

Relatório Anual 2000

Banco do Brasil, 1854

Brasília, Estratégia, Marketing e Comunicação

ISSN 0101-06461

1. Banco do Brasil - Periódico

CDU - 3336.711 (81) (05)

Índice

Apresentação Temática	02
Perfil	04
Mensagem da Administração	06
Plano 2000 e Metas Atingidas	08
Banco do Brasil em Grandes Números	14
Desempenho das Ações	18
Desempenho Econômico-Financeiro	20
Desempenho dos Negócios	24
bb.com.br [e-pronto]	32
Canais de Distribuição	36
Gestão de Riscos	38
Índice de Adequação do Capital	42
Gestão de Pessoas	44
Reconhecimento Institucional	46
Novos Desafios	48
Membros da Diretoria e dos Conselhos	49
Estrutura Organizacional	50
Estrutura do Conglomerado Banco do Brasil	51
Informações Corporativas	52

Nova econ tecnologia felicidade

No último ano do milênio passado, aprendemos que mesmo certezas recentes podem ter vida curta na dinâmica da nova economia. A derrocada de muitas empresas pontocom, surpreendidas pelo recuo dos investidores, desenhou um cenário mais favorável para as empresas convencionais que fossem capazes de conduzir para suas iniciativas na Internet os recursos financeiros, humanos, logísticos e gerenciais que faltaram à maioria das pontocom.

Para muitos analistas, esse momento era esperado. E marcaria o momento de transição para uma fase mais madura dessa nova economia, em que as empresas convencionais ocupariam seu lugar na Internet, à medida que conseguissem harmonizar sua força no mundo físico com as oportunidades abertas pela rede mundial de computadores.

Um dos maiores bancos do mundo na Internet, onde está presente desde 1995, o Banco do Brasil entra no novo milênio sintonizado com as oportunidades abertas pela nova economia e sólidos alicerces no mundo físico e no relacionamento com seus mais de 12 milhões de clientes, 2,6 milhões deles habilitados a realizar transações bancárias em nosso site.

omia, e

O ano 2000 foi tempo de expansão do BB na Internet, com o lançamento do portal Banco do Brasil, abrigando sites de Investimentos, agronegócios, negócios internacionais, relações com investidores, notícias, cultura e esportes.

Na esteira da campanha de popularização da Internet lançada pelo Banco do Brasil no segundo semestre de 2000, o volume de transações realizadas pela Internet chegou a dezembro com um crescimento de 315% em relação a 1999.

Sem traduzir-se em ganhos para o cliente e a comunidade, toda essa tecnologia seria desnecessária, sem sentido. O Banco do Brasil acredita que a dimensão humana é a medida de todas as coisas e em 2001 quer manter sua tecnologia dentro da premissa de facilitar o relacionamento com os seus clientes e com a sociedade, otimizar o potencial dos funcionários e agregar valor aos acionistas.

Por reconhecer no tempo um dos recursos mais valiosos neste mundo dinâmico, o Banco espera que sua expansão na Internet seja convertida em vantagens para o cotidiano das pessoas. Em tempo ganho para investir na qualidade de vida, na família, nos amigos, na felicidade.

Perfil

O Banco do Brasil agregou as qualidades de empresa competitiva e moderna à função de principal agente financeiro da União, integrado ao ambiente da nova economia.



bb.com.br
e-pronto

O Banco do Brasil é uma sociedade de economia mista, com ações negociadas em bolsa. Criado em 12 de outubro de 1808, desempenhou ao longo dos anos papel de autoridade monetária, exercendo atividades fundamentais para dinamizar o capital e promover a indústria nacional. A partir de 1986, quando deixa de ser autarquia de crédito, o Banco do Brasil passa a incrementar as suas funções de banco comercial, conquistando a liderança em vários nichos do mercado financeiro nacional e assim mantendo o posto de principal e maior banco brasileiro.

A ênfase na atuação mercadológica e a busca de resultados crescentes estão em sintonia com o seu compromisso de ser útil à sociedade. À função de principal agente financeiro da União, o Banco do Brasil agregou as qualidades de empresa competitiva e moderna, integrada ao ambiente da nova economia. O valor adicionado ao cliente e ao acionista amplia-se com a execução de programas governamentais, as iniciativas para a valorização da cultura e do desporto e as ações sociais desenvolvidas pela Fundação Banco do Brasil.

O Banco do Brasil, em síntese, direciona o seu desempenho para atividades essenciais do negócio bancário, trabalhando também para interiorizar o crédito, revelar oportunidades e descobrir novos nichos de mercado e assim gerar riquezas e responder às expectativas e necessidades de cada cliente, de cada comunidade. O seu papel dual, de agente de políticas públicas e de banco de mercado, é o seu diferencial e a sua principal vantagem competitiva.

Hoje, por intermédio de rede com 7.498 pontos de atendimento, distribuídos por 2.609 cidades, o Banco do Brasil está presente em todas as regiões do País. Com 78.201 funcionários e 12.267 estagiários, atua em sintonia com as peculiaridades locais para expandir negócios, promover as pequenas e médias empresas, incentivar a agricultura e as exportações brasileiras.

Os clientes Banco do Brasil já usufruem das vantagens proporcionadas pelos investimentos tecnológicos, realizados para a melhoria do auto-atendimento e otimização do tempo. Além da ampliação da rede de comunicação e das aplicações financeiras *on-line*, contam com uma variada cesta de produtos, elaborados de acordo com a conveniência e característica de cada segmento atendido.

À presença física em todo o território nacional, o Banco do Brasil acrescenta a sua rede virtual, idealizada para dar conforto e atender às expectativas do cliente. De nossa base de mais de 12 milhões de correntistas, 2,6 milhões acessam o portal www.bb.com.br, realizam negócios e mais de 70 tipos de operações, da obtenção de simples extratos a fechamento de contratos de câmbio.

No exterior, o Banco do Brasil é também o banco dos brasileiros. Sua rede externa de 33 dependências, localizadas em 21 países, além de identificar oportunidades negociais e multiplicar soluções para o benefício de seus clientes, atua para atender com eficácia às necessidades dos empresários brasileiros e também dos estrangeiros que realizam transações com o Brasil.

Com ativos superiores a R\$ 138 bilhões, o Banco do Brasil lidera no varejo bancário, no mercado de capitais, na agricultura e no comércio exterior brasileiros, constituindo-se no maior grupo financeiro da América Latina. A posição alcançada está coerente com a sua missão: ser a solução em serviços de intermediação financeira, atender às expectativas dos clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e ser útil à sociedade.

Mensagem da Ad

Senhoras e senhores acionistas,

Ao fechar o ano de 2000 com lucro de R\$ 974,2 milhões - o maior de sua história recente - o Banco do Brasil reafirma sua desenvoltura empresarial para atuar com êxito no competitivo mercado brasileiro. Os números são resultado da atuação coerente com os objetivos estratégicos, busca permanente de incremento dos negócios e controle rigoroso de custos.

A adoção desses princípios sustenta a obtenção de lucros crescentes. Nos últimos anos, o Banco do Brasil vem apresentando seqüência de resultados favoráveis, decorrentes em grande parte da expansão dos negócios, racionalização dos processos, investimentos em tecnologia, gestão de riscos e controle dos custos operacionais.

Com o reaquecimento da economia em 2000, o Banco do Brasil priorizou recursos para operações de crédito. Essa estratégia permitiu expandir em 24,2% a carteira de crédito, com reflexo na melhoria do Resultado da Intermediação Financeira, apesar de o cenário de redução de taxas de juros.

Essa expansão melhorou o perfil da carteira de crédito da Empresa. As operações de crédito realizadas com pessoas físicas e com pessoas jurídicas cresceram de 32% para 42% do total da carteira.

O lançamento, em maio, do novo Portal do Banco do Brasil na Internet, www.bb.com.br, foi outro motivo para o sucesso da performance de 2000. O reconhecimento da crítica especializada, os prêmios conquistados e a realização, no ano, de 92,8 milhões de transações bancárias via computador, aumento de 315% em relação a 1999, colocam o BB no topo da Internet brasileira.

Só no mês de dezembro foram 12,5 milhões de operações. Um incremento expressivo (190%) para um ano que começou com 4,3 milhões de transações, em janeiro. Ações como a Campanha de Popularização, lançamento de novos sites e novas opções de transações bancárias e negócios virtuais contribuíram para aumentar o número de acessos.

ministração

com 2,6 milhões de clientes habilitados para utilizar o Portal pela Internet e 1,8 milhão de e-mails cadastrados. Foram abertas cerca de 16 mil novas contas via Internet. Os grandes destaques do ano foram o site agronegocios-e.com.br, com 31,4 mil clientes habilitados e volume ofertado de R\$ 4,7 bilhões, e o site investimentos-e.com.br, já considerado um dos mais importantes do país, segundo pesquisa do Ibope. Em dezembro, foram realizadas 28 mil operações, totalizando R\$ 82 milhões em movimentação financeira.

Para consolidar o crescimento dos negócios e fortalecer a meta de resultados crescentes, as ações para o ano de 2001 serão desenvolvidas no sentido de aprofundar o relacionamento com os clientes, assegurar índice de eficiência máximo, fortalecer a cultura de controle e *compliance* na gestão de negócios e elevar a posição competitiva na oferta de produtos e serviços com tecnologia avançada e em canais não tradicionais.

O Banco do Brasil atua com foco estratégico bem definido: o cliente. Os funcionários estão mobilizados para prestar atendimento integral e adequado às necessidades de cada cliente, buscando a realização de suas expectativas. Esse compromisso traduz mais uma vez a vantagem competitiva da Empresa, mostrando que ser estratégico é ter posição diferenciada. A partir dessa premissa, o Banco do Brasil visa corresponder aos anseios de seus acionistas, desenvolvendo negócios de maior rentabilidade e realizando lucros para remunerar, cada vez melhor, o capital investido.

Nessa trajetória, a inovação continuará como forte orientação de nossas ações. Vamos manter efetiva presença do Banco do Brasil na nova economia, buscando negócios na era digital e consolidando a Empresa como o banco brasileiro com maior presença na Internet e, assim, fortalecer o compromisso com a sociedade.

A partir da parceria com os acionistas, clientes e funcionários, o Banco do Brasil pode oferecer significativos resultados operacionais e negociais na trajetória ascendente que vem trilhando e fortalecer o seu compromisso de ser útil à sociedade. À confiança dos acionistas, à fidelidade dos clientes e ao empenho dos funcionários creditamos o resultado de 2000.

Plano 2000 e Metas Atingidas

O desempenho foi marcado pela ênfase na expansão dos negócios, controle de custos operacionais, busca da excelência na gestão de riscos e melhoria da composição da carteira de crédito.



bb.com.br
e-pronto

O Plano Diretor 2000 estabeleceu metas a serem atingidas e definiu diretrizes negociais para cada um dos mercados - Pessoa Física, Pessoa Jurídica e Governo. A visão mercadológica inserida no Plano buscou adequar produtos e serviços a cada segmento de cliente. O resultado apresentado em 2000 confirma o acerto da estratégia adotada e demonstra o comprometimento dos funcionários, essencial para sustentar a obtenção de resultados crescentes.

Metas e Resultados Alcançados

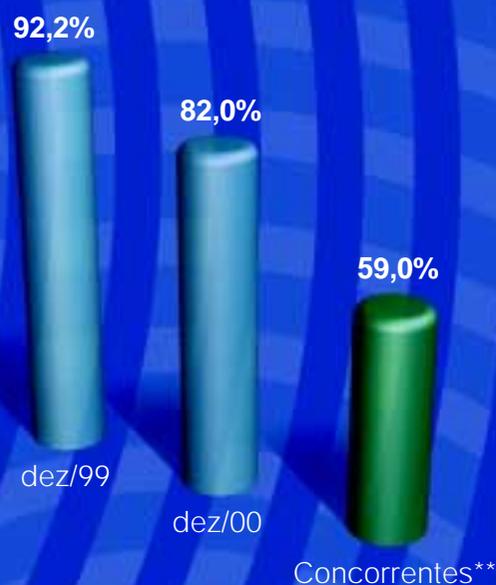
Assegurar retorno sobre o PL de, no mínimo, 12% no exercício 2000

O BB registrou Lucro Líquido de R\$ 974,2 milhões em 2000, que representou retorno sobre o Patrimônio Líquido de 12,2%. O desempenho foi marcado pela ênfase na expansão dos negócios, controle de custos operacionais, busca da excelência na gestão de riscos e a melhoria da composição da carteira de crédito e ainda confirmam o compromisso da Empresa em criar maior valor para os acionistas.

