

## Diretora revela os planos do Bradesco (BBDC4) para atingir 1 milhão de clientes de alta renda no Principal até 2026

SD ENTREVISTA/São Paulo

Data Veiculação: 01/10/2025

Ao Seu Dinheiro, Daniela de Castro, diretora do Principal, detalhou os pilares da estratégia de crescimento do banco no segmento de alta renda




Quase um ano após o lançamento do **Principal**, o **Bradesco (BBDC4)** já projeta uma expansão ambiciosa no segmento de **alta renda**. Hoje, a carteira do banco soma 150 mil clientes, mas a meta é fechar 2026 com 1 milhão de milionários, afirmou **Daniela de Castro**, diretora do segmento, em entrevista ao **Seu Dinheiro**.

“Temos muita oportunidade de crescimento no Principal, não só de *share*, mas também de clientes, com CPFs que não estão conosco. Queremos estar distribuídos de forma eficiente para atender clientes em todo o Brasil. Essa operação será bem escalada”, disse Castro.

Após [tirar o projeto do papel, em outubro de 2024](#), o Bradesco seguiu uma abordagem conservadora no início, testando o modelo com segurança desde fevereiro deste ano.

Foi só no segundo semestre de 2025 que o banco começou a atuar de forma mais agressiva, convidando clientes já existentes do Bradesco, Prime ou do varejo para migrarem para o Principal.



O objetivo imediato é chegar a 250 mil clientes em outubro e fechar o ano com 350 mil. Para 2026, a meta é trabalhar cerca de 150 mil novos clientes por trimestre, considerando apenas o crescimento orgânico.

“No ano que vem, já queremos vir com mais força também no crescimento a mercado, com um time comercial já nos pontos físicos fazendo novas prospecções. Queremos um crescimento robusto de mercado, chegando a 1 milhão de clientes até dezembro”, afirmou Castro.

O recorte para o Principal é renda a partir de R\$ 25 mil até R\$ 10 milhões. Com a criação do segmento, o Prime foi reposicionado para atender a faixa de R\$ 8 mil até R\$ 25 mil. Já no topo da pirâmide de segmentação, o Private atende clientes acima dos R\$ 10 milhões.


Ao **Seu Dinheiro**, a diretora do Principal detalhou os pilares da estratégia de crescimento do banco no segmento de alta renda — que inclui até planos para cativar os pequenos futuros milionários do país, que hoje são atendidos majoritariamente por bancos digitais e *fintechs*.



**Daniela de Castro, diretora do Bradesco Principal. Foto: Divulgação**

### **Mais do que agências**

Para sustentar a expansão do Principal, o Bradesco pretende ampliar a rede de atendimento física. O objetivo é encerrar 2025 com 60 pontos físicos e atingir 110 escritórios até o fim de 2026. Atualmente, há 40 unidades inauguradas.



Esse crescimento de *footprint* inclui tanto a aquisição ou locação de novos locais, bem como a conversão de agências já existentes.

“Queremos estar em todos os lugares que entendemos que possuem uma concentração relevante de clientes”, afirmou Castro.

Mas não se trata apenas de abrir agências. Segundo Castro, os escritórios do Principal funcionam como centros de relacionamento, com espaços para reuniões individuais, consultorias em grupo e até cafés.

### **A proposta do Bradesco Principal para conquistar milionários e investidores**

O Bradesco aposta também na especialização dos gerentes, transformando-os em “*concierges financeiros*”, capazes de atender todas as necessidades do cliente — de investimentos a cartões de crédito, operações de crédito e consórcios. A ideia é que cada gerente tenha uma carteira menor de clientes.

Além disso, cada cliente terá um especialista de investimentos dedicado, aumentando a participação do cliente em produtos financeiros.

“Com especialista dedicado e a proposta de produtos que temos hoje, vamos conquistar também o *share* de mercado de investimentos, que foi fragmentado com a chegada de novos *players*”, afirmou.


“Por ser um cliente muito concorrido, não basta só conquistá-lo, temos que mantê-lo e ir superando suas expectativas ao longo do tempo.”

Outros pilares da estratégia incluem **cartões de crédito** com benefícios exclusivos, serviços de *banking* internacional e experiências diferenciadas. “O cliente valoriza ter tudo em um único lugar, e queremos ganhar essa principalidade pelo cliente-centrismo”, completou Castro.

### **Bradesco de olho na sucessão familiar**

Além de despender esforços na conquista imediata de novos clientes, o Principal também mira cativar a próxima geração de milionários, preparando-se para uma verdadeira disputa com os bancos digitais e *fintechs* nos próximos anos.

O banco oferece uma conta familiar para os filhos dos atuais clientes, mesmo que ainda não tenham renda própria.



“A sucessão é necessária. É importante entender onde esses jovens têm conta, porque os bancos digitais estão captando essa geração. Eles serão os clientes do Principal de amanhã”, explicou a diretora.

### **A Selic ajuda ou atrapalha?**

De acordo com a diretora, a alta da Selic também ajudou a atrair clientes de alta renda. “A Selic em alta faz com que o cliente traga mais dinheiro para o banco, porque é difícil bater esse ganho em outro lugar. Temos que aproveitar esse momento para gerar bons ganhos para os clientes e trazer *Net New Money*”, afirmou Castro.

Ainda assim, com a expectativa de cortes de juros, a diretora garante que o banco está preparado para oferecer investimentos que superem a Selic no longo prazo.

“Temos que surfar todas as ondas agora, de trazer o cliente pela concentração com oportunidade de mostrar bons ganhos investindo em banco e, futuramente, também com outras combinações que gerem valor”, acrescentou.

**[Acesse a notícia aqui](#)**