamentos. Essas ações representam uma diversificação em termos de tecnologia e canais de pagamento,

			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2016. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2016.
			B4	0,7	0,7	A parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços com a BR Automação e a parceria com a Icarros para oferecer uma plataforma digital com financiamentos de veículos são evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Iniciou uma parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial, além de parcerias com a Icarros para implementar uma Plataforma Digital. Essas ações representam uma diversificação em termos de atividades e parcerias além dos serviços bancários tradicionais.
			B5	0,7	0,9	A aquisição da Super, uma alternativa de banco 100% digital, e a oferta de diversas soluções de financiamentos estruturados são evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Adquiriu a Super, um banco 100% digital, que oferece contas simplificadas e serviços financeiros simplificados, o que representa uma diversificação significativa em termos de modelo de negócios. Além disso, ofereceu diversas soluções de financiamentos estruturados, ampliando a oferta de serviços financeiros.
	2017	Diversificação	B1	0,3	0,7	A expansão do modelo digital é uma evidência de que o banco está investindo em inovação, mas não é suficiente para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Expandiu seu modelo digital com o objetivo de melhorar a experiência do cliente. Embora isso ainda esteja relacionado ao setor bancário, a expansão do modelo digital representa uma forma de diversificação no sentido de inovação e melhoria da experiência do cliente.
			B2	0,3	0,7	A parceria com o Waze e o fomento ao InovaBra Habitat são evidências de que o banco está investindo em inovação, mas não é suficiente para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Lançou o serviço de Assistência Dia e Noite da Bradesco Seguros em parceria com o Waze, permitindo que os usuários do aplicativo acionem o serviço. Além disso, o banco fomentou o InovaBra Habitat, um espaço de co-inovação. Essas ações representam uma diversificação em termos de parcerias e inovação.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2017. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.

			B4	0,3	0,9	O desenvolvimento de mais de 1.000 APIs, a participação em 100% das aplicações de blockchain desenvolvidas no Brasil, a consolidação de uma cloud privada e o uso de inteligência artificial e machine learning para ganho de eficiência operacional são todas evidências de que o banco está investindo em inovação. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Desenvolveu mais de 1.000 APIs, participou ativamente das aplicações de blockchain no Brasil, consolidou uma cloud privada e utilizou inteligência artificial e machine learning para ganho de eficiência operacional. Essas ações representam uma diversificação significativa em termos de tecnologia e inovação
			B5	0,7	0,9	A aquisição da totalidade das ações da Isban Brasil S.A. e da Produban Serviços de Informática S.A. (Empresas de Tecnologia), a melhoria da plataforma de tecnologia, a integração com o canal digital existente da Companhia, a introdução da ContaSuper para os clientes de alta renda, o lançamento de carteiras digitais, o aplicativo Santander Way, o primeiro app para compra de veículos 100% on-line, a expansão da plataforma +Neg e a criação da +Vezes são todas evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento.	Concluiu a aquisição de empresas de tecnologia, investiu em sistemas, modernizou infraestrutura e lançou uma série de iniciativas tecnológicas, incluindo carteiras digitais, aplicativos e plataformas de crédito. Essas ações representam uma diversificação significativa em termos de serviços financeiros e tecnologia.
	2018	Diversificação	B1	0,3	0,5	A implantação do IG-SEST e o lançamento da Pulseira Ourocard são evidências de que o banco está investindo em inovação e eficiência operacional. No entanto, essas iniciativas não são suficientes para indicar que o banco está adotando uma estratégia de diversificação.	Implantou o IG-SEST e lançou a Pulseira Ourocard, que faz parte das soluções Samsung Pay e Android Pay. Embora essas ações representem um esforço para melhorar a gestão, controle e transparência das informações, a inclusão da Pulseira Ourocard é uma inovação relacionada aos serviços financeiros
			B2	0,7	0,9	O lançamento do Next, a oferta de carteiras digitais para todos os smartphones, o início do programa Inovação global e a Plataforma 100% digital são todas evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços.	Lançou o Next, uma plataforma digital nativa voltada para um novo mercado de clientes, ofereceu carteiras digitais para todos os smartphones e iniciou um programa de inovação global. Além disso, iniciou a Plataforma 100% digital. Essas ações representam uma diversificação significativa em termos de modelo de negócios, inovação e público-alvo.

			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2018. Portanto, não há evidências de que o banco tenha adotado essa estratégia.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.
			B4	0,7	0,9	A aquisição de 49,9% da XP Investimentos é uma evidência de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essa iniciativa pode indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento no mercado de investimentos.	Concluiu a aquisição de 49,9% da XP Investimentos, o que representa uma diversificação significativa em termos de atuação no mercado financeiro.
			B5	0,7	0,9	A oferta de serviços por meio de call centers, o novo recurso para investimentos, o Santander AutoCompara, as joint ventures com a RCI e PSA, as parcerias de white-label com Hyundai, Subaru, Volvo e Chery, o One Pay FX e a Creditas são todas evidências de que o banco está diversificando sua oferta de produtos e serviços. Essas iniciativas podem indicar que o banco está buscando novas oportunidades de crescimento em diferentes segmentos.	Ofereceu aos clientes a oportunidade de fazer consultas, executar transações de pagamento e solicitar produtos e serviços por meio dos call centers da Companhia. Além disso, criou várias ferramentas e parcerias, incluindo joint ventures e parcerias de white-label com montadoras de automóveis. Essas ações representam uma diversificação significativa em termos de serviços financeiros e parcerias.
	2019	Diversificação	B1	0,9	0,9	Apresentou uma série de iniciativas de diversificação. Essas iniciativas demonstram um compromisso da instituição com a inovação e a expansão de suas operações. Em particular, a criação da ferramenta NBO e da Unidade Inteligência Analítica são exemplos de diversificação.	Demonstra plena adesão à estratégia de diversificação por meio de várias iniciativas de inovação, como a criação do NBO (Next Best Offer), o lançamento de novas soluções de meios de pagamento e a criação de unidades dedicadas à inteligência analítica e tecnologia. Além disso, sua presença no Vale do Silício e o estímulo ao intraempreendedorismo mostram um compromisso com a inovação.
			B2	0,7	0,7	Apresentou uma iniciativa de diversificação em 2019, com a criação da Ágora Investimentos. Essa iniciativa é um exemplo de diversificação horizontal, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir investimentos.	Criou a Ágora Investimentos, uma plataforma de investimentos digital, e investiu na capacitação de colaboradores com a Universidade Corporativa Bradesco. Embora essas iniciativas estejam relacionadas à expansão de serviços financeiros, a flexibilidade e agilidade demonstradas indicam uma certa diversificação.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2019.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação.