Assegurar Índice de Eficiência¹ de, no mínimo, 75% no exercício 2000

O Índice de Eficiência apresentado reflete a melhoria do resultado operacional, que apresentou crescimento de 58,7% em relação a 1999. O gráfico abaixo mostra o empenho do BB em melhorar esse índice.

Despesas Administrativas / Receitas Operacionais*



* Margem Financeira Bruta + RPS + Outras Receitas Operacionais + Outras Despesas Operacionais

** Média dos principais concorrentes acumulada até setembro/2000.

O percentual alcançado pelo Banco do Brasil é superior ao índice apresentado pelos principais concorrentes. Vale ressaltar que no cálculo do Resultado Operacional estão inclusas as despesas de atualização do Passivo Previdenciário, item de despesa não carregado pelos demais bancos, via de regra. A comparação do Índice de Eficiência do BB com a concorrência fica, nesse sentido, prejudicada. Se no cálculo do Índice essa despesa fosse desconsiderada, o BB encerraria o ano com 73,4% na relação Despesas Administrativas sobre Receitas Operacionais, conforme tabela abaixo.

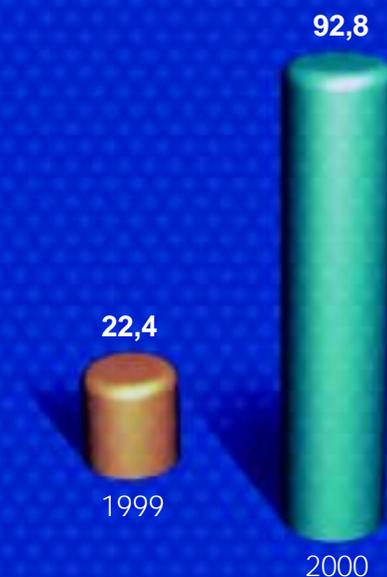
	R\$ milhões	
	1999	2000
Despesas de Atualização do Passivo Previdenciário	1.449	1.185
Índice de Eficiência sem Passivo Previdenciário	78,6%	73,4%

¹ Observação: O cálculo e a análise do Índice de Eficiência foram efetuados com base na Demonstração do Resultado do Exercício com realocações, disponíveis no caderno "Análise do Desempenho 2000".

Incorporar a Internet como canal de negócios e relacionamento com o cliente

Com 2,6 milhões de correntistas habilitados a acessar os produtos e serviços oferecidos por intermédio do portal www.bb.com.br, o Banco do Brasil consolidou-se como a instituição financeira brasileira com maior presença na rede mundial. Esse resultado é fruto da bem-sucedida campanha de popularização da Internet, lançada em setembro. O novo Portal BB ficou entre os três melhores do Brasil, na categoria Bancos, no concurso Ibest 2000.

315% de Crescimento nas Transações Realizadas pela Internet em milhões/ano



Elevar o índice de satisfação dos clientes em 10%, aprimorando a segmentação e o atendimento



A melhoria observada no índice de satisfação de clientes se deve fundamentalmente ao completo mapeamento do perfil dos clientes do Banco do Brasil, realizado de 1997 a 1999. A pesquisa deu origem ao projeto de segmentação dos clientes Pessoa Física, desenvolvido de acordo com o modelo e técnicas estatísticas da empresa de consultoria francesa Eurogroup. Foram definidos sete diferentes segmentos de clientes, estratificados de acordo com o comportamento de consumo de produtos bancários.

A partir da estratégia de segmentação, as agências do Banco do Brasil puderam prestar melhor atendimento e direcionar com mais precisão os esforços dos funcionários para conquistar novos clientes e difundir as alternativas e facilidades do auto-atendimento.

Base de clientes

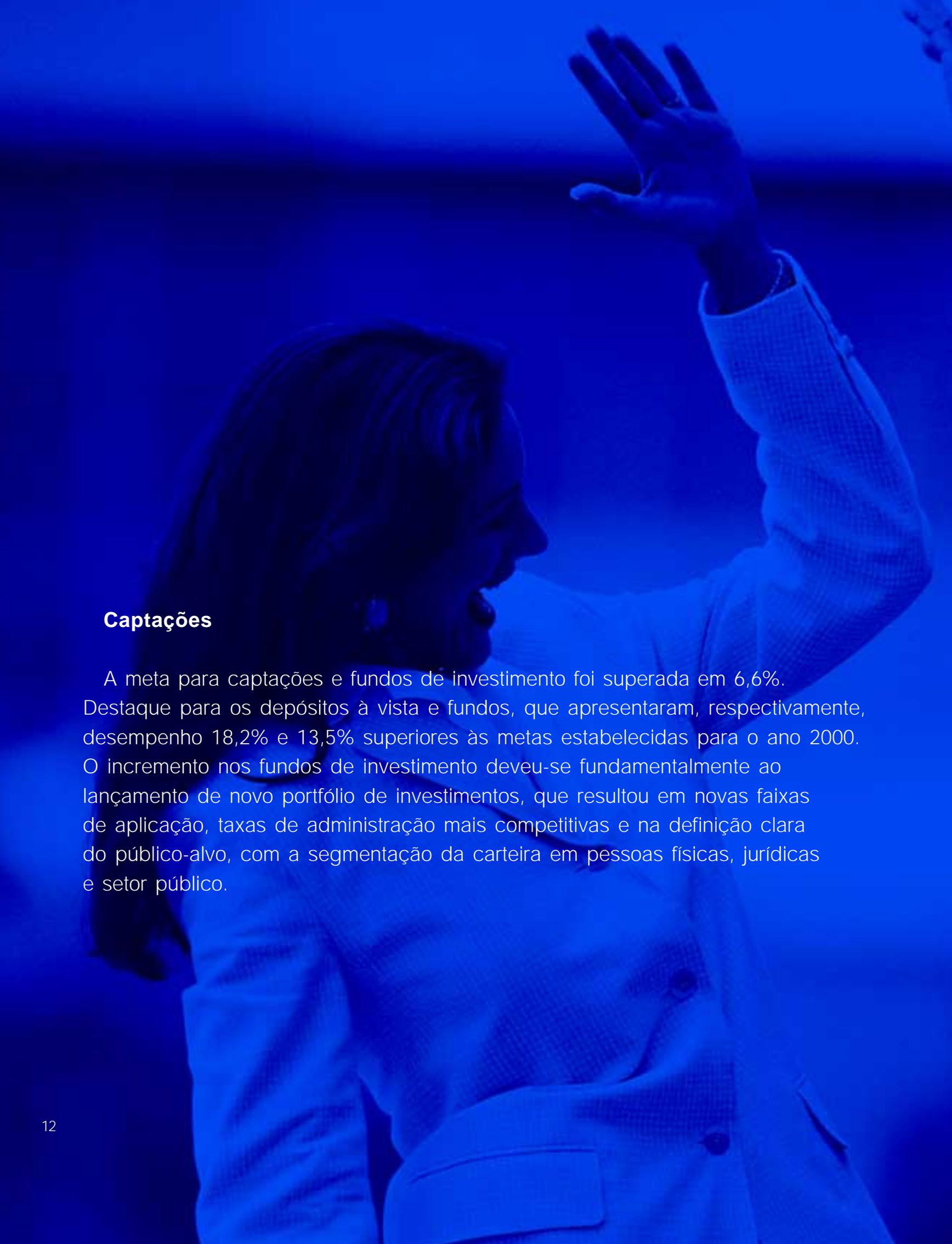
O Banco do Brasil totalizou 12,6 milhões de clientes em 2000, quantidade 7,5% superior à meta estabelecida. O aumento decorreu da abertura de novos pontos de atendimentos nas Regiões Sul e Sudeste, principalmente nos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo. A estratégia de segmentação e as ações para elevar a satisfação dos clientes foram outros fatores que contribuíram para o desempenho do BB, líder no total de contas correntes da indústria bancária brasileira, com participação de 24,6% no ano 2000.

Produtos e serviços

O empenho da rede de agências Banco do Brasil e a correta alocação de recursos promoveram a superação de diversas metas estabelecidas, conforme quadro abaixo:

Dez/00	R\$ milhões		
	Projetado	Realizado	Superação em relação à meta (%)
Operações de Crédito	28.330	33.807	19,3
Recebíveis	1.819	3.181	74,9
Giro Rápido	620	847	36,6
CDC	3.349	4.428	32,2
Cheques Especiais	1.141	1.349	18,2

Obs.: Saldos Médios



Captações

A meta para captações e fundos de investimento foi superada em 6,6%. Destaque para os depósitos à vista e fundos, que apresentaram, respectivamente, desempenho 18,2% e 13,5% superiores às metas estabelecidas para o ano 2000. O incremento nos fundos de investimento deveu-se fundamentalmente ao lançamento de novo portfólio de investimentos, que resultou em novas faixas de aplicação, taxas de administração mais competitivas e na definição clara do público-alvo, com a segmentação da carteira em pessoas físicas, jurídicas e setor público.



1º no ranking de ativos

30,4% de participação
em depósitos à vista

R\$ 138,4 bilhões
14,7% do mercado

Banco do Brasil em Grandes Números

O reconhecimento da crítica especializada, os prêmios conquistados e a realização, no ano, de 92,8 milhões de transações bancárias via computador, aumento de 315% em relação a 1999, colocam o BB no topo da Internet brasileira.



bb.com.br
e-pronto

Resultados	R\$ milhões			
	2000	1999	1998	1997
Lucro Líquido	974	843	870	574
Receitas de Prestação de Serviços	3.145	2.803	2.785	2.538
ROE* (%)	12,2	11,6	13,1	9,6
RPS/Despesas Administrativas (%)	38,2	36,2	34,2	30,3

*Lucro Líquido / Patrimônio Líquido

Bônus de Subscrição

Série	Quantidade	%	Período
A	142.394.462.616	20	31.03 a 30.06.2001
B	213.591.693.924	30	31.03 a 30.06.2006
C	355.986.156.540	50	31.03 a 30.06.2011
Preço de exercício corrigido (Dez/2000)		R\$12,64	

	Patrimoniais e não Patrimoniais						R\$ milhões
	2000	1999	1998	1997	1996	1995	
Ativos Totais	138.363	126.454	129.564	108.916	82.633	79.855	
Patrimônio Líquido	7.965	7.271	6.630	6.003	5.592	3.466	
Operações de Crédito*	36.013	29.006	28.544	26.081	25.717	33.966	
Depósitos**	65.687	72.214	61.039	55.305	45.196	54.313	
Administração de Rec. de Terceiros (Anbid)	48,1 bi	35,2 bi	38 bi	23 bi	18,9 bi***	9,3 bi***	
Índice de Cobertura(%)****	99	104,7	90	140,8	111,9	75,9	

* Sem o efeito da provisão

** À vista, a prazo, poupança, interfinanceiros

*** Fundos de investimento

**** Até 1999 = Provisões/(Atraso+CL) -- Em 2000 = Provisões/Operações classificadas como riscos E, F, G e H

Ações						
	2000	1999	1998	1997	1996	1995
Valor Patrimonial (R\$ por lote de mil ações)	11,19	10,21	9,31	8,43	7,85	33,54
ON*	5,97	8,40	7,00	7,20	9,50	10,30
PN*	7,22	10,85	8,10	8,25	9,00	11,00
P/L**	5,30	9,20	6,60	10,20	-	-
P/VPA*	0,60	1,10	0,90	1,00	1,10	0,30
Lucro/Lote de mil	1,36	1,18	1,22	0,80	-10,57	-41,16
Dividendos e Juros sobre Capital Próprio distribuídos (R\$ milhões)	257,9	235,5	243,1	163,6	-	-
Quantidade de Ações	711.972.313.080					
ON	399.184.582.309					
PN	312.787.730.772					

* Preço de fechamento - 31.12. R\$ por lote de mil ações

** 31.12. Ações PN

Outros Números

	2000	1999	1998	1997	1996	1995
Terminais de Auto-Atendimento	30.149	24.545	12.456	6.922	4.095	2.571
Pontos de Atendimento	7.531	7.190	5.527	4.479	4.480	4.694
Agências	2.908	2.839	2.819	2.777	2.931	2.999
Outros*	4.590	4.316	2.673	1.668	1.512	1.658
Exterior	33	35	35	34	37	37
Clientes (milhões)	12,6	11,1	10,4	7,9	6,1	-
Pessoas	90.468	81.680	83.264	88.804	99.151	115.492
Funcionários	78.201	69.437	72.350	76.387	85.361	94.669
Estagiários	12.267	12.243	10.914	12.417	13.790	20.823
Índice de Basiléia (%)	8,8	9,2	11,1	10,8	11,1	5,7

