
RELATÓRIO TÉCNICO E CIENTÍFICO DA EMPRESA BRADESCO S.A.

Guilherme Augusto Manfrin Simões

RESUMO: O relatório de estágio foi desenvolvido com base na empresa Bradesco S.A, uma instituição financeira privada de grande porte, com um número elevado de funcionários e diversas agências espalhadas pelo país. Em um contexto mais específico, as observações do estagiário referem-se à agência bancária localizada no município de Lavras – MG. A organização possui como atividade principal os serviços financeiros, oferecendo empréstimos, consórcios, financiamentos e outros serviços essenciais a fim de satisfazer as necessidades das pessoas. O objetivo geral deste relatório é demonstrar as experiências vivenciadas pelo aluno no seu período de estágio, visando também relacionar a teoria e a prática no ambiente laboral em estudo. O tipo de pesquisa empregada diz respeito ao Estudo de Caso, com foco na descrição qualitativa dos eventos observados pelo aluno, cujos resultados foram apresentados de forma detalhada a fim de elucidar melhor as conclusões. Um ponto forte observado na organização abrange o tipo de relacionamento que a mesma possui com todos os seus *stakeholders*, mantendo sempre uma postura ética, transparente e profissional. As melhorias sugeridas à empresa não foram aplicadas no período do estágio, mas fazem parte do seu planejamento futuro.

Palavras-chave: Finanças. Instituição Financeira. Relatório de Estágio.

1 INTRODUÇÃO

A administração é muito importante no contexto global das empresas, pois garante que os profissionais estratégicos gerenciem os recursos diversos da organização da forma mais eficiente possível, ou seja, com menores custos e maiores lucros. Aliado a esse fator, compreende-se que a administração não visa apenas o sucesso organizacional, mas também sua sobrevivência e construção de vantagem competitiva em mercados cada vez mais desafiadores.

O estagiário atuou no departamento administrativo do Bradesco. Esse departamento pode ser considerado como um dos principais setores empresariais, uma vez que assegura o melhor desempenho diário das atividades, buscando ainda a maximização dos resultados gerais da organização.

A subárea em que o estagiário atuou foi a de supervisão. Essa atividade está relacionada diretamente com o controle dos processos, cuidando para que não haja desperdícios de recursos, autorizando atividades de outros profissionais e principalmente verificando se o trabalho está sendo executado em concordância com o que foi planejado.

O objetivo geral deste trabalho é relatar as experiências vivenciadas pelo aluno no período de estágio, destacando também seu aprendizado profissional. Além disso, o presente relatório objetiva promover uma reflexão entre teoria e práticas administrativas baseadas nas experiências profissionais do aluno.

A justificativa na realização do trabalho está na sua importância principalmente para o meio acadêmico e profissional, contribuindo para que as pessoas possam conhecer melhor a organização em estudo, além da experiência vivenciada pelo estudante.

O trabalho está dividido em seis partes que se caracterizam da seguinte forma – a primeira parte destaca a apresentação da empresa e outros pontos relevantes. A segunda parte relata a trajetória do estudante na empresa. Por conseguinte, a terceira parte apresenta um diagnóstico da empresa sob o ponto de vista do estagiário. Já a quarta parte aborda a análise crítica da organização, destacando sugestões de melhorias. A quinta parte diz respeito à metodologia, demonstrando os métodos utilizados na realização do trabalho e a sexta parte refere-se à conclusão.

2 ORGANIZAÇÃO

Este capítulo tem como propósito apresentar informações relevantes acerca da empresa onde o estagiário atuou, contribuindo para que o leitor possa compreender um pouco mais sobre a organização. Portanto, ao longo do capítulo a empresa será abordada de forma holística, demonstrando como ela foi criada, quais são seus principais concorrentes, seus objetivos, dentre outras informações.

2.1 Apresentação da Empresa

O Banco Bradesco S.A é uma instituição financeira de grande porte, cuja sede está localizada na cidade de Osasco, em São Paulo. A instituição foi criada em 1943 com o intuito de atender, de maneira democrática, todas as classes sociais. Sua expansão se deu especialmente pelas parcerias e aquisições de outras empresas. Por se tratar de uma organização que atende um número elevado de clientes em todo o país, a empresa possui 4.649 unidades espalhadas pelo Brasil.

A empresa possui em um contexto global aproximadamente 98.159 funcionários, tendo um faturamento anual de 232 bilhões de reais. O planejamento para o futuro da organização inclui a inovação nos processos, estratégias mais eficazes e a inserção de forma mais intensa no exterior, a fim de ampliar o mercado de atuação e manter a imagem forte da entidade.