			B4	0,5	0,7	Implementou duas iniciativas de inovação em 2019: Mobile POS e Interactive Mirror. Essas iniciativas são importantes para a transformação digital do banco, mas não são exemplos de diversificação.	Implementou tecnologias como Mobile POS e Interactive Mirror e criou a plataforma ITI para pagamentos via QR Code. Essas ações estão relacionadas ao setor financeiro e tecnológico, mas também mostram esforços em diversificação tecnológica.
			B5	0,9	0,9	Apresentou uma série de iniciativas de diversificação, Essas iniciativas demonstram um compromisso da instituição com a inovação e a expansão de suas operações. Em particular, a criação da Santander Auto é um exemplo de diversificação.	Iniciou operações relacionadas a seguros digitais e implementou uma série de soluções tecnológicas, incluindo inteligência artificial, segurança cibernética e integração de sistemas. Essas ações indicam uma diversificação significativa, especialmente nas áreas de tecnologia e seguros.
	2020	Diversificação	B1	0,9	0,3	Permitir transferências e compras via WhatsApp é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de pagamento.	Permitiu transferências e compras via WhatsApp, o que pode ser considerado uma extensão de serviços financeiros. No entanto, essa iniciativa não demonstra uma diversificação significativa, pois ainda está dentro do setor financeiro tradicional.
			B2	0,9	0,9	As iniciativas de lançar o Apple Pay, a plataforma de benefícios Mimos e a assistente virtual BIA são exemplos de diversificação, pois expandem o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir novos serviços digitais.	Lançou o Apple Pay e integrou o next com as principais carteiras digitais do mercado. Além disso, introduziu a plataforma de benefícios Mimos e a BIA para oferecer uma variedade de produtos e serviços. Essas ações indicam uma forte adesão à estratégia de diversificação, expandindo significativamente sua oferta de serviços.
			B3	0,7	0,7	O App Auxílio Emergencial é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de governo.	Lançou o App Auxílio Emergencial e permitiu pagamentos por QR Code, o que demonstra alguma diversificação na oferta de serviços. No entanto, essas ações ainda estão fortemente ligadas ao setor financeiro.
			B4	0,7	0,9	A análise de oportunidades no setor não financeiro do Banco 4 é uma estratégia de diversificação, mas não há nenhuma iniciativa específica relatada.	Diversificou seu portfólio analisando oportunidades no setor não financeiro. Isso indica uma clara adesão à estratégia de diversificação, buscando investimentos fora do setor financeiro tradicional

			B5	0,9	0,7	As iniciativas de lançar novos negócios, como a Ben, o POS Digital, a solução de renegociação de dívida, o Copiloto Santander, a GENTE e a A PI DTVM são exemplos de diversificação, pois expandem o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir novos produtos e serviços digitais	Lançou novos negócios, como a Ben (empresa de benefícios), o POS Digital e uma solução de renegociação de dívida. Essas iniciativas demonstram uma diversificação em direção a serviços não financeiros, como benefícios e gerenciamento de negócios.
	2021	Diversificação	B1	0,7	0,3	A participação no SPI é uma iniciativa de inovação, mas não é um exemplo de diversificação. A parceria é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir investimentos	Teve participação no SPI e estabeleceu uma parceria sujeita à aprovação regulatória. Embora haja uma mudança na estratégia, as informações fornecidas não detalham o escopo da diversificação ou a amplitude das operações.
			B2	0,9	0,9	As iniciativas de transformação digital do Banco 2, como o Vilas Bradesco, o inovabra habitat, o be, o BRAIN, o CRM 2.0, o Open Finance, e o investimento em Cloud, são exemplos de diversificação, pois expandem o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir novos serviços digitais.	Implementou várias iniciativas, incluindo o Vilas Bradesco, reestruturação de canais, investimento em tecnologia (Cloud), estratégia omnicanal e outras inovações. Essas ações demonstram uma forte adesão à estratégia de diversificação, com expansão para além das operações tradicionais de banco.
			B3	0,7	0,3	O uso do App Auxílio Emergencial é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de governo. O Banco Digital CAIXA S.A. é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços bancários digitais.	Iniciou o uso do App Auxílio Emergencial e lançou o Banco Digital CAIXA S.A. para serviços sociais e bancários. No entanto, essas ações ainda estão principalmente dentro do setor financeiro.
			B4	0,7	0,9	A Associação Cubo Coworking Itaú é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de coworking. O serviço de veículo elétrico compartilhado é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de transporte.	Iniciou várias iniciativas, incluindo associação com o Cubo Coworking, serviços de veículos elétricos compartilhados e várias soluções de tecnologia, como Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay, e outras. Essas ações indicam uma forte adesão à estratégia de diversificação, abrangendo serviços além do setor financeiro tradicional.

			B5	0,9	0,9	As aquisições de duas empresas, a Solution4Fleet e a Car10, são exemplos de diversificação, pois expandem o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de locação e assinatura de veículos e um marketplace. A parceria com a Samsung é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de abertura de conta digital e empréstimos. O AgoNxt, a plataforma de pagamentos global, é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir serviços de pagamentos globais.	Adquiriu duas empresas, estabeleceu parcerias com a Samsung e Webmotors, lançou novas plataformas e serviços como o Car Delivery e Troca com Troco, e uniu as corretoras Pi e Toro Investimentos. Essas ações demonstram uma forte adesão à estratégia de diversificação, expandindo sua oferta de serviços para além do setor financeiro tradicional.
	2022	Diversificação	B1	0,7	0,7	O lançamento da Plataforma Broto é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços sustentáveis.	Aprimorou sua participação no Programa Climate Change, preparou os funcionários para o novo cenário e investiu na adaptação de processos e negócios. Além disso, lançou a Plataforma Broto, que parece indicar uma diversificação. Essas ações indicam uma adesão forte à estratégia de diversificação, mas as informações fornecidas não detalham totalmente o escopo da diversificação.
			B2	0,9	0,9	A implementação de plataforma avançada de negociação no Ágora Trader é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de investimento. A implementação do Cofre Virtual é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de câmbio. A aquisição de 49,99% do Banco Digio S.A. é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços digitais. A Ágora Plus é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de cashback e cupons	Implementou várias iniciativas, incluindo programas de incentivo, plataforma de negociação avançada, compra de moeda estrangeira, aquisição do Banco Digio, e a plataforma Ágora Plus. Essas ações demonstram uma forte adesão à estratégia de diversificação, expandindo seus serviços para além das operações tradicionais de banco.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2022.	Não apresentou nenhuma menção de estratégia de diversificação em 2022, com base nas informações fornecidas.

			B4	0,7	0,7	A parceria com a Orbia é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços para o agronegócio.	Firmou parceria com a Orbia para criar uma plataforma de negócios para o produtor rural. Embora isso indique uma expansão além do setor financeiro tradicional, as informações fornecidas não detalham totalmente o escopo da diversificação.
			B5	0,9	0,9	A aquisição da Solution4fleet é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de locação de veículos. A aquisição da Car10 é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de serviços automotivos. A criação de uma loja online é um exemplo de diversificação, pois expande o portfólio de produtos e serviços do banco para incluir produtos e serviços de comércio eletrônico.	Adquiriu a Solution4fleet, iniciou um processo de reformulação na forma de interação com os clientes, adquiriu a Car10 e criou uma loja online para atender continuamente aos clientes. Essas ações demonstram uma forte adesão à estratégia de diversificação, expandindo seus serviços para além do setor financeiro tradicional.
	2011	Digitalização	B1	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização forte e abrangente, com foco na expansão de canais alternativos, automação de processos e ganhos de eficiência.	Utilizou soluções automatizadas, ampliou a oferta de produtos por canais alternativos, e obteve a certificação ISO 20.000 em tecnologia
			B2	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização mais modesta, com foco na expansão da rede física e no desenvolvimento de parcerias.	Criação de postos de atendimento, aquisição de empresas e parcerias para venda de produtos financeiros, e o uso de leitura biométrica.
			B3	0,6	0,6	Apresenta uma estratégia de digitalização que se concentra em um único produto ou serviço.	Iniciou a comercialização da Mega-Sena em ambiente virtual, o que sugere uma certa adesão à digitalização, mas a informação fornecida é limitada.
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização que se concentra em eficiência e redução de custos.	Demonstrou avanços na digitalização, como a reforma do Centro de Processamento de Dados e a adesão ao extrato em PDF.
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na melhoria da experiência do cliente e na expansão dos canais digitais.	Menciona a digitalização de documentos, venda de seguros on-line e um projeto abrangente de transformação.
	2012	Digitalização	B1	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais alternativos, automação de processos e ganhos de eficiência.	Demonstra uma adesão forte à digitalização, com iniciativas como a integração de canais, a expansão e substituição de terminais de autoatendimento obsoletos, e a gestão estratégica das salas de autoatendimento.