* PAB - Posto de Atendimento Bancário
PAE - Posto de Atendimento Eletrônico

PAA - Posto de Atendimento Avançado
PAP - Posto de Arrecadação e Pagamentos

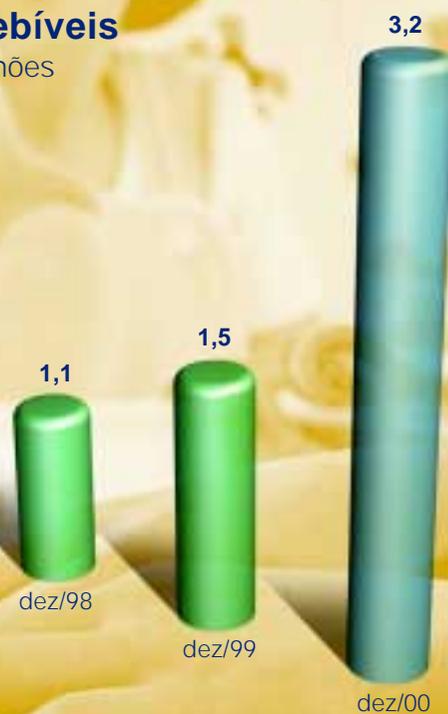
CDC

R\$ bilhões



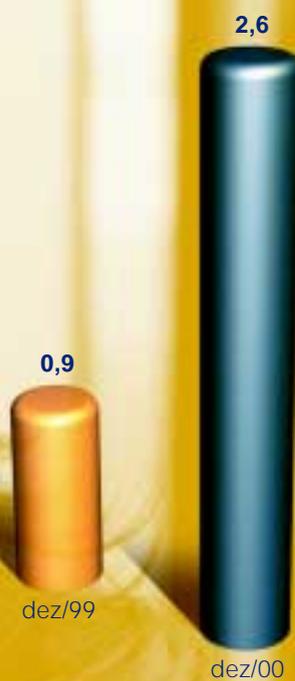
Recebíveis

R\$ bilhões



Cientes que Acessam o BB Via Internet

em milhões



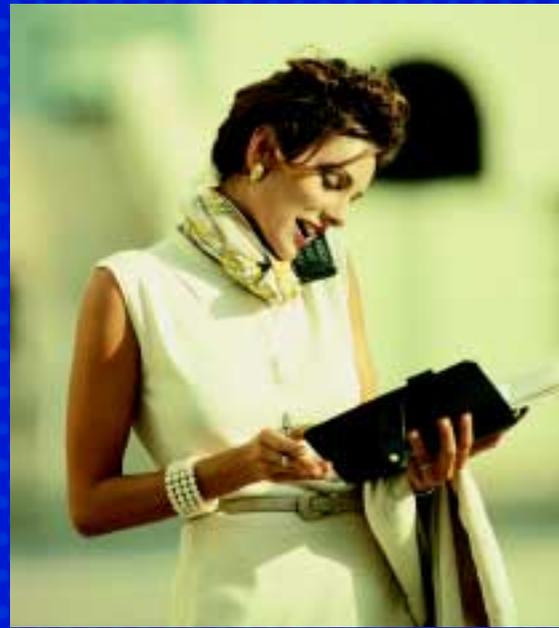
Distribuição da Carteira de Crédito por Nível de Risco

Risco	Banco do Brasil			Concorrência*
	Volume Crédito R\$ milhões	Provisão exigida R\$ milhões	%	%
AA	15.900	-	33,5	31,3
A	17.428	87	36,7	31,3
B	6.208	62	13,1	15,3
C	2.651	80	5,6	12,0
D	2.236	224	4,7	3,8
E	794	238	1,7	1,0
F	200	100	0,4	1,1
G	150	105	0,3	1,2
H	1.952	1.952	4,1	3,3
Total	47.520	2.848	100,0	100,0

* Média de amostra dos principais concorrentes privados

Desempenho das Ações

O lucro de R\$ 974,2 milhões proporcionou retorno de 12,2% sobre o Patrimônio Líquido. Com base nesse desempenho, o BB destinou remuneração de R\$ 257,9 milhões a seus acionistas.



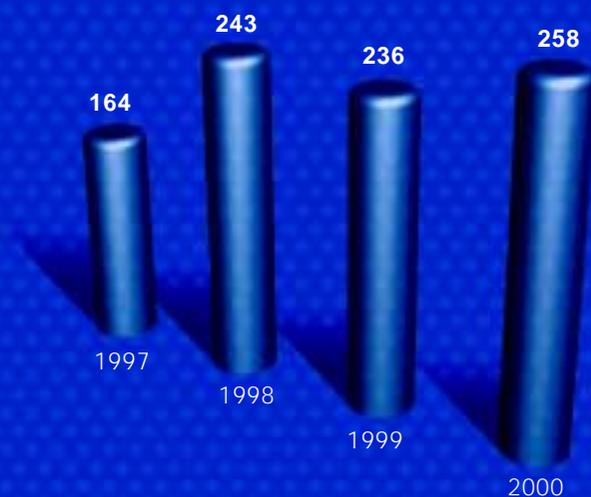
bb.com.br
e-pronto

Ações BB

O desempenho econômico do Banco do Brasil fortaleceu seus indicadores fundamentalistas. O índice de Preço/Lucro, por exemplo, atingiu 5,3x considerando o preço de fechamento do ano das ações preferenciais. Os dividendos atingiram o montante de R\$ 257,9 milhões, o que representa retorno de 5,3% sobre o preço de fechamento anual das ações preferenciais e de 5,8% sobre as ordinárias. Desde 1997, o Banco distribuiu mais de R\$ 900 milhões em Dividendos e Juros sobre Capital Próprio.

Evolução da Distribuição de Dividendos e Juros sobre Capital Próprio

R\$ milhões



Fatores associados ao ambiente internacional influenciaram diretamente a bolsa brasileira. As ações ordinárias BB encerraram o ano cotadas a R\$ 5,97 por lote de mil e as preferenciais, a R\$ 7,22 por lote de mil, tendo apresentado queda de 28,9% e 33,4%, respectivamente.

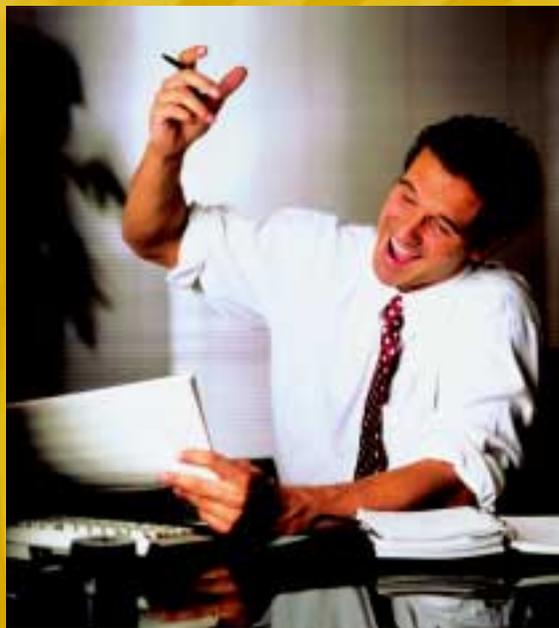
Destaque positivo para as ações BB foi o leilão de venda de 3,8 bilhões de ações preferenciais, aproximadamente 1,2% do total das ações dessa classe, pertencentes ao Fundo Nacional de Desestatização - FND, realizado em novembro e dezembro, com melhora na liquidez do papel.

Preço de Fechamento das Ações ON e PN



Desempenho Econômico-Financeiro

O lucro de 2000 resultou da atuação coerente com os objetivos estratégicos, da busca permanente de incremento dos negócios e do controle rigoroso de custos, princípios que sustentam a obtenção de lucros crescentes.



bb.com.br
e-pronto

Resultados

O lucro de R\$ 974,2 milhões foi superior em 15,5% ao de 1999. Proporcionou retorno de 12,2% sobre o Patrimônio Líquido, que atingiu a importância de R\$ 7.965 milhões. Com base nesse desempenho, o BB destinou remuneração de R\$ 257,9 milhões a seus acionistas, dos quais R\$ 109,9 milhões, relativos ao primeiro semestre, foram pagos sob a forma de juros sobre capital próprio. O restante, referente ao segundo semestre, ocorreu por meio de pagamento de dividendos.

O resultado decorreu basicamente de atividades de intermediação financeira e permitiu ao Banco do Brasil elevar seu patrimônio. A carteira de crédito cresceu 24,2% e totalizou R\$ 36 bilhões, líquida de provisão, com destaque para a carteira de Crédito Direto ao Consumidor, que contribuiu significativamente para o resultado e cujo saldo cresceu 113,8% em relação a 1999, totalizando R\$ 4,6 bilhões.

A estratégia do BB para a carteira de crédito consistiu em destinar recursos para operações massificadas e com base em recebíveis, que têm maior rentabilidade e menor risco de crédito.

Como resultado dessa estratégia, observamos melhoria na composição da carteira de crédito do Banco. A participação das operações com pessoas físicas (carteira de Varejo) e jurídicas (carteira Comercial) evoluiu de 32% para 42% do total de nosso portfólio, acompanhada de pequena redução na participação de operações de crédito rural - 41% em 2000, contra 44% em 1999.

Também faz parte da estratégia do Banco equilibrar a expansão da carteira de crédito com a manutenção de nível adequado de liquidez. Dessa forma, a relação Ativos de Liquidez / Ativos Totais manteve-se em nível equivalente ao apresentado em 1999, 39,4%.

O incremento de 7,1% das captações totais, excluindo fundos, foi um dos fatores que permitiu a expansão da carteira de crédito e a manutenção do nível de liquidez, com destaque para o aumento dos depósitos à vista, recursos não onerosos que totalizaram R\$ 16,1 bilhões, crescimento de 27,8% em relação a 1999.

Os depósitos a prazo apresentaram, ainda, decréscimo de 29,1% em função da preferência de grandes clientes por operações e da estratégia do Banco em estimular a captação dos fundos de investimento. Essa estratégia se refletiu no aumento das captações no mercado aberto, bem como na migração para fundos de investimento, mercado onde o Banco mantém liderança com 14,8% de participação. O total de recursos de terceiros administrados pelo BB totalizou R\$ 47,9 bilhões e o bom desempenho na gestão desses valores permitiu que as rendas referentes à sua administração respondessem por 17,2% das receitas de prestação de serviços.

A base de cartões emitidos aumentou 72,9%, com forte reflexo na elevação das receitas com tarifas. Esses fatores propiciaram melhor desempenho comercial e alcance da meta de resultados crescentes.

1º no mercado brasileiro de câmbio

20% de participação

Lucro Líquido

R\$ milhões

Contribuiu para o resultado anual a estratégia mercadológica baseada na segmentação da base de clientes, com atendimento diferenciado a partir da introdução de gerentes de relacionamento para grupos de clientes. O aperfeiçoamento dos produtos e serviços, a modernização dos pontos de atendimento, a automação de processos e o aumento de produtividade foram outros fatores de destaque da estratégia. No período houve revisão dos sistemas de acompanhamento de processos judiciais, que provocou ajustes nas provisões para demandas trabalhistas, e reajuste salarial no 2º semestre, resultando na elevação nominal dos custos administrativos. As receitas de prestação de serviços cobriram 55,9% das despesas de pessoal contra 55,7% do ano anterior.

As ações no período foram orientadas pela Estratégia Corporativa, elaborada para o triênio 2000-2002. As informações constantes do documento, incorporadas aos planos de negócios e metas que orientam o trabalho das agências, visaram impulsionar ações com foco na eficiência operacional, nos mercados atendidos e no resultado econômico.

Fluxo de Caixa

A dinâmica das estratégias de negócios que o Banco do Brasil vem adotando está refletida no comportamento dos fluxos de recursos captados e aplicados. A Demonstração do Fluxo de Caixa procura evidenciar o efeito financeiro do desempenho negocial do Banco em 2000.