O Banco Bradesco tem como áreas de atividades mais intensas o comércio, seguros e serviços financeiros, atuando em um mercado altamente competitivo, desafiador e instável. A variedade de serviços atende tanto pessoas físicas quanto pessoas jurídicas, sendo que a satisfação das necessidades das pessoas é o principal foco da organização.

Figura 1- Logo do Bradesco S.A



Fonte: banco.bradesco/marcas

A logo do banco representa uma árvore estilizada. Os dois traços na base, que representam o tronco, refletem a confiança da instituição no Brasil. Os traços superiores continuam simbolizando acolhimento e proteção, enquanto que a intersecção reforça a conexão, o atendimento e o relacionamento com os clientes.

2.2 Histórico

Fundado em Marília (SP) em 10 de Março de 1943, o Bradesco foi o primeiro banco a colocar gerentes na área de atendimento ao público, lançando a primeira conta corrente popular e juvenil, iniciando a expansão para o sul do Brasil com sete agências no Paraná. O Bradesco foi fundado por Amador Aguiar com uma filosofia inovadora de ser um banco democrático presente em todo o país para atender todas as classes sociais. Com o crescimento das operações e dos clientes, a matriz foi transferida para Osasco no ano de 1957.

Pioneiro no setor de tecnologia, o banco inicia uma revolução tecnológica no mercado financeiro, sendo o primeiro a utilizar fibra óptica implantando a primeira rede de velocidade alta de longa distância, interligando todas as agências e máquinas do auto-atendimento em tempo real. Conhecido pela sustentabilidade, diversidade de agências, oportunidades e um plano de carreira promissor, em 2010 o Bradesco se torna a marca mais valiosa e o banco mais sólido do país.

O Bradesco é hoje uma das maiores instituições financeiras do Brasil, considerando o total de ativos, número de agências e clientes. O Bradesco atende no Brasil e também no exterior a diversos perfis de públicos.

Figura 2- Fachada do Bradesco em 1943



Fonte: www.bradescori.com.br

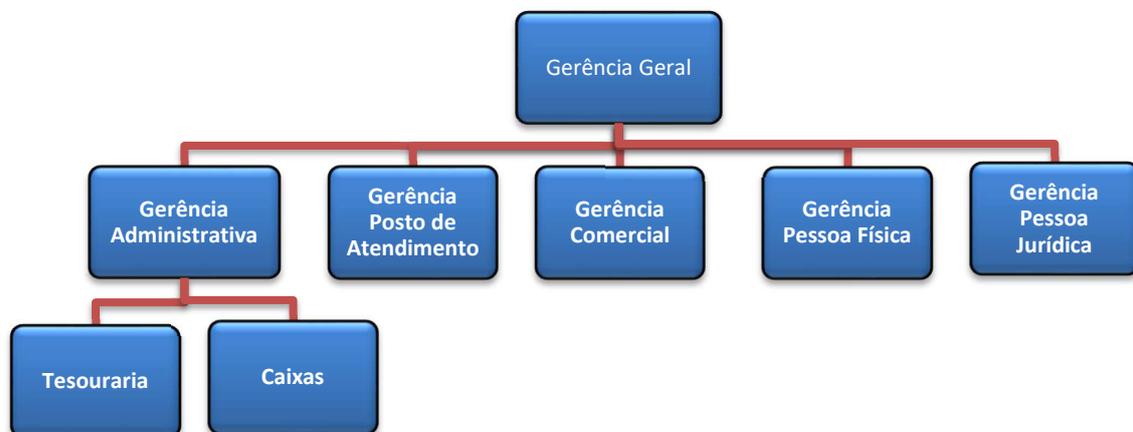
2.3 Organograma

O organograma de uma empresa é uma representação gráfica de como a mesma está estruturada em relação aos cargos ou áreas de atividade. Além disso, demonstra também as relações de hierarquia existentes entre esses cargos. Quanto mais elevada for uma posição na escala, maiores serão as responsabilidades e remuneração.

Corroborando com o parágrafo acima, pode-se compreender também que:

Organograma é uma representação gráfica da estrutura hierárquica de uma empresa, isto é, do desenho organizacional que, por sua vez, consiste na configuração global dos cargos e da relação entre as funções, autoridade e subordinação no ambiente interno de uma organização. O organograma é considerado a melhor representação gráfica do desenho organizacional (CRUZ, 2015, p.1).

Figura 3 – Organograma da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

2.4 Segmento

2.4.1 Atividades e ramos

Os bancos se enquadram como empresas de prestação de serviços, uma vez que se trata de organizações onde as atividades não resultam na entrega de mercadorias, mas da oferta do próprio trabalho ao consumidor (SEBRAE, 2019).