			B2	0,6	0,6	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco em eficiência e redução de custos.	Menciona uma evolução na capacidade de processamento de computadores, o que indica algum grau de adesão à digitalização, mas as informações fornecidas são limitadas
			B3	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização que se concentra em um único produto ou serviço.	Introduziu o Atendimento CAIXA ao Cidadão por meio de um novo canal e disponibilizou serviços do FGTS no internet banking, indicando uma adesão à digitalização.
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B5	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente.	Menciona a reformulação do site para melhor atender às necessidades dos clientes e disponibilização de ferramentas mais eficientes.
	2013	Digitalização	B1	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na expansão de canais alternativos. A ação descrita no caso é a ampliação da capacidade de distribuição de produtos e serviços no País por meio de múltiplos canais, que pode incluir a expansão de canais digitais.	Ampliou sua capacidade de distribuição de produtos e serviços por meio de múltiplos canais em 2013, o que indica uma adesão à estratégia de digitalização.
			B2	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e na melhoria da experiência do cliente.	Oportunizou aos clientes a opção para investimento em ações por meio de uma plataforma online e aplicativo móvel.
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B4	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização forte e abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e ganhos de eficiência	Investiu em automação bancária e comercial, incluindo hardware e software, além de aumentar a capacidade do data center.
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Desenvolveu sistemas de gerenciamento e digitalização de processos, bem como firmou parceria para pagamento por dispositivos móveis.
	2014	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B2	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,

			B3	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na expansão de canais digitais e na melhoria da experiência do cliente.	Lançou um novo site, disponibilizou aplicativos móveis para acesso à conta e iniciou uma nova fase nas relações com clientes nas redes sociais,
			B4	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e ganhos de eficiência.	Recebeu prêmios relacionados a transformação de seu data center, reposicionou sua marca com foco em soluções digitais, lançou aplicativos e firmou parcerias comerciais com foco em automação comercial móvel.
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização forte e abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e ganhos de eficiência.	Concluiu a construção de um novo centro de dados, implantou o acesso por CPF em diversos canais e lançou um novo aplicativo de mobile banking.
	2015	Digitalização	B1	0,6	0,6	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é o processo de homologação do Termo de Autorização para recebimento de e-mail, que visa aumentar a transparência e a conscientização do cliente sobre o relacionamento via e-mail.	Iniciou o processo de homologação do Termo de Autorização para recebimento de e-mail, o que indica uma iniciativa relacionada à digitalização, mas a informação fornecida é limitada.
			B2	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e na melhoria da experiência do cliente.	Realizou uma reformulação completa do Internet Banking, introduziu novos serviços e criou um site dedicado a aposentados.
			B3	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na expansão de canais digitais. A ação descrita no caso é o lançamento do aplicativo Bolsa Família para celular, que amplia a oferta de serviços digitais do banco.	Lançou um aplicativo Bolsa Família para celular, o que sugere uma adesão à estratégia de digitalização.
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e na melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é o lançamento de um novo aplicativo para clientes pessoa física, que amplia a oferta de serviços digitais do banco.	Lançou um novo aplicativo para clientes pessoa física, indicando adesão à estratégia de digitalização.
	2016	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,

			B2	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e na melhoria da experiência do cliente.	Lançou o Aplicativo Bradesco Cartões, oferecendo uma série de serviços relacionados a cartões de crédito.
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Instituiu o Programa Avançar, lançou ferramentas online de comparação de seguros, introduziu um cartão pré-pago digital, melhorou a experiência do usuário e lançou um portal interativo de recursos humanos.
	2017	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B2	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Simplificou processos e lançou várias iniciativas relacionadas à digitalização, como parceria com o Waze, assistência via aplicativo, acompanhamento de solicitações médicas e expansão da BIA (Bradesco Inteligência Artificial).
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Lançou o Atendimento Digital Empresas e o Santander Pass.
	2018	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização,
			B2	0,3	0,3	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é a parceria estratégica com a RCB Investimentos S.A., que pode levar a melhorias no processo de recuperação de crédito.	Mencionou uma parceria estratégica, mas as informações fornecidas não detalham especificamente iniciativas de digitalização.

			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Realizou várias iniciativas relacionadas à digitalização, como a implementação de robôs para automação de processos, lançamento de uma assistente virtual e melhorias na experiência do cliente.
	2019	Digitalização	B1	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Implantou inteligência analítica para abordagens comerciais, adotou novas dinâmicas de trabalho em agências, e patrocinou eventos relacionados a games, indicando uma adesão à estratégia de digitalização, especialmente na melhoria da experiência do cliente e na inovação.
			B2	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B3	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é o lançamento do aplicativo CAIXA Tem, que é um canal digital de atendimento ao público.	Lançou o aplicativo CAIXA Tem, o que sugere uma adesão à estratégia de digitalização, especialmente para melhor atender às necessidades dos clientes.
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na expansão de canais digitais. A ação descrita no caso é o aumento dos investimentos em tecnologia, que pode levar a uma expansão dos canais digitais.	Aumentou significativamente os investimentos em tecnologia em 2019, o que indica uma adesão à estratégia de digitalização.
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente.	Reduziu gastos com papel e impressões, além de iniciar a operação de uma empresa de seguros em parceria, indicando uma adesão à estratégia de digitalização, particularmente na redução do uso de recursos físicos e na expansão de serviços digitais.
	2020	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.

			B2	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente.	Relatou a ampliação do número de clientes realizando atividades de banking e aumento significativo no uso da internet banking e mobile banking, além de oferecer consultoria por áudio ou vídeo conferência.
			B3	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Instituiu várias funcionalidades digitais, como a transferência de limite, rastreamento de cartões e gerenciamento de faturas, bem como lançou uma operação 100% digital para antecipação do Saque Aniversário FGTS.
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização modesta, com foco na expansão de canais digitais. A ação descrita no caso é o aumento da digitalização, que pode indicar uma maior adoção de canais digitais.	Aumentou a digitalização devido à entrada de novos competidores com ofertas inovadoras,
			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, automação de processos e melhoria da experiência do cliente	Iniciou a digitalização de documentos, implementou a assinatura digital para operações online e lançou diversos sites e soluções digitais, incluindo o SX, uma solução de pagamento instantâneo.
	2021	Digitalização	B1	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e foco no agronegócio	Reorganizou sua rede de atendimento e ampliou a oferta de soluções digitais, indicando uma adesão à estratégia de digitalização.
			B2	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Implementou várias inovações analíticas e digitais, incluindo uma jornada simplificada de abertura de contas e uso de assinatura eletrônica. Além disso, transformou as agências em unidades de negócios mais leves e firmou contratos de prestação de serviços digitais.
			B3	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e foco em habitação.	Implementou propostas de habitação digital, ampliou o uso de canais digitais e permitiu a contratação de crédito pessoal via aplicativo CAIXA Tem.
			B4	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e foco em consórcios.	Disponibilizou abertura de contas correntes de forma 100% digital e introduziu recursos para ajudar os clientes a comprar consórcios.