	R\$ milhões	
Demonstração do Fluxo de Caixa	1999	2000
Lucro Líquido do Exercício	843	974
Despesas e Receitas que não afetam o Caixa	617	509
Lucro Líquido Ajustado	1.460	1.483
Aplicação nas Operações	-1.622	-10.515
Caixa Utilizado pelas Operações	-162	-9.032
Fluxos de Caixa Provenientes das Atividades de Financiamento	-3.172	10.874
Fluxos de Caixa Provenientes das Atividades de Investimento	4.400	-1.929
Variação Líquida de Caixa	1.066	-87
Demonstração da Variação do Caixa	1999	2000
No início do período	1.928	2.994
No fim do período	2.994	2.906
Aumento das Disponibilidades	1.066	-87

O Banco, a partir de seu resultado ajustado e da atividade de financiamento, reuniu R\$ 12,4 bilhões de recursos que foram empregados para expandir aplicações de liquidez e, principalmente, operações de crédito. O crescimento de 24,2% alcançado em 2000 nessas operações, consumiu R\$ 7 bilhões de recursos. Tal fluxo não trouxe significativa mudança na posição do caixa encerrado em 31 de dezembro de 2000.

	R\$ milhões
Geração de Caixa	
Lucro Líquido Ajustado	1.483
Atividade de Financiamento	10.874
Caixa Gerado	12.357
Consumo de Caixa	
Aplicação das Operações	-10.515
Atividade de Investimento	-1.929
Caixa Utilizado	-12.444
Disponibilidade Gerada/Consumida	-87

Desempenho dos Negócios

Crescimento de 114%
na Carteira de Crédito
Direto ao Consumidor

Evolução de 57%
na Carteira de Crédito
Comercial

17% de participação
na captação total



bb.com.br
e-pronto

Negócios com Pessoas Físicas

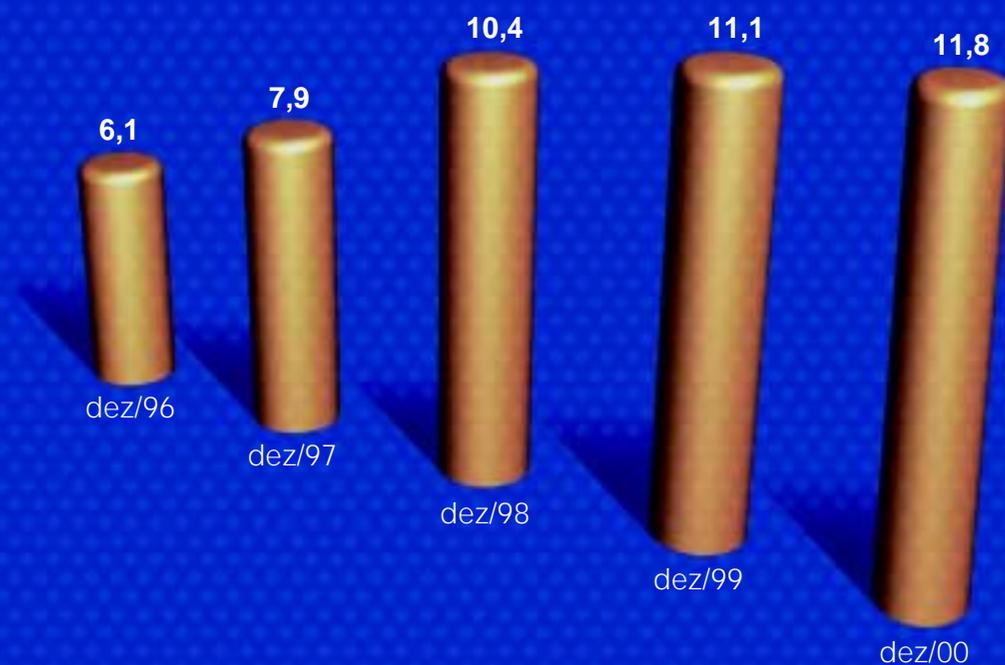
O Banco encerrou o ano com 11,8 milhões de clientes Pessoa Física, dos quais 5,6 milhões recebem proventos pelo BB. O incremento anual foi de 16,5%. Desse total, 5,9 milhões de contas são especiais, número 39,9% superior a 1999. O crescimento decorreu, em parte, do programa de segmentação e relacionamento com clientes, implantado em 2000, e do lançamento da Conta Especial Eletrônica, que obteve adesão de 995 mil clientes desde o lançamento, em setembro de 1999.

Líder no mercado de títulos de capitalização

Vice-líder no mercado de previdência privada

Base de Clientes Pessoa Física

em milhões

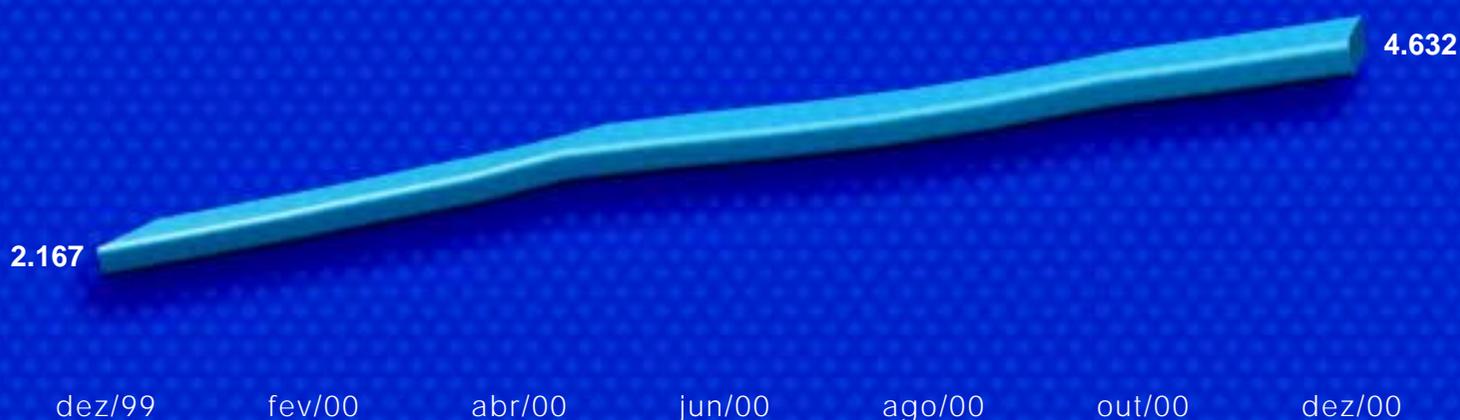


O número de convênios de pagamentos a terceiros cresceu 57,2%, envolvendo o volume de R\$ 106,8 bilhões. Significa evolução de 65% nos recursos em relação a 1999 (R\$ 64,7 bilhões).

A carteira de Crédito Direto ao Consumidor totalizou 5,4 milhões de operações e volume contratado de R\$ 6,9 bilhões, com incremento de cerca de 100% em relação a 1999. A participação do BB passou de 8% para 10% nesse mercado, atingindo saldo de R\$ 4,6 bilhões no final do exercício. Foram fatores determinantes a diversificação de produtos, as taxas competitivas, a automatização da concessão do crédito e a ampliação de prazos de 18 para 24 meses.

CDC

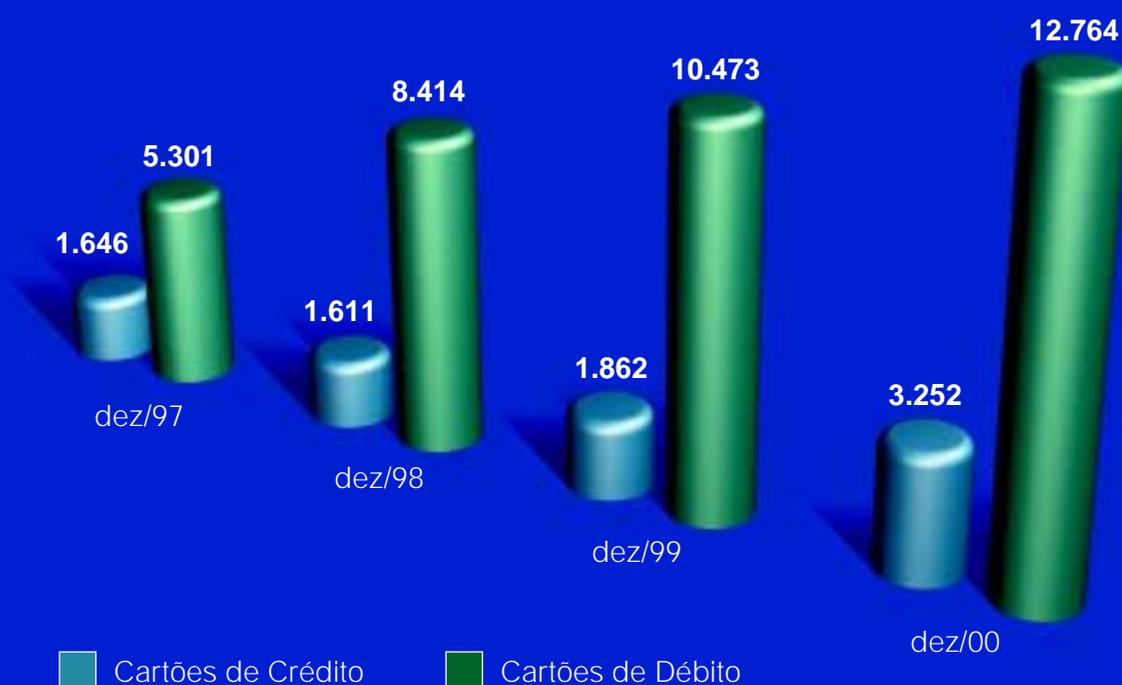
R\$ milhões



A base de cartões de crédito BB cresceu 72,9%, equivalente a 1,4 milhão de cartões emitidos. A base atual é constituída por 3,3 milhões de cartões de crédito e 12,8 milhões de cartões de débito. Nas duas modalidades o BB fatura cerca de R\$ 7 bilhões por ano, constituindo-se no maior banco do País no critério faturamento de cartões. Foram inseridas nos cartões de crédito Ourocard as funções débito Electron e Maestro, para permitir ao cliente optar, no ato da compra, pelo pagamento a débito de sua conta corrente ou no vencimento da fatura do seu cartão de crédito.

Quantidade de Cartões

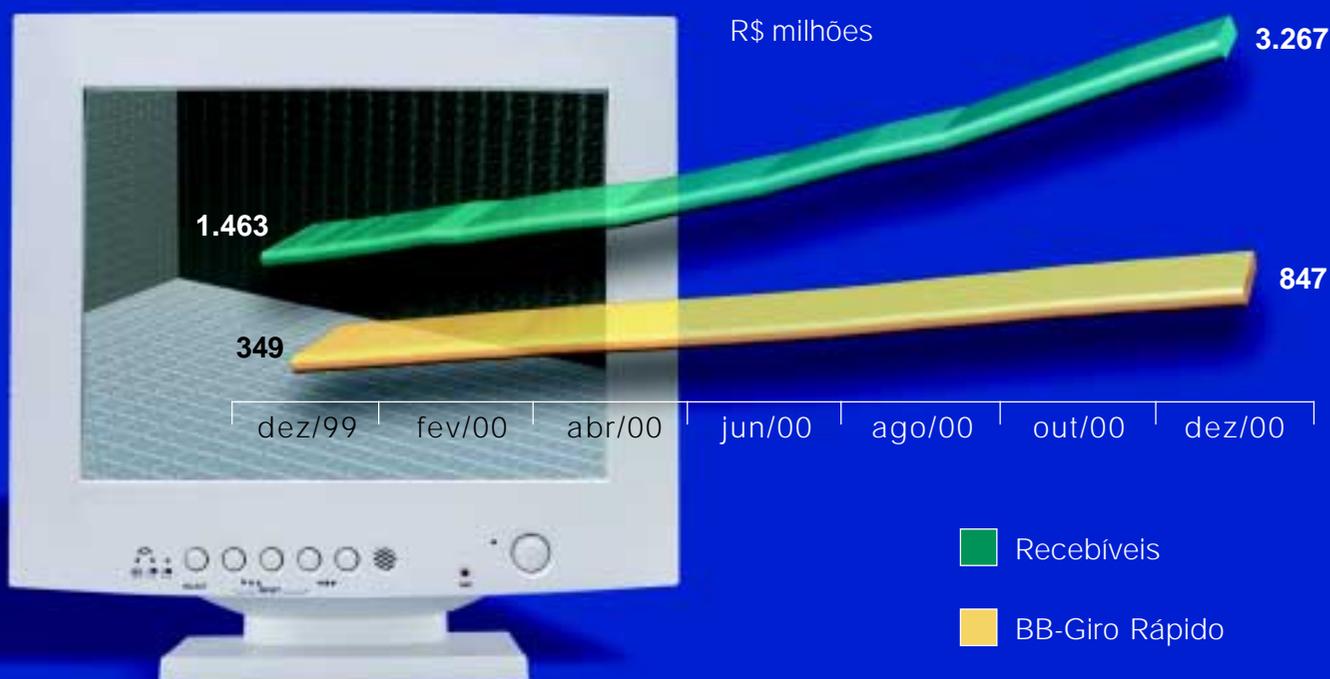
em mil



Negócios com Pessoas Jurídicas

O BB focou atuação na fidelização dos clientes Pessoa Jurídica e dedicou atendimento diferenciado aos segmentos de empresas corporativas, médias, micro e pequenas. Encerrou o ano com 863 mil contas correntes, incremento de 14% em relação a 1999. A carteira de Crédito Comercial evoluiu 57%, atingindo R\$ 7,2 bilhões. As operações com base em recebíveis apresentaram saldo superior a R\$ 3,2 bilhões, com crescimento de 123% e o BB Giro Rápido, crédito automatizado para pessoas jurídicas, cresceu 142,7% perfazendo o saldo de R\$ 847 milhões ao final do exercício.