2.4.2 Segmento de mercado

A empresa atua na área bancária, financeira, comercial e na área de seguros. Oferece uma variedade de serviços e produtos, sendo um banco múltiplo que está presente em todo o Brasil e possui pequenos pontos de atendimentos no exterior. Devido a esse fator (atuação no mercado), nota-se que o mercado financeiro em que os bancos estão presentes não é segmentado, abrangendo qualquer tipo de pessoa, independentemente de fatores, demográficos, geográficos, comportamentais, entre outros.

Conforme já foi comentado anteriormente, a organização busca satisfazer as necessidades das pessoas físicas e jurídicas. O banco consegue atrair seus clientes por meio de serviços exclusivos, garantindo a segurança dos ativos dessas pessoas e contribuindo para o fortalecimento da sua imagem no mercado.

2.5 Concorrentes

Os principais concorrentes do Banco Bradesco S.A são os bancos múltiplos, financeiras, corretoras de seguro, casas de câmbio e cooperativas. Exemplos de concorrentes diretos: Santander, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Sicoob, Sicredi, BMG e Itaú.

Os concorrentes indiretos, por sua vez, são a XP Investimentos, Crefisa, Porto Seguro e *Liberty*.

Em relação aos concorrentes diretos, pode-se afirmar que eles investem seus principais pontos fortes muitas das vezes em taxas mais atraentes de investimentos, empréstimos, melhor atendimento e os tipos de serviços oferecidos. Todos esses pontos citados são importantes para que uma instituição financeira se destaque, atraindo ainda mais clientes e consequentemente se consolidando no mercado

2.6 Parceiros

O Bradesco possui parceria com diversas empresas, como as Casas Bahia, *Proxy*, *United Financial Of Japan*. Um acordo feito com as Casas Bahia garantiu ao Bradesco a exclusividade do financiamento das vendas feitas pela rede varejo Casas Bahia. Dessa forma, o banco passou a assumir o financiamento de quase 100 milhões em vendas por mês, representando um aumento de quase 20% nas operações financeiras.

A *Proxy* é uma empresa que pertencia à instituição Bradesco e que foi vendida no ano de 2016, porém foi feito um contrato para prestação de serviços em relação à manutenção de máquinas e computadores da rede Bradesco.

O *United Financial Of Japan* é um banco que passou a ter 1,2% do capital do Bradesco. Através dessa parceria a instituição conseguiu adaptar suas agências para conseguir atender mais de 300 mil brasileiros que residiam no Japão.

2.7 Missão, Visão e Valores

O Bradesco é um dos maiores grupos financeiros do Brasil, com sólida atuação voltada aos interesses de seus clientes, desde 1943. Além da excelência em serviços, destaca-se por ser um dos melhores gestores de recursos do mercado, com resultados construídos sobre bases sustentáveis.

2.7.1 Missão

Sua missão é contribuir para realização das pessoas e para o desenvolvimento sustentável, mediante a oferta de soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros, amplamente diversificados e acessíveis.

2.7.2 Visão

A visão da instituição é ser sempre a opção preferencial do cliente, tanto em agências físicas como digitais, diferenciando-se por uma atuação eficiente e para todos os segmentos de mercado.

2.7.3 Valores

Seus principais valores são:

- Cliente como razão da existência da organização;
- Ética em todas as atividades e relacionamentos;
- Transparência nas informações necessárias às partes interessadas;
- Crença no valor e na capacidade de desenvolvimento das pessoas;
- Respeito à dignidade e à adversidade do ser humano;
- Responsabilidade socioambiental, com incentivo de ações para o desenvolvimento sustentável.

3 TRAJETO NA ORGANIZAÇÃO

3.1 Do processo de recrutamento, seleção e treinamento

O ingresso na instituição ocorreu de forma ocasional, no ano de 2015. Foi cadastrado o currículo pelo site da organização, sendo que a internet foi um dos principais meios de divulgação da vaga. O estagiário teve conhecimento dessa oportunidade através de clientes da própria organização, aos quais lhe informaram que o Bradesco tinha um bom histórico de contratações. A vaga foi concorrida por mais seis pessoas junto ao estagiário.

Após o cadastro do currículo foram feitas diversas entrevistas com os gerentes da organização e uma prova de conhecimentos gerais. A seleção era baseada nos melhores resultados das entrevistas e da avaliação. Encerrado esse processo e com a aprovação, o estagiário foi chamado para realizar seu trabalho no setor de autoatendimento da instituição bancária, onde o aluno auxiliava o público nos atendimentos de diversos serviços pelo caixa eletrônico.