			B5	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e foco em contas digitais.	Iniciou um novo processo digital de abertura de conta e introduziu o Santander Especial para novos clientes, demonstrando adesão à estratégia de digitalização
	2022	Digitalização	B1	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B2	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e foco em produtos e serviços financeiros.	Implementou várias ações de digitalização, incluindo a Negocie Digital, o lançamento de um produto de pagamento mensal, uma parceria estratégica e melhorias no aplicativo
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B4	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitalização com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é a contratação digital de ponta a ponta de financiamentos, que é extremamente simples e não requer nenhum documento físico.	Iniciou a contratação digital de ponta a ponta pelos canais digitais.
			B5	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
./	2011	Digitização	B1	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Este caso demonstra uma forte ênfase na digitização com alto grau de automatização em várias áreas, incluindo análise de crédito e canais automatizados.
			B2	0,3	0,1	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na automação de processos. A ação descrita no caso é a atuação como assessor financeiro da LLX Logística S.A., que envolveu o desenvolvimento do ambiente de virtualização do Data Center utilizando tecnologia BladeSystem da HP.	Embora o caso mencione o desenvolvimento de ambientes de virtualização, não está diretamente relacionado à digitização de serviços bancários.
			B3	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	O caso destaca a criação de serviços pelo Internet Banking e o uso de ferramentas de inteligência de mercado.
			B4	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e automação de processos.	A menção à instalação da ATM Adattis Touchless 3D e à assinatura digital de contratos de câmbio indica um progresso tecnológico.

			B5	0,3	0,3	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente.	O caso mostra melhorias nos processos e investimentos em tecnologia, mas a ênfase na digitalização de serviços bancários não é explícita.
	2012	Digitização	B1	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	O banco continuou a racionalização e automação de processos. Ampliou parcerias operacionais e lançou um sistema de comércio eletrônico para o setor público. Emitiu cartões de múltipla função e utilizou certificados digitais.
			B2	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais e automação de processos.	Introduziu o Cartão de Crédito Bradesco Visa Nacional Básico/Standard. Desenvolveu um sistema informatizado para melhor controle de obrigações e planos de ação. Criou serviços como Pague Bradesco e Net Empresa Celular.
			B3	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Adquiriu caminhões-agências e introduziu ações on-line, incluindo um serviço de Home Broker. Iniciou o Pagamento Eletrônico CAIXA para pagar contas de concessionárias.
			B4	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e automação de processos.	Expandiu seus negócios de automação comercial e bancária para outros países da América Latina. Adquiriu uma empresa na área de Biometria Computacional.
			B5	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Simplificou a estrutura, aumentou a autonomia na rede de atendimento e implementou melhorias nos canais de atendimento. Disponibilizou acesso ao crédito como capital de giro. Reformulou o Webcasas para melhorar a experiência do usuário.
	2013	Digitização	B1	0,7	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Demonstrou adesão plena à estratégia de digitização, realizou investimentos expressivos na preparação de um ambiente tecnológico corporativo robusto.
			B2	0,4	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais.	Criou a Bradesco Net Empresa no celular e o Bradesco Celular via SMS. Ofereceu a Recarga do GlobalTravel Card diretamente pelo Internet Banking.
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.

			B4	0,7	0,7	O banco 4 apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e automação de processos. A ação descrita no caso é o acordo de parceria estratégica com a Oki Electric Industry Co. Ltd., que envolve a integração de soluções de automação bancária e comercial.	Firmou acordo de parceria estratégica com a Oki Electric Industry Co. Ltd.
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Criou um novo segmento de alta renda com inovações, incluindo Telepresença para atendimento virtual. Implementou tablets e biometria nas agências. Desenvolveu sistemas de gerenciamento e digitalização de processos.
	2014	Digitização	B1	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Consolidou suas redes de TAA na Rede Banco24Horas. Explorou negócios relacionados a um programa de fidelidade por coalizão.
			B2	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Demonstrou adesão plena à estratégia de digitização, com inovações significativas em serviços digitais e presença física em áreas remotas.
			B3	0,6	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais. A ação descrita no caso é a iniciativa pioneira de atendimento às comunidades ribeirinhas e de localidades distantes.	Inaugurou a segunda agência barco, Ilha do Marajó, para atender comunidades ribeirinhas.
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é a implantação das Salas de Performance, que permitem o monitoramento de todas as operações digitais em tempo real.	Implantou as Salas de Performance para monitorar operações digitais em tempo real.
			B5	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
	2015	Digitização	B1	0,6	0,7	Apresenta estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Disponibilizou soluções tecnológicas para parceiros relacionados à agricultura familiar. Aderiu a acordos internacionais para troca de informações fiscais. Comercialização de financiamentos de veículos e leasing de veículos.

			B2	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos.	Demonstrou adesão plena à estratégia de digitização, com uma série de inovações em serviços digitais.
			B3	0,6	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais e automação de processos.	Instituiu o cartão Construcard Caixa com chip. Automatizou o processo de registro de informações sobre controles internos. Introduziu a carteira eletrônica Caixa MasterPass.
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Adquiriu participação na ConectCar Soluções de Mobilidade Eletrônica S.A. Forte presença de transações digitais, representando 67% das transações.
			B5	0,3	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais.	Realizou adequações nos processos internos, reduzindo documentos impressos. Capacitou o ambiente de Nuvem Privada para eficiência e agilidade.
	2016	Digitização	B1	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Exibiu uma forte adesão ao investir em inovação relacionada à economia verde.
			B2	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação de processos	Demonstrou adesão forte com a expansão de serviços digitais
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B5	0,7	0,9	Apresenta estratégias de digitização abrangentes, com foco em diferentes aspectos, como expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e automação dos processos.	Demonstrou adesão plena à estratégia de digitização, com várias iniciativas que simplificaram processos e aceleraram as operações.
	2017	Digitização	B1	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Mostrou adesão forte com melhorias nos processos e destaque de reconhecimento no mercado.

			B2	0,9	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação	Equipou várias agências com rede Wi-Fi para ativação digital dos clientes. Lançou uma plataforma de digital.
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitalização.
			B4	0,2	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais. A ação descrita no caso é a criação do Comitê Consultivo Digital Advisory Board.	Criou o Comitê Consultivo Digital Advisory Board, sugerindo um foco crescente em digitalização.
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Forte adesão à estratégia de digitização, com lançamentos de aplicativos, inovações em serviços digitais e aquisições de tecnologia.
	2018	Digitização	B1	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Como a iniciação da contratação digital de Crédito Imobiliário PF via aplicativo BB; Evolução tecnológica das plataformas de investimentos; Criação do IG-SEST.	Demonstrou uma adesão plena à estratégia de digitização, com iniciativas significativas de digitalização em várias áreas
			B2	0,9	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização plena, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Mostrou uma forte adesão, criando plataformas especializadas e conquistando prêmios.
			B3	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitização.
			B4	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Avançou na digitização com parcerias e novos produtos.
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação	Focou na experiência do cliente e simplificação de processos internos, demonstrando uma adesão forte.
	2019	Digitização	B1	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação	Mostrou uma adesão forte, com iniciativas significativas de digitização, a exemplo dos Terminais Recicladores em agências para depósito em dinheiro instantâneo.