Destaques do Crédito Comercial



A carteira corporativa é composta por 472 grupos empresariais que, juntos, contemplam 1.175 empresas. Houve incremento de 28% na quantidade de clientes corporativos. O sistema de formação e gerenciamento de carteiras de Pessoa Jurídica, de médio e grande portes, conta com 1.293 carteiras compostas por 73.953 clientes (crescimento de 27,4%), que recebem atendimento diferenciado do Gerente de Contas.

No âmbito do Programa Brasil Empreendedor - voltado para o fortalecimento das micro e pequenas empresas e empreendedores do setor informal da economia - o BB, alinhado com o Governo Federal no esforço de gerar emprego e renda, firmou 446 mil operações e finalizou o ano com volume de R\$ 4,1 bilhões contratados.

Negócios com o Setor Público

O Banco do Brasil é o principal agente financeiro da União e, com a privatização de bancos estaduais, tornou-se o banco oficial de sete Estados. O relacionamento com o Setor Público reflete-se no incremento de negócios e na abertura de novas contas com pessoas físicas e jurídicas integrantes do governo federal, e dos governos estaduais e municipais, sem aumentar o nível de exposição do BB nesse setor.

Em sintonia com a melhoria da arrecadação tributária dos entes públicos, o Banco do Brasil desenvolveu sistemática pioneira de cobrança administrativa da dívida ativa. Até dezembro de 2000, atendeu cinco Estados e 453 municípios.

Foram firmados 759 convênios do BB Conta Única no ano, totalizando 1.609 desde o lançamento, em 1999. Essa solução tecnológica possibilita gerir os recursos públicos de forma abrangente e simplificada e se constitui em instrumento de auxílio ao gestor estadual e municipal no cumprimento da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Carteira de Crédito

No encerramento do exercício a carteira de crédito do BB apresentou equilíbrio entre os volumes emprestados para negócios rurais e agroindustriais, com 41% do total, e para os segmentos de varejo e comercial, com 42%. Essa configuração da carteira de crédito indica que o Banco mantém sua estratégia de contribuir para o desenvolvimento do agronegócio no Brasil, bem como fortalecer sua posição de maior banco de varejo da América Latina.

Evolução da Composição Percentual das Operações de Crédito

Somente Operações de Crédito no País



Captação e Mercado de Capitais

O BB consolidou sua liderança na captação de recursos, com aumento de 17,3% nas captações totais, incluindo fundos e mercado aberto.

Captação	Saldo R\$ bilhões		Varição
	Dez/99	Dez/00	%
Poupança	20,0	20,0	0,0
Depósitos à Vista	12,6	16,1	27,8
Depósitos a Prazo	37,1	26,3	-29,1
Mercado Aberto	14,8	28,1	89,9
Fundos	29,5	43,2	46,4
Total	114,0	133,7	17,3

A preferência de grandes clientes por operações compromissadas com títulos públicos e a estratégia do BB de estimular a captação dos fundos de investimento provocaram redução de 29,1% nos depósitos a prazo e aumento de 89,9% nas operações de mercado aberto e de 46,4% em fundos.

O nível de captação junto a instituições financeiras internacionais atingiu US\$ 1,9 bilhão e superou em 38% o volume de 1999. Os recursos captados junto a pessoas jurídicas no exterior totalizaram US\$ 1,5 bilhão, com incremento de 13%. No mercado de pessoas físicas, a captação externa atingiu US\$ 1,4 bilhão, com destaque para os depósitos em poupança de brasileiros no Japão, uma elevação de 9,5% no volume total.

Em fevereiro de 2000, seguindo a estratégia de criar produtos e serviços diferenciados, o Banco do Brasil lançou família de fundos exclusiva para o perfil de cada segmento de mercado. Passou também a atuar nas áreas de Governança Corporativa e *Private Equity*, direcionadas a investidores institucionais.

Ao final do ano, o Banco do Brasil totalizava R\$ 47,9 bilhões de recursos administrados, divididos entre 147 fundos captados no Brasil (R\$ 43,2 bilhões), 34 carteiras administradas (R\$ 4,7 bilhões), três fundos captados no exterior (R\$ 58,1 milhões) e um Clube de Investimento (R\$ 2,8 milhões). Mantém a liderança ininterrupta na administração de fundos de investimento desde 1994, com participação de mercado equivalente a 14,8%.

O Banco do Brasil é um dos principais agentes de *underwriting* doméstico, liderando o *ranking* Anbid, tanto em originação como em distribuição de *debêntures* e commercial papers. Em 2000, coordenou 15 emissões no montante de R\$ 5,1 bilhões e estruturou negócios de fusões, aquisições e privatizações.

Agronegócio

Em 2000, o Banco do Brasil inovou mais uma vez no segmento de Agronegócios. Lançou a BB CPR Financeira, modalidade de Cédula de Produto Rural que permite ao produtor captar recursos no mercado, mediante compromisso de resgatar o título financeiramente. O lançamento da modalidade incrementou em 468,2% o volume de Cédulas avalizadas pelo Banco, totalizando R\$ 594 milhões no ano. O desempenho consolida a CPR como fonte alternativa de financiamento do setor rural com recursos do mercado.

Foram disponibilizados R\$ 6 bilhões ao setor agrícola, vinculados a 863 mil contratos, média de R\$ 7 mil por operação, numa estratégia de pulverização do crédito rural e do risco dessas operações.

O Banco ampliou os negócios com produtores rurais e com os demais agentes da cadeia produtiva do agronegócio - fabricantes e revendedores de máquinas e implementos agrícolas, de fertilizantes e outros insumos, agroindústrias e exportadores.

Comércio Exterior

Foram contratadas 20.242 operações de Adiantamento sobre Contratos de Câmbio e Adiantamento sobre Cambiais Entregues - ACC/ACE, equivalentes a US\$ 5,1 bilhões.

O Banco do Brasil é o agente financeiro da União para a condução do Programa de Financiamento às Exportações (Proex), tanto na modalidade Financiamento quanto na de Equalização. Foram aprovadas 5.357 operações, envolvendo US\$ 11,9 bilhões, para 475 empresas exportadoras.

Na modalidade Financiamento, conduzida exclusivamente pelo Banco do Brasil, as exportações atingiram o montante de US\$ 1,4 bilhão, envolvendo 346 empresas. Desse total, US\$ 625,9 milhões foram aprovados para 224 exportadores de pequeno e médio portes, dentro do esforço do Banco do Brasil de inserir esse segmento no mercado internacional.

Retorno das Participações em Empresas

Aliado ao resultado da intermediação financeira, o retorno das participações do BB em empresas de cartão de crédito, seguros, previdência privada e capitalização demonstra o crescimento do consumo de negócios não-bancários e o ganho obtido nos investimentos do Banco.

	R\$ milhões	
	Valor contábil do Investimento	Resultado de Equivalência
BB - Administradora de Cartões de Crédito S.A.	85	54
BB - Corretora de Seguros e Admin. de Bens S.A.	35	15
Brasilseg Participações S.A.	133	14
Cia. de Seguros Aliança do Brasil	127	56
Brasilprev	53	8
Brasilcap	56	27
Cia. Brasileira de Meios de Pagamento	88	45
Outras Participações	418	71
Total	995	290

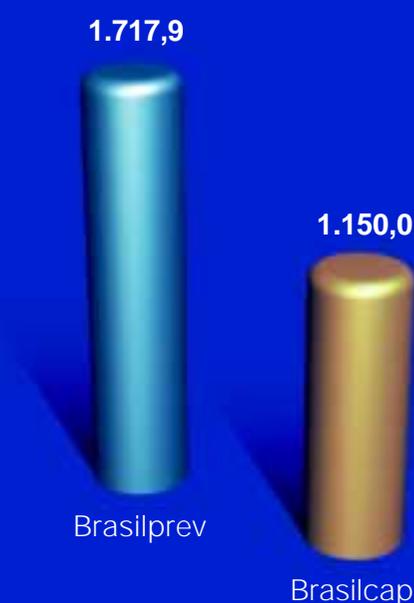
Retorno das Participações do BB

R\$ milhões



Previdência e Capitalização

Volume Administrado / R\$ milhões



bb.com.br









e-pronto



2,6 milhões
de usuários
cadastrados
na Internet

bb.com.br

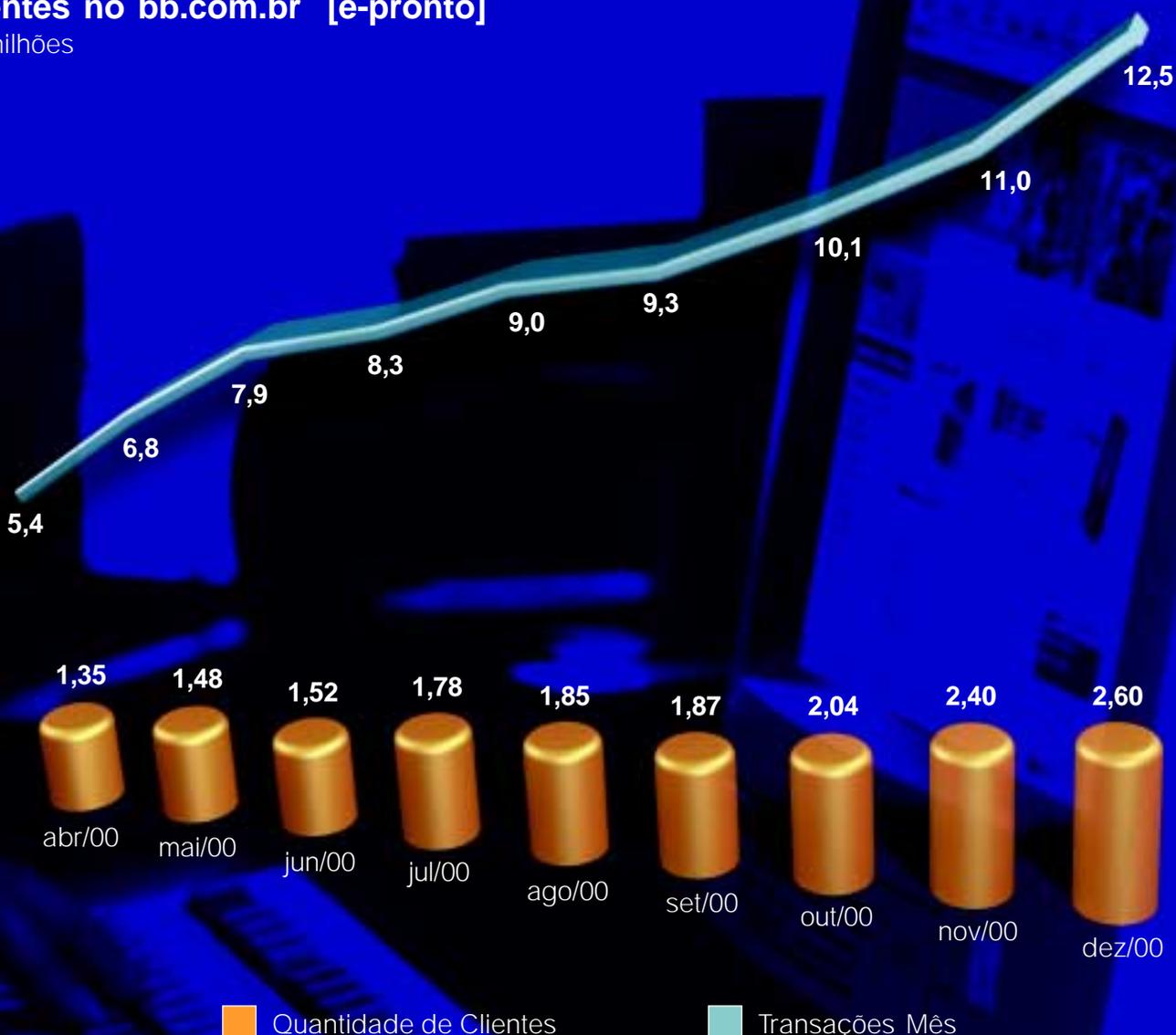
Para manter a liderança nos mercados em que atua, o BB investiu R\$ 60 milhões no desenvolvimento de negócios virtuais e no lançamento, em maio, do Portal Banco do Brasil na Internet. O Portal, que permite realizar mais de 70 tipos de transações, oferece serviços e informações bancárias e *sites* especializados em investimentos, agronegócios, esportes e cultura.