Depois de um curto período foi aberta uma vaga para o setor administrativo, na área de supervisão, surgindo assim uma oportunidade de contratação de um estagiário que possuísse perfil adequado para trabalhar em conformidade no setor. Foram feitos alguns cursos na Universidade Cooperativa do Bradesco (Unibrad) e outros pela intranet da organização como parte do treinamento do estagiário.

Além disso, o estagiário também recebeu treinamento direto do gerente administrativo Rebner Alves, e seus dois supervisores, Luis Henrique e Felipe Dionísio. As dificuldades para aprender o serviço a ser executado estavam mais relacionadas à complexidade das tarefas, que exigiam maiores responsabilidades e qualificações.

3.2 Do setor de trabalho

Conforme foi visto no tópico anterior, o estudante foi alocado inicialmente no setor de autoatendimento do banco. Esse setor tem como objetivo auxiliar as pessoas que possuem dificuldades em como executar os serviços bancários, desde os mais simples aos mais complexos.

Posteriormente, o estagiário foi promovido para o setor administrativo. Esse setor é fundamental para que a agência funcione todos os dias com o melhor desempenho possível, evitando gastos, problemas técnicos e gerando mais agilidade no atendimento aos clientes da organização.

3.3 Atividades desempenhadas

As atividades desempenhadas pelo estagiário dizem respeito principalmente ao atendimento junto do público, análise de relatórios contábeis, conferência de envelopes, abastecimento de numerário, conferência de tesouraria e supervisão dos caixas. Abaixo serão descritas em maiores detalhes como as atividades eram executadas, segundo a ordem cronológica.

3.3.1 Atendimento do público

O estagiário tinha como função auxiliar as pessoas que possuíam dificuldades em realizar as operações bancárias, resolver qualquer problema indevido nos caixas eletrônicos, ajudar com o aplicativo do Bradesco.

3.3.2 Análise de relatórios contábeis

Essa atividade era realizada com base nas análises dos relatórios contábeis gerados sobre as operações realizadas em determinado período de tempo. O estudante realizava a análise de relatórios diários sobre as quantidades de débitos, de créditos, de transferências, despesas, autenticações e transações que ocorreram no dia anterior à análise.

3.3.3 Conferência de envelopes

Era realizada uma conferência e validação dos envelopes depositados no caixa eletrônico diariamente. Todos os depósitos realizados são conferidos, incumbindo ao profissional depositar o valor correto nas contas dos clientes. Caso o valor informado não fosse o mesmo do envelope, o estagiário fazia o depósito correspondente ao valor total verificado.

3.3.4 Abastecimento de numerário

Nessa atividade, o aluno contava com o auxílio de um sistema de gestão para o controle e abastecimento do numerário dos caixas eletrônicos, permitindo o monitoramento e manutenção do equipamento, além de prever a demanda dos numerários.

3.3.5 Conferência de tesouraria

Essa atividade envolvia mais responsabilidade por parte do estagiário, sendo distribuída em tarefas mais complexas. O aluno realizava a contagem da tesouraria, organização de numerários, envios de grandes valores para transportadoras de segurança e incluía também o fechamento do cofre para proteção do numerário.

3.3.6 Supervisão dos caixas

O aluno também cuidava da supervisão e auxílio dos operadores de caixa da agência, autorizando transações e fiscalizando os atendimentos.

4 OBSERVAÇÃO DA REALIDADE ORGANIZACIONAL

4.1 Definindo a natureza

4.1.1 Pública ou privada

O banco Bradesco é uma organização privada, uma vez que não pertence a instituições públicas (estados, municípios ou uniões). A gestão administrativa do Bradesco é totalmente controlada por instituições privadas. Logo, pode-se perceber que a entidade não recebe nenhum investimento público.

Dando continuidade ao parágrafo anterior, entende-se pelas palavras de Pinto (2016) que as empresas públicas, ao contrário das organizações privadas são:

Entidades dotadas de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e capital exclusivo da União, criado por lei para a exploração de atividade econômica que o Governo seja levado a exercer por força de contingência ou de conveniência administrativa podendo revestir-se de qualquer das formas admitidas em direito (PINTO, 2016, p.4).

Por outro lado, as empresas privadas podem ser definidas como organizações que não possuem nenhum vínculo com o Estado. Elas são extremamente importantes para o desenvolvimento da economia, trabalhando insistentemente visando o lucro. “Via de regra ligada ao empresário, a empresa privada é aquela que atua preferencialmente na atividade econômica, produzindo, organizando e escoando produtos e serviços diversos” (JOSÉ NETO, 2011, p.7).