			B2	0,9	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização plena, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Demonstrou uma adesão plena, adotando uma variedade de tecnologias inovadoras e ampliando suas soluções de digitização.
			B3	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na melhoria da experiência do cliente. A ação descrita no caso é a criação da plataforma auto-gestão, que permite que o empregado acompanhe seu desempenho de vendas e outros indicadores.	Implementou uma plataforma de auto-gestão, demonstrando uma adesão forte.
			B4	0,1	0,1	Não apresenta nenhuma menção de digitalização, o que indica que não possui uma estratégia de digitalização.	Não apresentou nenhuma menção de digitização.
			B5	0,8	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Mostrou uma adesão forte, com iniciativas significativas de digitalização, a exemplo da arquitetura mais automatizada baseada em microsserviços e nuvem.
	2020	Digitização	B1	0,8	0,8	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Realizou aprimoramentos relacionados à experiência do cliente em respostas à crise da COVID-19, a exemplo do uso de ferramentas e canais digitais para serviços e relacionamento pela internet e celular.
			B2	0,9	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização plena, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Mostrou adesão plena à digitalização com várias inovações e melhorias significativas em seus serviços digitais.
			B3	0,6	0,8	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais e inovação	Realizou aprimoramentos relacionados à experiência do cliente em respostas à crise da COVID-19
			B4	0,7	0,7	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Focou na eficiência e automação de processos internos.
			B5	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Mostrou adesão plena à digitalização com várias inovações e melhorias significativas em seus serviços digitais, como os programas (Fit to Grow e Santander 5.0) que serviram para simplificar, otimizar e digitalizar operações.

	2021	Digitização	B1	0,7	0,8	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Exemplo é a Racionalização de processos.	Instituiu a racionalização de processos e equilíbrio organizacional com foco no cliente-centrismo. Criou uma metodologia de avaliação de maturidade com indicadores para induzir a cultura organizacional voltada para o cliente.
			B2	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Exemplo é a automatização dos processos.	Automatizou processos de majoração de limites de cartões de crédito. Simplificou a jornada de abertura de contas, permitindo o envio de documentos online. Reformulou o simulador de investimentos. Lançou serviços de simulação e solicitação de capital de giro na modalidade Pronampe.
			B3	0,7	0,8	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Exemplo é o desenho de jornadas digitais.	Desenhou jornadas digitais para implementar melhorias e novos produtos digitais. Fortaleceu o CAIXA Tem como uma plataforma de acesso para venda de produtos de seguridade. Realizou parcerias estratégicas, especialmente na área de adquirência.
			B4	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Exemplo é a abertura de conta corrente de forma 100% digital	Reestruturou operações no setor público e reforçou sua carteira de produtos. Digitalizou o atendimento humano e criou uma esteira digital. Facilitou a abertura de contas 100% digital. Investiu em soluções para o mercado de capitais.
			B5	0,7	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação. Como exemplo a inauguração do mercado regulado de carbono brasileiro.	Criou o "Clique e Retire" para entrega de cartões em máquinas de autoatendimento. Adquiriu empresas de locação e marketplace de veículos. Participou do mercado regulado de carbono brasileiro, negociando Créditos de Descarbonização. Firmou parceria com a Samsung para serviços financeiros no Samsung Pay.
	2022	Digitização	B1	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Firmou 10 compromissos alinhados com tendências de gestão integrada e sustentabilidade. Aprimorou a participação no Programa Climate Change, incorporando práticas ASG em sua estratégia.

			B2	0,7	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação	Expandiu a funcionalidade de recicladoras (terminais de autoatendimento) para depósitos em cheque sem envelope. Ofereceu o Negocie Digital para negociação de dívidas online. Aprimorou o Internet Banking para a contratação de planos de previdência. Introduziu o Novo Portal do Assessor.
			B3	0,6	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização modesta, com foco na expansão de canais digitais e melhoria da experiência do cliente.	Ofereceu modalidades de microcrédito 100% digitais por meio do aplicativo CAIXA Tem.
			B4	0,8	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Introduziu a Nova Experiência do Revendedor, simplificando e digitalizando o processo de financiamento. Aumentou a equipe de vendas e expandiu a oferta de serviços digitais. Lançou a estratégia de varejo "iVarejo 2030" com foco na experiência do cliente e transformação em banco Phygital.
			B5	0,7	0,9	Apresenta uma estratégia de digitização abrangente, com foco na expansão de canais digitais, melhoria da experiência do cliente e inovação.	Implementou um processo digital simplificado de abertura de contas. Adquiriu a Solution4Fleet, especializada em locação de veículos. Iniciou uma reformulação para melhor interagir com clientes através de canais remotos.
	2011	Transformação digital	B1	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B2	0,7	0,9	Integrou leitor de código de barras e token no celular aos aplicativos para smartphone e disponibilizou uma nova versão da internet banking. Essas iniciativas indicam que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente e a eficiência dos processos.	Adesão plena, devido às inovações, entrada em novos mercados, integração de tecnologias e inovações significativas, como leitor de Código de Barras e Token no Celular, além de aprimoramento do Internet Banking.
			B3	0,9	0,7	Iniciou a fase piloto de um projeto de pagamento de compras pelo celular. Essa iniciativa é um exemplo de inovação disruptiva, que pode mudar a forma como as pessoas fazem compras.	Início de projeto de pagamento pelo celular indica uma adesão forte, mas ainda em fase piloto.
			B4	0,8	0,7	Criou a primeira conta corrente exclusivamente eletrônica e implantou um projeto de biometria. Essas iniciativas indicam que o banco estava se concentrando na inovação digital para atender às necessidades dos clientes.	Criação da iConta e implantação de projeto de biometria mostram uma adesão forte, mas não uma transformação completa.

			B5	0,7	0,9	Marcou a entrada no mercado de adquirência, com uma solução financeira inovadora para pequenas e médias empresas. Essa iniciativa indica que o banco estava se expandindo para novos mercados e adotando tecnologias digitais para atender às necessidades de novos clientes.	Entrada no mercado de adquirência com uma solução inovadora demonstra uma forte adesão à transformação digital, especialmente em um novo mercado.
	2012	Transformação digital	B1	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Lançou um programa de inovação interna, lançou um aplicativo inovador, firmou parceria com o Google, inaugurou um espaço inovador e disponibilizou uma nova versão da internet banking. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Lançamento de um programa de inovação interna, parceria com o Google, desenvolvimento de aplicativos inovadores e aprimoramentos significativos no Internet Banking demonstram uma adesão plena à transformação digital
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B5	0,7	0,7	Fechou dois acordos comerciais e lançou um portal de viagens. Essas iniciativas indicam que o banco estava expandindo seus negócios e adotando tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Fechamento de acordos comerciais estratégicos e lançamento de portal de recompensas indicam uma forte adesão à transformação digital.
	2013	Transformação digital	B1	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Iniciou a emissão de cartões de débito com a tecnologia NFC para clientes do Segmento Prime, além de anunciar o desenvolvimento da mesma tecnologia NFC também para celulares. Também disponibilizou aos clientes diferentes meios de tecnologia em diversos canais de atendimento, como a biometria vascular, saque sem cartão e produtos de segurança. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Demonstrou uma adesão plena à transformação digital devido à introdução de várias tecnologias inovadoras e aprimoramentos significativos.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B5	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.