Disponível desde maio, o *site* investimentos-e.com.br possibilita ao investidor simular risco e rentabilidade e obter informações atualizadas sobre os mercados nacional e internacional. Em novembro, o Banco criou, de forma pioneira, *site* específico para investidores institucionais, como fundos de pensão, seguradoras e empresas de capitalização - o bbinstitucionais.com.br.

O site **agronegocios-e.com.br** marcou o ingresso do BB, em julho, no comércio eletrônico. Traz serviços de interesse do produtor rural e permite a realização de negócios, muitos deles em tempo real. Os negócios realizados foram da ordem de R\$ 37 milhões e o volume ofertado atingiu R\$ 4,7 bilhões, num universo de mais de 31 mil usuários cadastrados.

Com a assinatura **bb.com.br [e-pronto]**, o Banco lançou, em setembro, campanha nacional de popularização do uso da Internet. Entre as ações promocionais, destacam-se a instalação de quiosques com acesso à Internet em mil pontos de atendimento e a disponibilização de R\$ 2 bilhões para financiar microcomputadores e telefones celulares *Wap*. A iniciativa elevou para 12,5 milhões mensais o número de transações bancárias pela Internet e para 2,6 milhões o total de clientes com acesso aos serviços do Auto-Atendimento BB via rede mundial (19,2% da base de clientes).

Cientes no **bb.com.br [e-pronto]** em milhões



Canais de Distribuição

O BB está presente em 2.609 cidades brasileiras, com 7.498 pontos de atendimento.



bb.com.br
e-pronto

Distribuição Percentual no País da Rede BB



O Banco dos Brasileiros

O BB está presente em 2.609 cidades brasileiras, com 7.498 pontos de atendimento (2.908 agências, 2.721 postos de atendimento eletrônico, 1.463 de atendimento bancário e 406 outras unidades), quantidade 4,6% maior que a de 1999. A presença maciça no território nacional representa vantagem competitiva em ambiente de desconcentração dos pólos de desenvolvimento dos grandes centros para o interior do País.

Em 2000 teve continuidade o processo de melhoria da disposição geográfica da rede de atendimento, com abertura de 71 novas agências e desmembramento de 89 em 106 agências de menor escala. Desse total, 63,2% estão nas Regiões Sul e Sudeste.

Os clientes contam com mais de 30 mil terminais de Auto-Atendimento, a maior rede da América Latina, além de acesso eletrônico via *Palm Top*, Internet e celular. As empresas podem realizar 74 diferentes transações *on-line* por meio do *BB Office Banking*, já utilizado por 153,4 mil clientes Pessoa Jurídica.

Presença Global

A rede externa do Banco do Brasil é composta por 21 agências, três subagências, cinco unidades de negócios e quatro subsidiárias, distribuídas por 21 países. Tem por objetivo identificar oportunidades negociais e criar soluções que atendam às necessidades de empresas brasileiras e estrangeiras no comércio exterior, em serviços financeiros e negócios internacionais e em consultoria.

Terminais de Auto-Atendimento foram instalados em Miami e Nova Iorque (EUA), como parte da estratégia de diversificação dos pontos de distribuição e aumento das opções de atendimento para os brasileiros que negociam ou viajam ao exterior. A Empresa está preparada para ampliar esse serviço para outros países, sempre que o potencial de negócios o recomendar.

O BB estabeleceu políticas e estratégias de relacionamento e negócios para 1.800 bancos correspondentes no mundo, cobrindo os cinco continentes. Realizou mais de 654 mil operações de cobrança, garantias, cartas de crédito e ordens de pagamento, num total de mais de US\$ 30 bilhões, o que representa incremento de 21% em relação a 1999.

Para o primeiro semestre de 2001, está prevista a abertura de subagência em Gunma, Japão. Com essa iniciativa, o Banco passará a atuar com quatro pontos no Japão e ampliará as opções de atendimento aos brasileiros residentes naquele país.

Gestão de Riscos

O percentual das Operações de Crédito classificadas como AA, A e B situou-se em 83%.



bb.com.br
e-pronto

Risco de Crédito

Em 2000 o Banco concluiu o sistema auxiliar de registro tributário de operações vencidas, em cumprimento à Resolução 2.682 do CMN. Com isso, encerrou o ano com melhor qualidade na carteira de créditos e tornou os indicadores da Empresa compatíveis com os de mercado. Iniciou o aperfeiçoamento do modelo de gestão de risco de crédito, com apoio da consultoria A.T.Kearney, e adequou-se aos novos critérios de classificação de risco de operações de crédito e às novas regras para constituição de Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa - PCLD. O percentual de operações classificadas como risco AA, A e B situou-se em 83% e risco H em 4,1% do total da carteira. A nota explicativa nº 6, das Demonstrações Contábeis, mostra a distribuição da carteira de crédito, por setor de atividade, prazo de vencimento e nível de risco.

Risco de Mercado

No decorrer do ano 2000, o Banco consolidou o processo de tomada de decisão relacionada a riscos financeiros. O Comitê de Gerenciamento Integrado de Ativos e Passivos foi reformulado, passando a contar com a participação da

Diretoria, além dos executivos das áreas de Riscos, Finanças, Internacional e Assessoramento Econômico. O Comitê examina e decide sobre questões relacionadas ao gerenciamento dos ativos e passivos no âmbito do Conglomerado.

Entre as decisões do Comitê em 2000, destaca-se a definição e revisão de limites de riscos para as carteiras de *trading* doméstico e internacional e para a gestão de fundos e carteiras administradas. Além disso, foram aprovadas as Diretrizes de Gestão de Riscos de Mercado e Liquidez e atualizado o Plano de Contingência de Liquidez do Conglomerado.

Em relação à exigência de capital referente a riscos de mercado, a Resolução Bacen 2.606, de 27.05.99, estabeleceu limites e exigência de capital relacionados à exposição em moedas estrangeiras e ouro. O Banco prosseguiu com a estratégia de redução dessa exposição, atingindo no ano 2000 o objetivo de não precisar alocar capital relacionado à exposição cambial. Por sua vez, a Resolução Bacen 2.692, de 24.02.00, estabeleceu os critérios para exigência de capital para operações com taxas de juros prefixadas. A situação do BB referente à exigência de capital para os riscos mencionados pode ser observada nos gráficos abaixo:

Risco de Taxa de Câmbio

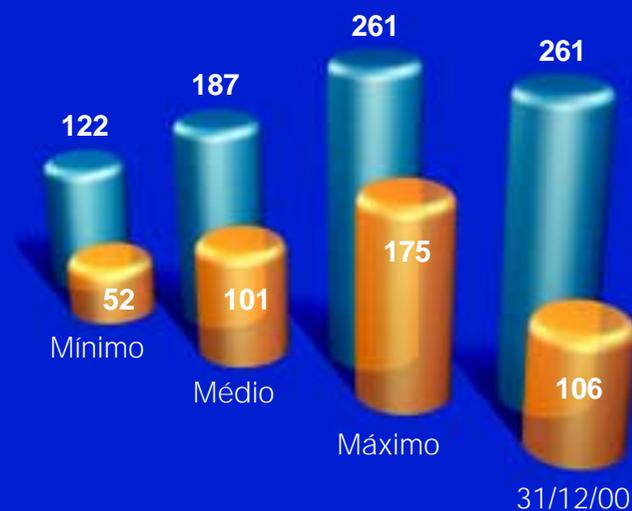
R\$ milhões



■ PLE* ■ Exposição cambial

Risco de Taxa de Juros Prefixada

R\$ milhões



■ PLE ■ VaR

* PLE: Patrimônio Líquido Exigido.

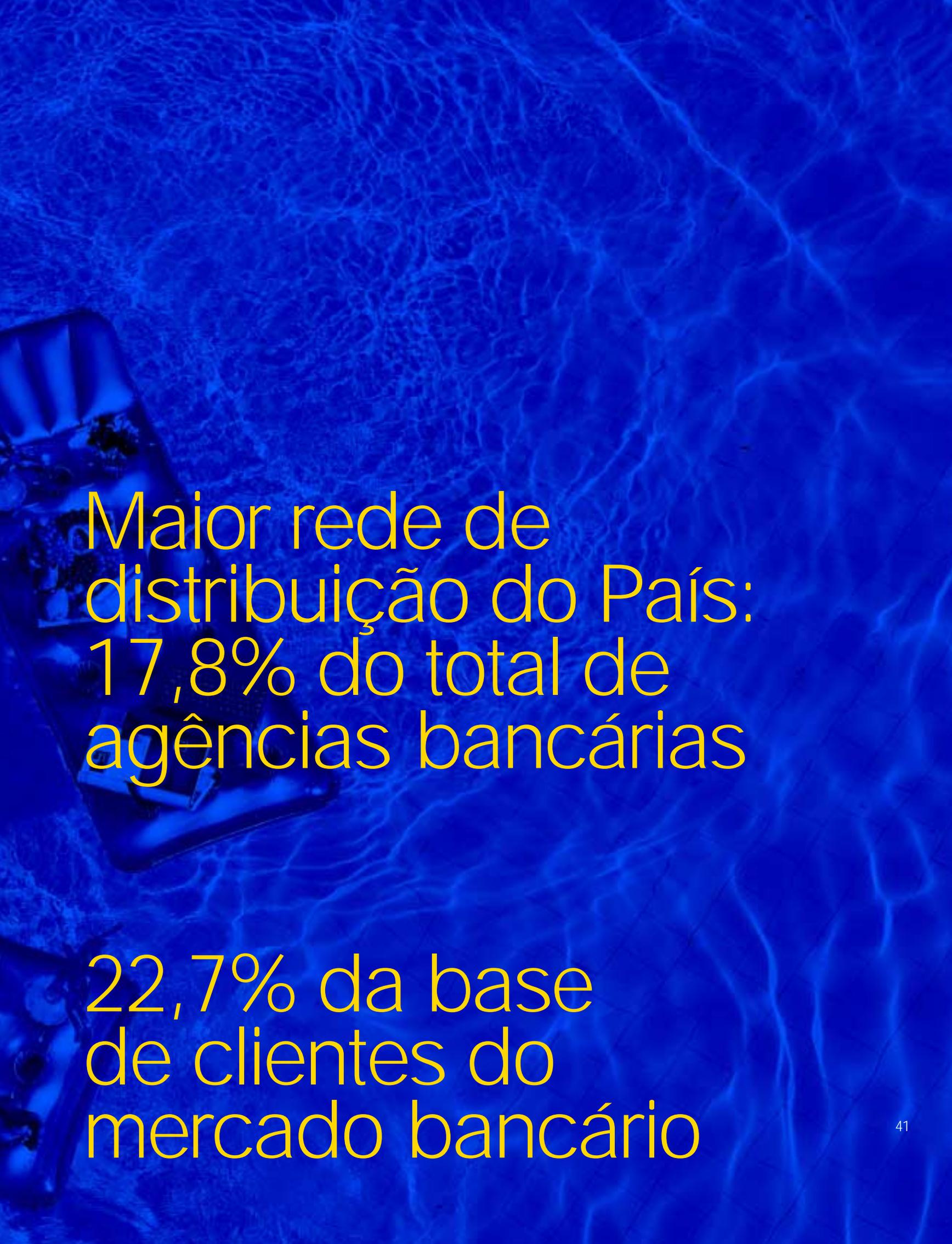
A importância que o Banco do Brasil dá à gestão de riscos reflete-se na profissionalização e empenho de seus funcionários. Os quadros da Empresa já contam com executivo aprovado em exame de certificação internacional para *Financial Risk Manager* promovido pela Associação Global de Profissionais de Risco - GARP.