4.1.2 Porte da empresa: ME, EPP, EMP, EGP

Analisando o banco Bradesco em um sentido mais amplo, o porte da instituição se enquadra como uma empresa de grande porte. Essa classificação é baseada no número de funcionários e pelo faturamento, aos quais ultrapassam 98 mil colaboradores e 230 bilhões de reais, respectivamente.

Considera-se de grande porte, para os fins exclusivos desta Lei, a sociedade ou conjunto de sociedades sob controle comum que tiver, no exercício social anterior, ativo total superior a R\$ 240.000.000,00 ou receita bruta anual superior a R\$ 300.000.000,00 (WIKIPEDIA, 2020).

4.1.3 Sociedade de pessoas ou sociedade de capital

Por se tratar de uma sociedade anônima, cujas ações são negociadas na Bolsa de Valores, o banco Bradesco pode ser considerado também como sociedade de capital. Nesse sentido, o valor monetário investido é o mais relevante para a instituição, não se preocupando intensamente com a pessoa do sócio em si.

Na sociedade de capital o que é mais relevante é o valor monetário que o sócio pode trazer para a sociedade independente de quem ele seja e, em regra, quando ele quer sair vendendo sua ação ou quota para outra pessoa não precisa de anuência dos demais sócios (CARDOSO, 2019).

4.1.4 Alta ou baixa tecnologia

Um dos pontos fortes das instituições bancárias, especialmente o Bradesco, refere-se à tecnologia empregada. Com o uso de tecnologia de ponta, os processos são simplificados, tornam-se mais eficientes, traz maior segurança para as informações e principalmente auxiliam para a consecução das atividades executadas. Portanto, é possível inferir que:

As empresas no mundo todo têm se preocupado de maneira crescente com o uso da tecnologia como instrumento de competitividade investindo somas consideráveis neste processo. Mas, para que os setores produtivos possam aumentar a sua competitividade, necessitam dispor de tecnologias de produto, processo e gerenciais capazes de aumentar os níveis de produtividade, reduzir os custos de produção e de distribuição e conquistar e solidificar novos mercados (ASSUNÇÃO, 2012, p.2).

4.2 Definindo o negócio

Existem dois tipos de mercados em que uma empresa pode se inserir, sendo o mercado de produtos e o mercado de serviços. Observe abaixo alguns conceitos a respeito de cada um deles.

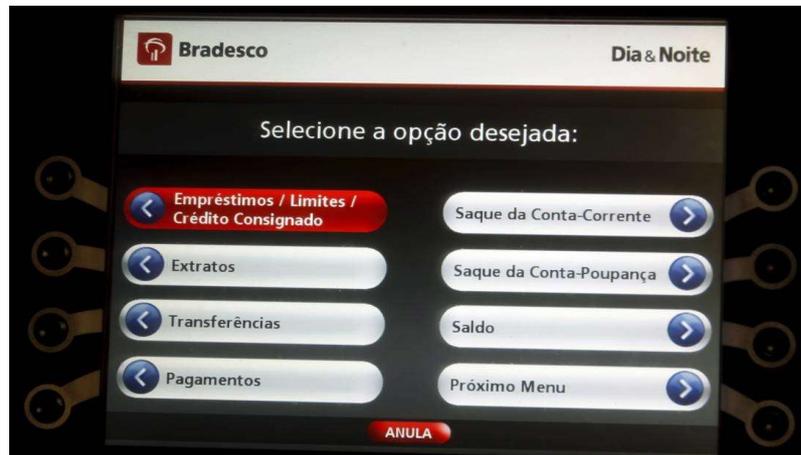
Mercado de produto é um mercado com oferta de uma coletividade de produtos ou serviços a serem utilizados por consumidores que possuem finalidades em comum, incorporando a utilidade da forma. Por exemplo: mercado de automóveis, mercado de navios e mercado de aviões (WIKIPEDIA, 2020).

O Setor Terciário envolve as provisões de serviços tanto para outros negócios como para consumidores finais. Estes podem estar envolvidos como transportes, vendas e distribuição de bens dos produtores aos consumidores; podem ser também de outros serviços não-ligados diretamente ao produto final, como controle de pragas e entretenimento. Os bens podem ser transformados também, como acontece em um restaurante ou em uma eletrônica. Assim, o foco está na interação entre pessoas, proporcionando um produto ou serviço que satisfaça os anseios de quem o(s) demandou (GIRARDI, 2014, p.1).

De acordo com as citações apresentadas, verifica-se que o banco Bradesco está inserido no mercado de serviços. Os principais serviços oferecidos aos clientes são empréstimos,

financiamentos, seguros, opções de investimentos, consórcios e outros serviços bancários essenciais.