	2014	Transformação digital	B1	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Disponibilizou uma série de iniciativas digitais em 2014, incluindo:Integração do Touch ID com o mobile banking; Novo serviço de saque com a verbalização das cédulas; Liberação de acesso gratuito à internet para o Bradesco Celular; Início do Bradesco Next Programa InovaBra; Programa Inovabra startups; Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Introdução de várias inovações, como integração do Touch ID, serviços de saque com verbalização de cédulas, acesso gratuito à internet, iniciativas relacionadas ao Bradesco Next e programas de incentivo à inovação, demonstram uma adesão plena à transformação digital
			B3	0,7	0,7	Adotou a biometria, recarga de cartões por aproximação (NFC) e melhoria da conexão com a Empresa. Os serviços da Nuvem CAIXA começaram a ser utilizados. Essas iniciativas indicam que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais.	Adotou a biometria, recarga de cartões por aproximação e melhorou a conexão com a Empresa, indicando uma adesão forte à transformação digital
			B4	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B5	0,7	0,9	Adquiriu 50% do capital social da Super Pagamentos, iniciou uma parceria com a iZettle e começou a usar a biometria digital nos caixas eletrônicos. Essas iniciativas indicam que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais.	Aquisição de plataforma digital, parceria com empresa de pagamentos móveis, uso da biometria nos caixas eletrônicos demonstram uma adesão plena à transformação digital.
	2015	Transformação digital	B1	0,7	0,7	Firmou parceria com a Token Gestão de Contas de Pagamento S.A., para explorar as atividades de gestão de contas de pagamento pós-pagas e de gestão da funcionalidade de compras via débito no âmbito dos arranjos de pagamento Ourocard. Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Firmou parceria estratégica para explorar atividades de gestão de contas de pagamento, demonstrando uma adesão forte à transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Disponibilizou uma série de iniciativas digitais em 2015, incluindo: Carteira Digital Bradesco Seguros Carteira Digital Stelo; Cartão de débito Click Conta Elo; Parceria estratégica com a IBM Brasil; Carro Conectado; Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Introdução de várias inovações, como Carteira Digital, Carteira Digital Stelo, Cartão de débito Click Conta Elo, parceria com a IBM e Carro Conectado, demonstram uma adesão plena à transformação digital

			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,7	0,7	Deu início ao Canal mobile e ao modelo de Agências Digitais. Essas iniciativas indicam que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Início de canal mobile e modelo de Agências Digitais indicam uma adesão forte à transformação digital.
			B5	0,7	0,9	Iniciou o processo de implementação da tecnologia de Biometria Digital nos Caixas eletrônicos, lançou uma plataforma global para PMEs e ofereceu soluções de financiamento estruturados. Essas iniciativas indicam que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente e expandir seus negócios.	Implementação de biometria nos caixas eletrônicos, lançamento de uma plataforma global para PMEs, oferecimento de soluções financeiras e não financeiras, lançamento do programa Produzindo Certo demonstram uma adesão plena à transformação digital).
	2016	Transformação digital	B1	0,7	0,7	Participou da criação de uma gestora de inteligência de crédito ("GIC"). Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Participação na criação de uma gestora de inteligência de crédito demonstra uma adesão forte à transformação digital
			B2	0,9	0,9	Realizou uma série de iniciativas digitais em 2016, incluindo: Novo Portal do Grupo Bradesco Seguros; Novo site do Home Broker; Disk Portabilidade; Serviço de SMS da Bradesco Saúde; Touch ID; Possibilidade de realizar compras no ShopFácil.com pelo Facebook Messenger; Pulseira para Pagamentos. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Introdução de várias inovações, como Carteira Digital, Portal do Grupo Bradesco Seguros, Touch ID, Pulseira para Pagamentos e outras, demonstram uma adesão plena à transformação digital.
			B3	0,7	0,7	Participou da criação de uma gestora de inteligência de crédito ("GIC"). Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Participação na criação de uma gestora de inteligência de crédito indica uma adesão forte à transformação digital.

			B4	0,7	0,7	Participou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente. Além disso, o banco firmou parceria estratégica nas atividades de automação bancária e comercial e de prestação de serviços. Essa parceria indica que o banco estava buscando aumentar sua eficiência operacional.	Participação na criação de uma gestora de inteligência de crédito e atividades de automação bancária e comercial demonstram uma adesão forte à transformação digital.
			B5	0,9	0,9	Participou da criação de uma gestora de inteligência de crédito (“GIC”). Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente. Além disso, o banco criou o Santander Way, aplicativo que permite gerenciar cartões de crédito e débito do Santander. Essa iniciativa indica que o banco estava buscando melhorar a experiência do cliente com seus produtos e serviços. Além disso, o banco adquiriu a Super, uma alternativa de Banco 100% digital. Essa aquisição indica que o banco estava buscando expandir sua atuação no mercado digital.	Participação na criação de uma gestora de inteligência de crédito, criação do Santander Way, aquisição da Super e espaço Geração Digital demonstram uma adesão plena à transformação digital.
	2017	Transformação digital	B1	0,7	0,7	Iniciou a simplificação de processos e da transformação digital. Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Iniciou a simplificação de processos e da transformação digital, demonstrando uma adesão forte à transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Realizou uma série de iniciativas digitais em 2017, incluindo: Cartão de Crédito Virtual; Autenticação por biometria nas máquinas de autoatendimento; Compra de euro e dólar nas máquinas de autoatendimento; Ativação do Token no celular; InovaBra Habitat. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Introdução de várias inovações, como Cartão de Crédito Virtual, transações sem cartão nas máquinas de autoatendimento, compra de moedas estrangeiras, Token no celular e participação no InovaBra Habitat, demonstram uma adesão plena à transformação digital.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.

			B4	0,9	0,9	Realizou uma série de iniciativas digitais em 2017, incluindo: Desenvolvimento de APIs; Participação em aplicações de blockchain; Consolidação de uma cloud privada; Uso de inteligência artificial e machine learning; Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Desenvolvimento de mais de 1.000 APIs, participação em aplicações de blockchain, consolidação de cloud privada e uso de inteligência artificial demonstram uma adesão plena à transformação digital.
			B5	0,9	0,9	Realizou uma série de iniciativas digitais em 2017, incluindo: Lançamento do Santander Pass; Melhoria da plataforma de tecnologia; Integração da Super aos negócios da Companhia; Lançamento de carteiras digitais; Lançamento do aplicativo Santander Way; Criação de um app para compra de veículos; Expansão da plataforma +Neg; Criação da +Vezes; Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Lançamento do Santander Pass, investimentos em tecnologia, integração com a Super, lançamento de carteiras digitais, aplicativo Santander Way, app para compra de veículos e expansão de plataformas demonstram uma adesão plena à transformação digital.
	2018	Transformação digital	B1	0,7	0,7	Iniciou a comercialização da Pulseira Ourocard, uma das soluções Samsung Pay e Android Pay. Essa iniciativa indica que o banco estava começando a adotar tecnologias digitais para melhorar a experiência do cliente.	Iniciou a comercialização da Pulseira Ourocard, uma solução Samsung Pay e Android Pay, demonstrando uma adesão forte à transformação digital.
			B2	0,9	0,9	Realizou uma série de iniciativas digitais em 2018, incluindo: Pagamentos Digitais via Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay e QR Code; Biometria de Voz; Lançamento do Next; Disponibilizadas carteiras digitais para todos os smartphones; Instituiu Plataforma 100% digital. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Introdução de várias inovações, como pagamentos digitais via Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay, QR Code, Biometria de Voz, lançamento do Next, carteiras digitais e plataforma 100% digital, demonstram uma adesão plena à transformação digital.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,7	0,9	Concluiu a aquisição de 49,9%da XP Investimentos. Essa aquisição indica que o banco estava buscando expandir sua atuação no mercado de investimentos.	Conclusão da aquisição de 49,9% da XP Investimentos demonstra uma adesão plena à transformação digital