Anualmente, a GARP realiza exame para certificar os conhecimentos dos profissionais que atuam na área. O rigor e a seriedade da GARP têm incentivado instituições financeiras a inscreverem os seus melhores profissionais no FRM, para comprovar a sua habilidade em gestão de riscos, aumentando a sua credibilidade no mercado, especialmente perante seus investidores e acionistas.

Risco Operacional, Controles Internos e Compliance

O Banco redefiniu e implementou sua nova política de controles internos para adequar-se às exigências do mercado em relação aos controles internos e *compliance* e para minimizar os riscos operacionais, entre outras estratégias. Ajustou as estruturas administrativas e operacionais e finalizou o ano com 17 Núcleos de Controle Operacional com estrutura de 564 funcionários, sendo que 485 são representantes de controle na rede. Iniciou a adequação de processos, produtos, serviços e sistemas informatizados ao novo Sistema de Pagamentos Brasileiro, em reestruturação pelo Banco Central. Nesse novo cenário, começou a identificar negócios que constituirão diferencial competitivo e que potencializarão a rentabilidade do Banco do Brasil.

Em 2000, o Banco do Brasil em parceria com a Algorithmics, iniciou a implementação de Cálculo e Gestão de Risco Operacional - *Algo WatchDog*. Essa é a primeira iniciativa para a criação de um sistema de mensuração do risco operacional no Brasil. O Banco escolheu como piloto do sistema, a área de compra e venda de ações *on-line*, onde seu objetivo é avaliar as possíveis perdas do banco ocorridas durante o processo de compra e venda de ações para clientes, identificando os pontos de falha, mensurando as possíveis perdas decorrentes destas e implementando um mecanismo de otimização de processos que considera a melhor relação de custo-benefício.



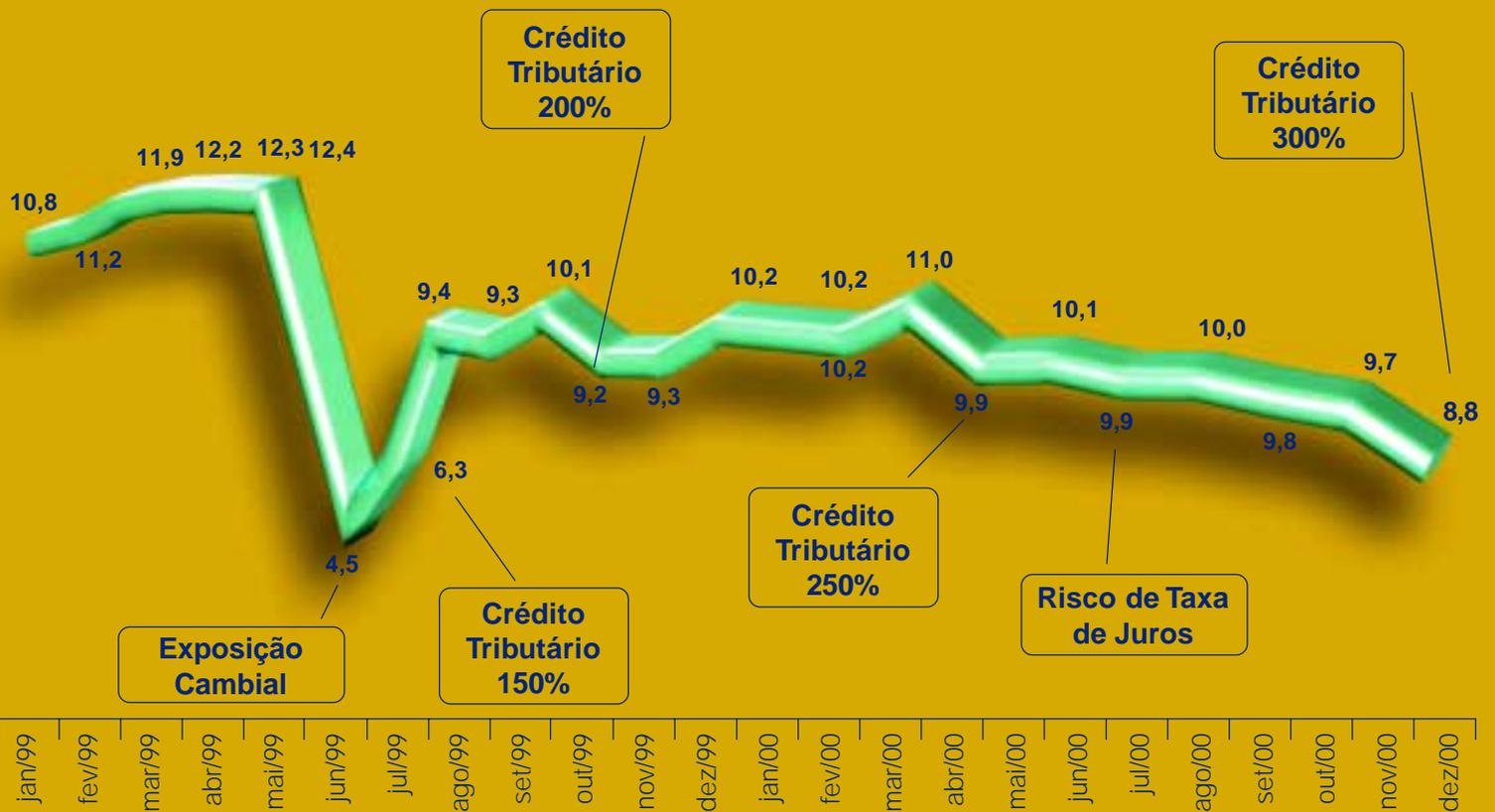
Maior rede de
distribuição do País:
17,8% do total de
agências bancárias

22,7% da base
de clientes do
mercado bancário

Índice de Adequação do Capital



bb.com.br
e-pronto



O Banco Central vem implementando, desde meados de 1999, alterações na metodologia de cálculo do coeficiente "k" para adequação do capital dos bancos à exposição ao risco de crédito, de câmbio e de taxa de juros. A Circular Bacen 2.916, de 06.08.99, alterou ainda a ponderação dos créditos tributários no cálculo dos ativos ponderados pelo risco em escala progressiva até 300% em dezembro de 2000. Como consequência, o BB encerrou o exercício com índice de 8,8%, contra 9,2% em 1999.

O Banco do Brasil vem adotando diversas medidas para estar em conformidade com o índice mínimo de adequação de capital exigido pelo Banco Central (11%). Dando continuidade aos esforços empreendidos, serão adotadas novas medidas para enquadrar o Banco nos níveis mínimos requeridos, nos prazos permitidos pelo Banco Central.

Os ativos ponderáveis pelo risco apresentam a seguinte composição, no Balanço Consolidado:

	R\$ milhões	
	31/12/2000	31/12/1999
Total sujeito a risco zero	65.178	52.946
Total sujeito a risco 20%	2.549	2.583
Total sujeito a risco 50%	14.095	23.417
Total sujeito a risco 100%	40.567	32.656
Total sujeito a risco 200%	-	12.445
Total sujeito a risco 300%	12.313	-
Total de ativos ponderáveis pelo risco	134.702	124.047

21%
dos depósitos totais
do mercado*

* Incluindo captações no mercado aberto.

Gestão de Pessoas

A presença feminina no Banco teve como marco o ano de 1969, com o primeiro concurso para a carreira administrativa que admitiu mulheres. Hoje, elas representam 35% do quadro.



bb.com.br
e-pronto

O Diferencial BB: ambiente de trabalho e aprimoramento funcional

O fortalecimento do compromisso de nossas equipes com os objetivos e metas da Empresa contribuiu para o alcance dos resultados. A força de trabalho é composta por 78.201 funcionários e 462 contratados temporários. A Empresa conta, ainda, com a colaboração de 12.267 estagiários. O aumento de 12,6% observado no número de funcionários deve-se à substituição de contratados temporários por funcionários do último concurso. A medida visou garantir o bom atendimento aos clientes e apoiar as estratégias de relacionamento e expansão da rede.

Distribuição do Corpo Funcional



Atualmente, 44,3% dos profissionais da Empresa têm curso superior completo e 24,7%, incompleto. Em continuidade ao processo de capacitação, foram proporcionadas, em média, mais de 90 horas de treinamento por funcionário. O Programa de Formação e Aperfeiçoamento em Nível Superior contemplou 3.339 funcionários.

Escolaridade

Primário	4.587
Secundário	19.692
Universitário incompleto	19.279
Universitário completo	34.308
Mestrado/Doutorado	335
Total	78.201

O ambiente de trabalho interfere na motivação e na criatividade dos funcionários de uma empresa. Coerente com esse princípio, o Banco do Brasil pesquisa a percepção do seu quadro funcional sobre o ambiente de trabalho na Organização. Ao identificar as percepções dos funcionários, os dados da Pesquisa de Clima Organizacional possibilitam a adequação das diretrizes e políticas de gestão de pessoas.

Em 2000, em um dos maiores levantamentos de percepção de clima organizacional do mundo, 71.510 funcionários responderam à pesquisa, que é composta por três dimensões e sete fatores. De modo geral o funcionário do Banco do Brasil considera satisfatório seu ambiente de trabalho. O fator recompensa é o único item insatisfatório e para mitigar essa situação o Banco oferece, além dos benefícios assistenciais, previdenciários, de segurança e saúde, a participação nos lucros e resultado, que é uma remuneração variável vinculada ao atingimento de metas e às diretrizes estratégicas da Empresa.

Dimensões	Fatores	1998	1999	2000
Ocupacional	Desenvolvimento	4,2	4,3	4,4
	Organizacional	4,5	4,7	4,8
Psicossocial	Recompensa	3,1	3,1	3,5
	Condições	4,4	4,6	4,7
	Estilo de Gerência	4,8	4,8	4,8
	Reconhecimento	4,5	4,6	4,6
	Comprometimento Organizacional	4,7	4,7	4,8
	Autogestão da Equipe	4,7	4,8	4,8

Parâmetros: 1 a 2,59 - crítico / 2,60 a 3,99 - insatisfatório / 4,00 a 4,99 - satisfatório / 5,00 a 6,00 - desejável

Reconhecimento Institucional

Os diversos prêmios recebidos durante o ano 2000 confirmam a vocação do Banco do Brasil para ser o banco dos brasileiros.



bb.com.br

e-pronto

O reconhecimento dos atributos da marca Banco do Brasil ultrapassa a qualidade de seus produtos e serviços. Está presente também na percepção da sociedade sobre as ações que a Empresa realiza na área social, no apoio à cultura e ao esporte. Esse diferencial evidencia-se em pesquisas e na conquista de prêmios. Em pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria - CNI e pelo Grupo Ibope no mês de maio/2000, o Banco do Brasil foi destaque no setor público pelo alto padrão de qualidade. A maioria absoluta (93%) dos entrevistados disse confiar no BB. Entre os correntistas o percentual avança para 95%. A pesquisa registrou 85% de usuários satisfeitos ou muito satisfeitos com o serviço prestado.

Os prêmios recebidos durante o ano 2000 confirmam a pesquisa e a vocação do Banco do Brasil para ser o banco dos brasileiros:

Top of Mind - em pesquisa nacional realizada pelo Instituto Datafolha, o Banco do Brasil fez jus ao prêmio Top of Mind na Categoria Banco, por ter sido o mais lembrado (39%) pelo público entrevistado.

Exportador do Ano - o Banco do Brasil foi destaque em serviços na área de comércio exterior, recebendo o Prêmio Exportador do Ano pela Câmara de Comércio Argentino-Brasileira.

Prêmio Nacional Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial - o Balanço Social 1999 e o vídeo de comunicação interna "Para Entender a Imprensa" foram eleitos, em âmbito nacional, os melhores do ano pela Aberje.