Figura 4- Serviços bancários essenciais do Bradesco



Fonte: O Globo.globo.com

4.3 Definindo a finalidade da empresa

4.3.1 Com ou sem fins lucrativos

As empresas também podem ser classificadas de acordo com sua finalidade. Há duas possibilidades: organizações com fins lucrativos ou sem fins lucrativos. Primeiramente é importante destacar os conceitos referentes a essas opções.

Entidades sem fins lucrativos, associações e fundações são instituições de natureza jurídica que tem o objetivo de realizar uma mudança social, e que, as arrecadações e receitas são destinadas única e exclusivamente ao patrimônio da própria instituição, no caso, sem a finalidade de acumulação de capital. Em outras palavras isto significa que empregam todo o seu lucro de volta na respectiva entidade (PRÓ RIM, 2019).

“Empresas com fins lucrativos são empresas cujos propósitos são obter lucro em suas atividades” (BRAINLY, 2020).

O banco Bradesco S.A é uma organização com fins lucrativos, pois visa o acúmulo de capital e o lucro nos diversos serviços que presta. A principal forma de lucro das instituições financeiras se traduz no chamado *spread* bancário, ou seja, a diferença das taxas de juros

quando o banco capta recursos (mais baixa) e quando cedem seus recursos a clientes (mais altas).

De acordo com uma pesquisa realizada no fim de 2019, o banco Bradesco obteve um lucro de 6,5 bilhões de reais, representando um aumento de 19,6% em relação ao ano anterior. Grande parte desse lucro provém do *spread* bancário mencionado anteriormente.

4.3.2 Lucros não econômico-financeiros

A instituição financeira do Bradesco, além de seus lucros monetários também possui o lucro de imagem e social. Com a preocupação de manter sua marca reconhecida e atrativa no mercado, a imagem do banco é um fator importante para construir bons relacionamentos com seus clientes.

Aliado a isso, o Bradesco também se preocupa com o desenvolvimento social. A Fundação Bradesco foi criada no intuito de estimular a educação, oferecendo diversos cursos para a qualificação das pessoas.

4.4 Atuação

4.4.1 Nos relacionamentos internos

O relacionamento interno na empresa é extremamente ético, profissional e respeitoso entre todos os colaboradores. A transparência e seriedade também são destaques nos relacionamentos, criando um ambiente saudável de trabalho.

4.4.2 Nos relacionamentos externos

O relacionamento externo também possui as mesmas características do relacionamento interno. Como os clientes são fundamentais para a organização, todos os colaboradores do Bradesco se

relacionam de maneira ética, transparente, respeitosa e profissional com os mesmos, a fim de satisfazer as necessidades dos públicos. A segurança das informações de maneira ética proporciona uma maior aproximação com os clientes, daí a preocupação com o relacionamento externo.

4.5 Recursos utilizados

Os principais recursos utilizados pela empresa para seu bom funcionamento estão resumidos a seguir, a saber:

- Recursos materiais: Caixas eletrônicos, computadores, mesas de atendimento.
- Recursos humanos: Seguranças, operadores de caixa, tesoureiro, supervisores, atendente e gerentes.
- Recursos tecnológicos: Sistemas internos, aplicativo Bradesco, intranet.
- Recursos financeiros: Dinheiro, depósitos, créditos, investimentos, valores a receber.

5 ANÁLISE DA SITUAÇÃO PESQUISADA

Esse capítulo tem por objetivo apresentar uma análise crítica da empresa, sugerindo também melhorias nos pontos negativos identificados. Para auxiliar nesse processo, muitos gestores utilizam ferramentas estratégicas. A análise *SWOT* é uma das mais importantes, abrangendo as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da entidade. A figura 5 abaixo ilustra a análise *SWOT* do Bradesco.

A seguir serão apresentadas as análises do estagiário em relação aos principais tópicos abordados no capítulo anterior. Vale ressaltar que os comentários e sugestões são baseados nas observações da realidade organizacional.

Figura 5 – Análise *SWOT* do banco

<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnologia de ponta; - Clima organizacional saudável; - Marca consolidada; - Maior rede de agências do país. 	<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aquisições e parcerias com empresas de culturas diferentes à do banco;
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expansão para outros países; - Plano de carreiras aos colaboradores; - Aumento das redes de atendimento. 	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crise governamental; - Novos concorrentes; - Assaltos e explosões de agências; - Investimento em bancos digitais.