			B5	0,9	0,9	Modernização dos aplicativos mobile; Inclusão de novos recursos para investimentos; Lançamento do Santander AutoCompara; Joint ventures e parcerias com empresas de seguros; Integração de canais de serviços; Lançamento do One Pay FX; Investimento na Creditas. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Modernização do Mobile Banking, integração de canais, parcerias com montadoras, One Pay FX e investimento na fintech Creditas demonstram uma adesão plena à transformação digital.
	2019	Transformação digital	B1	0,9	0,9	Investiu aproximadamente R$ 22,9 bilhões em tecnologia digital, buscando melhorar a eficiência operacional, reduzir perdas operacionais, expandir negócios e melhorar o atendimento ao cliente. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Investimento significativo em tecnologia digital, desenvolvimento de ferramentas de inteligência analítica, adesão ao pagamento por aproximação, soluções de segurança e inovações de pagamento, além da presença em ecossistemas inovadores.
			B2	0,9	0,8	Firmou parceria com a Apple para utilização dos cartões Bradesco no aplicativo Apple Pay para pagamentos em estabelecimentos comerciais. Instituiu o Saques em Libras pela Íris - Intérprete Digital de Libras Bradesco. Revitalizou a Ágora Investimentos para transformá-la em plataforma de investimentos digital e aberta.	Parceria com a Apple Pay, foco em acessibilidade com Saques em Libras, revitalização da Ágora Investimentos como plataforma de investimentos digital
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,9	0,9	Implementou Mobile POS e Interactive Mirror, que contribuíram para a aceleração do processo de transformação digital. Criou a ITI, plataforma com múltiplas funcionalidades aos clientes, que dispensa a necessidade do uso de maquininha e cartão físico para fazer pagamentos em estabelecimentos comerciais ou entre pessoas por meio do QR Code. Essas iniciativas indicam que o banco estava intensificando sua estratégia de transformação digital.	Implementação do Mobile POS, Interactive Mirror, criação da plataforma ITI para pagamentos via QR Code)

			B5	0,9	0,9	Adotou tecnologias digitais para mudar a forma como operava e atender às necessidades dos clientes, a exemplo da plataforma de chatbots para desenvolver e evoluir as soluções de comunicação com os clientes. Melhoria na infraestrutura e capacidade para detectar e prevenir ataques cibernéticos. Execução da estratégia global Cloud First.	Aquisição da Getnet, implementação de várias soluções tecnológicas, incluindo inteligência artificial, chatbots, segurança cibernética e adoção da estratégia global Cloud First.
	2020	Transformação digital	B1	0,7	0,9	Comunicou que permitirá gradativamente aos seus clientes detentores de cartões a realização de transferências de pessoa para pessoa e a realização de compras por meio do aplicativo WhatsApp. Essa iniciativa indica que o banco está buscando ampliar as opções de serviços digitais para os clientes	Integração com o WhatsApp para transferências e compras, investimento significativo em tecnologia digital
			B2	0,9	0,9	Ingressou no mercado brasileiro de carteiras digitais e contas de pagamentos com a BITZ Serviços Financeiros S.A., lançou a plataforma de benefícios do next, os Mimos, e a BIA, assistente virtual. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando ampliar sua atuação no mercado digital.	Entrada no mercado de carteiras digitais, parcerias estratégicas com a Ágora Investimentos e Grupo Estado, uso de assistente virtual BIA.
			B3	0,8	0,7	Remodelou a plataforma digital operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM, disponibilizou acesso por Biometria para o App, disponibilizou cartão de Crédito Virtual, lançou o App Auxílio Emergencial nas lojas virtuais e foi o Primeiro banco a realizar pagamentos por QR Code em qualquer maquininha de cartão. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente e ampliar o acesso a serviços digitais.	Remodelou a plataforma digital operacionalizada pelo aplicativo Caixa TEM em resposta à pandemia, acesso por biometria, lançamento do App Auxílio Emergencial e pagamentos por QR Code.
			B4	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B5	0,9	0,9	Desenvolveu ferramentas para tornar ainda mais simples a abertura de contas, lançou o POS Digital, a BEN, o EmDia, o Copiloto Santander, a GENTE, a PI DTVM e aprimorou continuamente as plataformas de tecnologia. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente e ampliar sua atuação no mercado digital.	Desenvolvimento de ferramentas para abertura de contas 100% digital, lançamento de diversas soluções e investimento contínuo em tecnologia digital

	2021	Transformação digital	B1	0,8	0,7	Participou no SPI de modo obrigatório e na modalidade direta, conforme regulamentação do Banco Central. Essa iniciativa indica que o banco está buscando atender às regulamentações do Banco Central e melhorar a segurança de suas operações.	Participação no SPI e uso do WhatsApp para transferências e compras.
			B2	0,9	0,9	Iniciou a contratação totalmente on-line via canais digitais (Net Empresa e mobile PJ) do QR Code imediato para os terminais de caixa (TEF), POS e e-commerce para todos os clientes pessoas jurídicas. Essa iniciativa indica que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente e ampliar o acesso a serviços digitais.	Contratação totalmente online via canais digitais, automação de processos, ampliação do Inovabra Habitat e investimentos em tecnologia.
			B3	0,9	0,6	Iniciou as operações da maquininha CAIXA Pagamentos, realizou o 1º Feirão Digital CAIXA da Casa Própria, lançou a Poupança Digital e instituiu o App Auxílio Emergencial. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando ampliar sua atuação no mercado digital e atender às necessidades dos clientes.	Lançamento de serviços digitais como a CAIXA Pagamentos, Poupança Digital e App Auxílio Emergencial, criação do Banco Digital CAIXA S.A.
			B4	0,9	0,8	Aumentou a participação das operações digitais, expandiu o número de serviços e clientes atendidos pelo WhatsApp Itaú, lançou o e-commerce automotivo com assistente digital, implantou uma solução de biometria facial e assinatura eletrônica e criou a Associação Cubo Coworking Itaú. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente, ampliar o acesso a serviços digitais e promover a inovação.	Aumento da integração entre canais online e offline, expansão dos serviços no WhatsApp, foco em processos digitais e lançamento de soluções inovadoras.
			B5	0,9	0,9	Lançou o Santander Auto, criou a SX Negócios, criou o Lab3, lançou o Santander Way, criou a AgoNxt, lançou dois produtos de serviço, uniu as corretoras Pi e Toro Investimentos em uma única plataforma digital e lançou o Auto Compara. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando ampliar sua atuação no mercado digital, promover a inovação e melhorar a experiência do cliente.	Lançamento de soluções digitais como o Santander Auto, criação do Lab3, Santander Way, AgoNxt, e fusão das corretoras Pi e Toro Investimentos.