Prêmio Regional Aberje (Região Centro-Oeste/Leste) - o Banco do Brasil recebeu prêmios nas seguintes categorias:

Assessoria de Imprensa — case "O Primeiro Recall Financeiro do Brasil"

Veículo de Comunicação Mais Inovador — Agência de Notícias

Relatório da Administração - Relatório Anual 1999, com o tema "O Banco que mais investe no Brasil"

Balanço Social

Vídeo de Comunicação Interna

Top de Internet e Top New Media - o Banco do Brasil recebeu os prêmios Top de Internet e Top New Media, da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil, pelos cases "Portal Banco do Brasil" e "Site Agronegócios-e".

Qualidade RS 2000 - o BB é a primeira instituição financeira a receber o Prêmio Qualidade RS 2000, do Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade. A seleção segue os mesmos critérios do Prêmio Nacional de Qualidade do Governo Federal.

Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente - o Banco do Brasil levou, com o BB Responde, o prêmio de melhor serviço de atendimento a clientes (SAC), no segmento instituições financeiras. O prêmio foi instituído pela revista "Consumidor Moderno", uma das mais importantes do País na área de temas de interesse do consumidor.

Top3 - o Portal do Banco do Brasil foi eleito um dos três melhores do Brasil na Categoria Banco, no concurso Ibest 2000, considerado o "Oscar" da Internet nacional.

Mérito Lojista - o Banco do Brasil foi eleito o melhor banco por mais de 30 mil lojistas de todo o País. O Prêmio Mérito Lojista 1999 foi concedido pela Câmara Nacional dos Dirigentes Lojistas - CDL.

Novos Desafios

Atender o cliente,
alcançar resultados
crescentes e ser útil
à sociedade.



bb.com.br
e-pronto

Banco do Brasil: atender o cliente, alcançar resultados crescentes e ser útil à sociedade.

O Banco do Brasil inicia o ano 2001 confiante e seguro para superar desafios e descobrir novas oportunidades de negócios, sempre atento às necessidades dos clientes. Reforçará o diferencial da marca Banco do Brasil sob o conceito de competitividade, solidez e tradição aliado ao compromisso com as comunidades e o País, para cumprir sua missão de ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e ser útil à sociedade.

Membros da Diretoria e dos Conselhos

I - Conselho Diretor

Presidente

Paolo Enrico Maria Zaghen

Diretores

Antonio Luiz Rios da Silva

Leandro Martins Alves

Luiz Fernando Gusmão Wellisch

Marcelo Gomes Teixeira

Ricardo Alves da Conceição

Rossano Maranhão Pinto

Vicente de Paulo Diniz

II - Conselho de Administração

Presidente

Amaury Guilherme Bier

Vice-Presidente

Paolo Enrico Maria Zaghen

Conselheiros

David Zylbersztajn

Eliseu Martins

Karlos Heinz Rischbieter

Paulo Assunção de Sousa

Rubens Sardenberg

III - Conselho Fiscal

Efetivos

Arideu Galdino da S. Raymundo

Carlos Alberto de Araújo

Hugo Rocha Braga

Marcus Pereira Aucélio

Paulo Edgar Trapp

Suplentes

Pedro Paulo B. Lobato

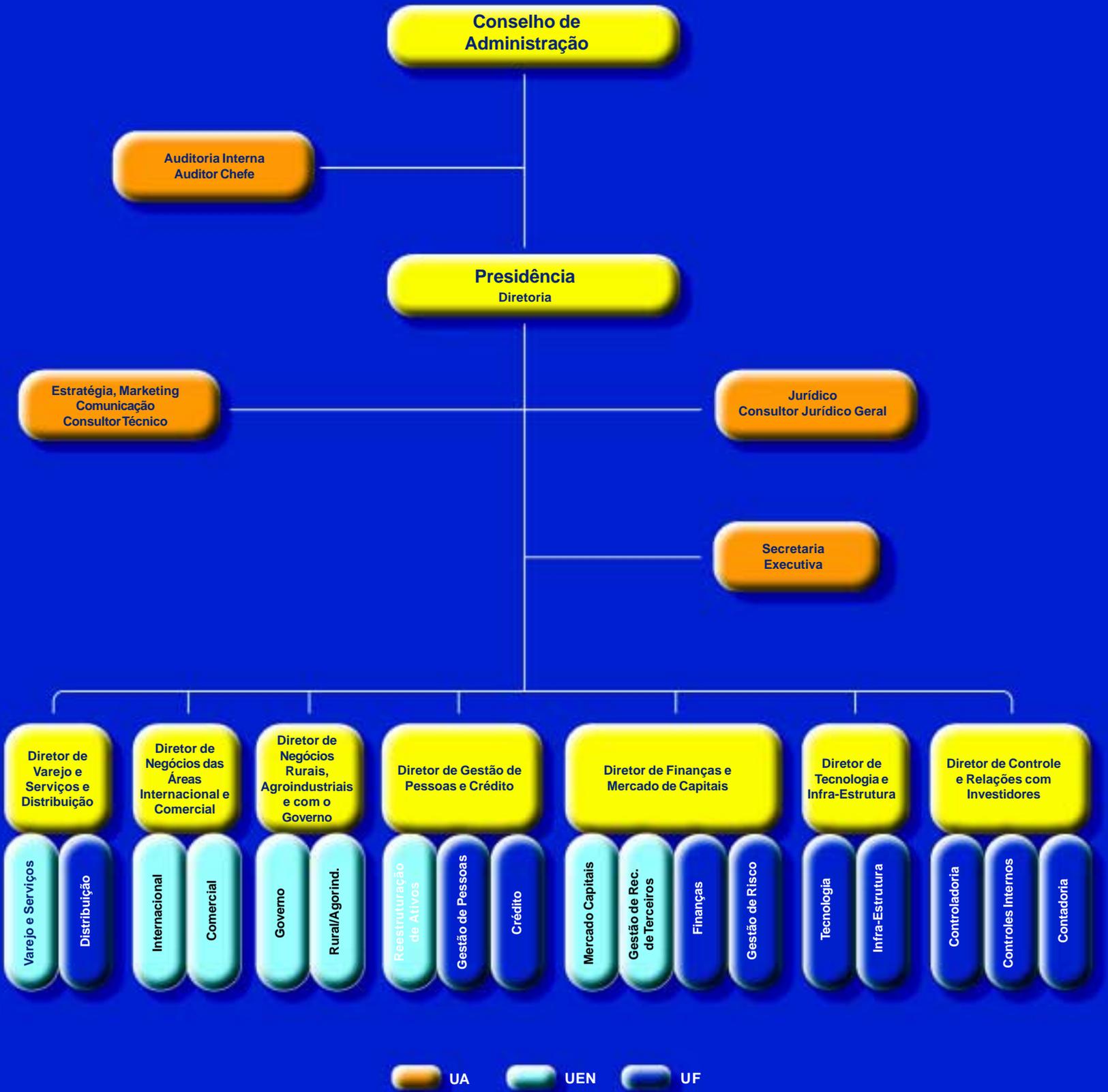
Lacy Dias da Silva

José Antônio Machado

Nadya Vitória Medeiros Evangelista

Roberto Nunes de Miranda

Estrutura Organizacional

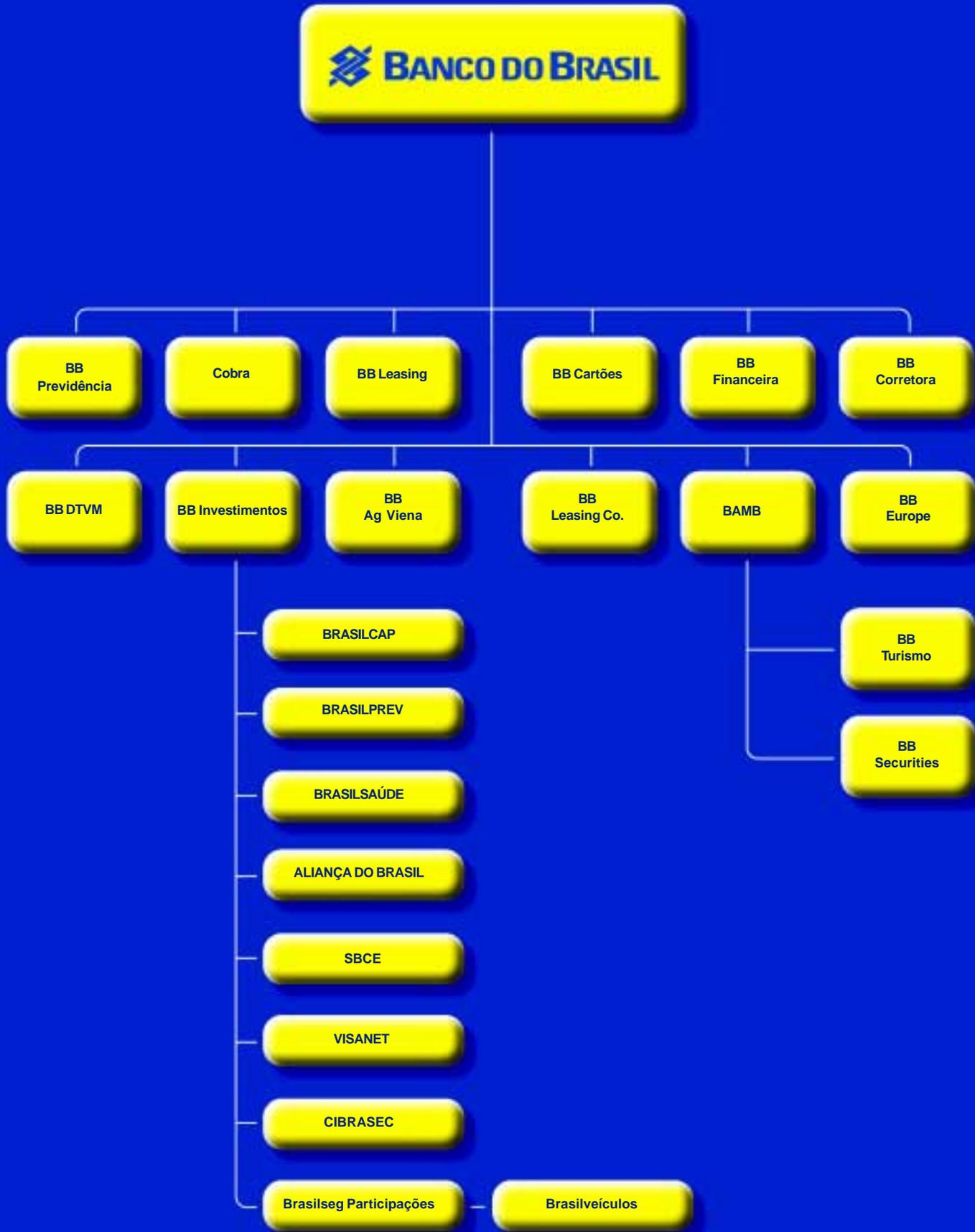


UA - Unidade de Assessoramento

UEN - Unidade de Estratégia de Negócios

UF - Unidade de Função

Estrutura do Conglomerado



Informações Corporativas

Endereços

Banco do Brasil

SBS - Ed. Sede III - 24º andar
70073-901 - Brasília (DF) - Brasil
www.bb.com.br

Presidente

Tel (61) 310 3400
Fax (61) 310 2563

Diretor de Controle e Relações com Investidores

Tel (61) 310 3409
Fax (61) 310 2561

Diretor de Negócios das Áreas Internacional e Comercial

Tel (61) 310 3405
Fax (61) 310 2563

Gerente de Relações com Investidores

SBS - Ed. Sede III - 17º andar
70073-901 - Brasília (DF) - Brasil
Tel (61) 310 5920
Fax (61) 310 3735
e-mail: ri@bb.com.br

Consultor Técnico

SBS - Ed. Sede III - 19º andar
70073-901 - Brasília (DF) - Brasil
Tel (61) 310 3599
Fax (61) 310 2470

BB Responde

0800 78 5678

Relatório Anual 2000

Projeto: **Grottera.com** / The Media Group

Fotos: Miro, Ricardo de Vick, Bob Wolfenson, Marcelo Ruschel, Banco de Imagens

Impressão: Litokromia

Edição: Banco do Brasil - Estratégia, Marketing e Comunicação



BANCO DO BRASIL