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

5.1 Negócio e segmento

Os serviços prestados pelo Bradesco são extremamente relevantes para a sociedade, atendendo as necessidades dos clientes da melhor forma possível. Pode-se compreender que os serviços bancários são essenciais para a vida das pessoas, no intuito de proteger os ativos dos clientes e proporcionar melhores condições para a manutenção do comércio nacional e internacional.

Os clientes em muitas situações são exigentes, ocasionando em elogios e também reclamações quanto aos serviços oferecidos. Por exemplo, os clientes frequentemente reclamam sobre serviços relacionados a cartões de crédito. Em contrapartida, os elogios geralmente estão relacionados ao bom atendimento recebido.

Estratégias como um atendimento personalizado e ações de marketing definitivamente trazem resultados efetivos. Acontece que, antes disso, é preciso levantar informações sobre a clientela para garantir os resultados, caso contrário, o investimento nessas estratégias pode ser desperdiçado. Para isso, é muito importante contar com ferramentas como o ERP e o CRM, que levantam dados dos clientes em tempo real (FREITAS, 2017).

Uma sugestão de melhoria para a organização nesse quesito seria um maior investimento na ferramenta do CRM, para processar um número cada vez mais crescente de informações e manter um relacionamento de qualidade com os clientes.

5.2 Estrutura organizacional

A estrutura organizacional do banco Bradesco é bem definida, mantendo um padrão em todas as agências. Como o organograma possui características similares em relação à empresa como um todo, o que difere uma agência de outra são os números de funcionários em cada departamento.

Dessa maneira, o organograma da empresa Bradesco S.A é adequado para a instituição. Os departamentos são muito integrados, onde a informação flui com velocidade e qualidade. Além disso, os colaboradores também são alocados corretamente, sendo orientados aos objetivos gerais da empresa e respeitando as autoridades dos níveis hierárquicos.

Ao lado das empresas brasileiras em que há organogramas corretamente desenhados a produzir todos os benefícios que lhes são próprios, encontramos outras em que os organogramas estão a exigir melhor adaptação à realidade ou aperfeiçoamento na forma de apresentação; outras, ainda, em que não há organograma, mas existe grande receptividade à idéia de implantá-lo; e, finalmente, algumas em que é forte a resistência a essa idéia (BALCÃO, 1965, p.3).

Portanto, o organograma do banco demonstra um equilíbrio no que diz respeito à estrutura e composição dos cargos, valorizando a integração dos departamentos em prol de resultados mais eficientes para toda a entidade.

5.3 Recrutamento, seleção e treinamento

Todo o processo de recrutamento, seleção e treinamento foram realizados pelo próprio departamento de RH da instituição. Fazendo menção ao processo de recrutamento, o estagiário

identificou essa etapa de maneira positiva, uma vez que a organização utiliza principalmente o meio tecnológico como forma de recrutar as pessoas. Uma sugestão de melhoria para aperfeiçoar ainda mais esse processo seria fazer parcerias com instituições de ensino que preparem os alunos de acordo com o perfil da empresa.

Estar atento ao perfil do profissional que se deseja contratar possibilitará obter indícios de onde é possível encontrá-lo. Uma boa forma de atrair candidatos qualificados e despertar o interesse pela organização é fazer parcerias com instituições de ensino, promovendo palestras e outras atividades que aproximem empresa e pretendente (GUPY, 2020).

Analisando o processo de seleção, o estudante pôde concluir que as etapas empregadas são bem planejadas, a fim de escolher o melhor candidato. As técnicas utilizadas pelos profissionais de RH visam explorar ao máximo as capacidades e conhecimentos das pessoas, combinando avaliações escritas, orais e pessoais de cada candidato. Nesse sentido, é possível inferir que:

Investir em um processo seletivo de melhor qualidade pode dar a impressão de que será mais trabalhoso no início, mas acredite, certamente será muito mais barato e com resultados mais positivos a médio prazo e longo, quando comparado ao *turnover* que existe na empresa (LOPES, 2016, p.7).

Por fim, o processo de treinamento também foi muito bem-visto pelo estudante. Os profissionais incumbidos por essa tarefa foram extremamente importantes, compartilhando seus conhecimentos e experiências ao estagiário. Somado a isso, os cursos internos da instituição também contribuíram enormemente para que o aluno se qualificasse ainda mais, aprimorando seus conhecimentos e conseqüentemente sua experiência profissional. Dando continuidade a esta ideia, pode-se notar que:

É importante destacar que os colaboradores são os maiores patrimônios dentro das organizações, afinal são eles que inventam, interagem, elaboram e preparam produtos, prestam serviços e geram resultados. Então a principal meta de uma organização deve ser o desenvolvimento de pessoas capazes de estar inserido em um contexto ao alcance dos resultados desejados, o que é, sem dúvida, um dos maiores desafios das empresas, particularmente voltada para o setor da gestão de pessoas, que se torna responsável em definir e elaborar propostas de valorização do seu quadro de pessoal atuante (LEITE e LOTT, 2015, p.6).