	2022	Transformação digital	B1	0,9	0,7	Investiu na adaptação de processos e negócios, bem como na criação de novos modelos de negócios no cenário de Open Banking. Lançou a Plataforma Broto, que atua na cadeia produtiva do agronegócio. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando se adaptar ao novo cenário do mercado financeiro e oferecer novos produtos e serviços aos clientes.	Transformação do processo de precificação, foco na preparação dos funcionários, investimentos em processos e novos modelos de negócios, lançamento da Plataforma Broto.
			B2	0,9	0,9	Implementou o uso da internet 5G, lançou o Cofre Virtual, e adquiriu os 49,99% da participação acionária no capital social do Banco Digio S.A. (Digio). Também iniciou o processo de licença junto ao Banco Central para que o next se torne um banco múltiplo e a aquisição da startup Aarin. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente, ampliar sua atuação no mercado digital e promover a inovação.	Implementação do 5G, atualização do aplicativo com recursos avançados de segurança e Open Finance, lançamento de novos serviços, aquisição do Digio, expansão da capacidade de Cloud Computing, iniciativas para o next se tornar banco múltiplo.
			B3	0,1	0,1	Não apresentou nenhuma menção de transformação digital.	Não há menção de transformação digital.
			B4	0,9	0,7	Instituiu o Programa Speed, lançou a Itaú Tag, introduziu o itoken, e investiu na criação de uma estratégia de conteúdo robusta através dos canais de mídia social. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando melhorar a experiência do cliente e promover a inovação.	Instituição do Programa Speed, parceria com a ConectCar, introdução do itoken, investimento em estratégia de conteúdo e fusão com a Orbia.
			B5	0,9	0,3	Adquiriu a Car10 e criou uma loja online. Essas iniciativas indicam que o banco está buscando ampliar sua atuação no mercado digital e oferecer novos produtos e serviços aos clientes.	Aquisição da Car10 e criação de uma loja online.

Apêndice D

CASOS	ANO	PM	DP	DM	DV	DG	DT	TD	ROA
B1.1	2011	0,9	0,9	0,7	0,1	0,9	0,8	0,1	0,95
B2.1	2011	0,8	0,7	0,1	0,3	0,7	0,3	0,7	0,13
B3.1	2011	0,1	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	0,9	0,10
B4.1	2011	0,7	0,7	0,3	0,9	0,7	0,9	0,8	0,22
B5.1	2011	0,7	0,9	0,7	0,7	0,9	0,3	0,7	0,63
B1.2	2012	0,7	0,7	0,9	0,1	0,8	0,7	0,1	0,05
B2.2	2012	0,1	0,7	0,1	0,3	0,6	0,7	0,9	0,45
B3.2	2012	0,7	0,7	0,1	0,1	0,7	0,7	0,1	0,76
B4.2	2012	0,9	0,1	0,7	0,9	0,1	0,9	0,1	0,95
B5.2	2012	0,1	0,9	0,3	0,7	0,7	0,7	0,7	0,14
B1.3	2013	0,7	0,7	0,7	0,9	0,7	0,7	0,1	0,05
B2.3	2013	0,1	0,8	0,1	0,3	0,8	0,4	0,9	0,94
B3.3	2013	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,95
B4.3	2013	0,3	0,7	0,1	0,1	0,9	0,7	0,1	0,67
B5.3	2013	0,1	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,1	0,88
B1.4	2014	0,7	0,9	0,1	0,7	0,1	0,7	0,1	0,94
B2.4	2014	0,3	0,8	0,1	0,3	0,1	0,8	0,9	0,95
B3.4	2014	0,9	0,6	0,3	0,3	0,8	0,6	0,7	0,8
B4.4	2014	0,1	0,7	0,1	0,7	0,9	0,7	0,1	0,64
B5.4	2014	0,7	0,8	0,7	0,7	0,9	0,1	0,7	0,1
B1.5	2015	0,7	0,7	0,1	0,7	0,6	0,6	0,7	0,95
B2.5	2015	0,1	0,9	0,7	0,9	0,8	0,8	0,9	0,01
B3.5	2015	0,1	0,6	0,1	0,1	0,7	0,6	0,1	0,28
B4.5	2015	0,7	0,8	0,1	0,3	0,1	0,7	0,7	0,12
B5.5	2015	0,1	0,7	0,1	0,7	0,8	0,3	0,7	0,1
B1.6	2016	0,7	0,9	0,7	0,1	0,1	0,8	0,7	0,95
B2.6	2016	0,7	0,7	0,1	0,3	0,8	0,7	0,9	0,85
B3.6	2016	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,7	0,6
B4.6	2016	0,7	0,1	0,1	0,7	0,1	0,1	0,7	0,6
B5.6	2016	0,1	0,7	0,9	0,7	0,9	0,7	0,9	0,1
B1.7	2017	0,1	0,7	0,7	0,3	0,1	0,8	0,7	0,1
B2.7	2017	0,1	0,9	0,1	0,3	0,8	0,9	0,9	0,1
B3.7	2017	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,95
B4.7	2017	0,1	0,3	0,7	0,3	0,1	0,2	0,9	0,1
B5.7	2017	0,1	0,7	0,1	0,7	0,8	0,8	0,9	0,15
B1.8	2018	0,1	0,7	0,1	0,3	0,1	0,8	0,7	0,6
B2.8	2018	0,7	0,9	0,1	0,7	0,3	0,9	0,9	0,84
B3.8	2018	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
B4.8	2018	0,1	0,7	0,3	0,7	0,1	0,8	0,7	0,3
B5.8	2018	0,7	0,7	0,9	0,7	0,9	0,8	0,9	0,95
B1.9	2019	0,7	0,7	0,3	0,9	0,8	0,7	0,9	0,1

B2.9	2019	0,1	0,9	0,7	0,7	0,1	0,9	0,9	0,3
B3.9	2019	0,1	0,8	0,3	0,1	0,8	0,7	0,1	0,61
B4.9	2019	0,1	0,8	0,1	0,5	0,7	0,1	0,9	0,63
B5.9	2019	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	0,95
B1.10	2020	0,1	0,8	0,1	0,9	0,1	0,8	0,7	0,05
B2.10	2020	0,1	0,9	0,1	0,9	0,7	0,9	0,9	0,6
B3.10	2020	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,6	0,8	0,62
B4.10	2020	0,1	0,7	0,1	0,7	0,7	0,7	0,1	0,95
B5.10	2020	0,1	0,7	0,1	0,9	0,9	0,8	0,9	0,6
B1.11	2021	0,1	0,9	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8	0,2
B2.11	2021	0,7	0,7	0,1	0,9	0,9	0,8	0,9	0,1
B3.11	2021	0,1	0,9	0,7	0,7	0,8	0,7	0,9	0,95
B4.11	2021	0,1	0,7	0,1	0,7	0,8	0,8	0,9	0,1
B5.11	2021	0,1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,7	0,9	0,35
B1.12	2022	0,1	0,9	0,1	0,7	0,1	0,8	0,9	0,95
B2.12	2022	0,1	0,7	0,7	0,9	0,9	0,7	0,9	0,85
B3.12	2022	0,1	0,9	0,9	0,1	0,1	0,6	0,1	0,2
B4.12	2022	0,7	0,7	0,7	0,7	0,9	0,8	0,9	0,87
B5.12	2022	0,1	0,6	0,1	0,9	0,1	0,7	0,9	0,1