5.4 Quanto à atuação

Como foi mencionado no capítulo 4, o Bradesco se preocupa demasiadamente no relacionamento com seus *stakeholders*, sejam eles internos ou externos. O estagiário tem a percepção de que a empresa trabalha de forma correta nesse ponto, incumbindo à própria organização o cuidado de manter os relacionamentos com profissionalismo, ética, respeito e transparência. Complementando o raciocínio, entende-se pelas palavras de Pinheiro (2015) que:

Uma vez identificados os *stakeholders*, deve-se elaborar uma estratégia para gerenciá-los. Ter uma estratégia de interação e buscar os benefícios dessa interação. Esta relação deve ser fundamentada na clareza na comunicação – é preciso deixar claro o que será feito e o que não será feito para buscar o comprometimento dos envolvidos. Portanto, o objetivo da comunicação é estabelecer um bom relacionamento com estes públicos, esclarecendo sobre as políticas e ações da organização e especialmente, estabelecendo o diálogo permanente (PINHEIRO, 2015).

5.5 Quanto à experiência aprendida

Aludindo à experiência profissional, o estudante observou que houve um grande desenvolvimento de suas habilidades e conhecimentos na organização. Esse fator foi muito importante para que posteriormente o aluno se destacasse na instituição, adquirindo experiência e visando ainda mais o crescimento profissional.

Uma sugestão de melhoria para o Bradesco se refere à área estratégica. O banco em muitas oportunidades realiza integrações ou parcerias com empresas que possuem culturas totalmente diferentes, ocasionando em divergência de objetivos e interesses. Sugere-se ao departamento estratégico um planejamento mais eficiente, visando melhorar o desempenho da empresa com resultados mais satisfatórios e relacionamentos duradouros. Dessa maneira, evidencia-se que:

Apesar de se crescente o número de parcerias com bons resultados, várias alianças encontram dificuldades em conseguir o mesmo desempenho. Assim como um novo empreendimento, as alianças precisam ter um planejamento e estudo do mercado, uma gerência cooperativa entre as empresas e a consciência de que os objetivos a serem alcançados são semelhantes (BARBOSA, SANTANA e SOUZA, 2015, p.756).

6 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho é baseada na classificação de Silva e Menezes (2005), conforme ilustra a figura abaixo:

Figura 6- Classificação dos tipos de pesquisa

<p>Do Ponto de Vista Da NATUREZA:</p> <p>Básica Aplicada</p>	<p>Do Ponto de Vista dos OBJETIVOS:</p> <p>Exploratória Descritiva Explicativa</p>
<p>Do Ponto de Vista da ABORDAGEM:</p> <p>Quantitativa Qualitativa</p>	<p>Do Ponto de Vista dos PROCEDIMENTOS:</p> <p>Bibliográfica Documental Observação Experimental Levantamento Estudo de Caso Expost-Facto Pesquisa-Ação Participante Modelagem Simulação</p>

Fonte: Silva e Menezes (2005)

6.1 Do ponto de vista da natureza

Sob esse ponto de vista, a metodologia apresenta uma natureza aplicada, visto que mantém sua preocupação voltada à solução de problemas ocorridos na realidade. Por este motivo, a natureza aplicada se fundamenta especialmente em questões práticas.

Apoiando tal ideia, Marconi e Lakatos (2013, p.6) afirmam que “como o próprio nome indica, caracteriza-se por seu interesse prático, isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade”.

6.2 Do ponto de vista da abordagem

O presente relatório possui uma abordagem qualitativa, caracterizada pelo contato direto do pesquisador com um ambiente ou situação em investigação. Dessa maneira, os dados coletados sob essa perspectiva são baseados nas observações do pesquisador, o qual deve atentar ao maior número de informações possíveis acerca da sua realidade.

Dando continuidade ao que foi mencionado acima, pode-se definir a abordagem qualitativa como:

A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. Segundo os dois autores, a pesquisa qualitativa supõe o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo investigada, via de regra, pelo trabalho intensivo de campo (ANDRÉ e LUDKE, 2013, p.12).

6.3 Do ponto de vista dos objetivos

Nesse aspecto, a metodologia se enquadra como uma pesquisa descritiva. Como o próprio nome indica, a descrição envolve o relato qualitativo e detalhado, de modo que a situação pesquisada seja a mais clara possível. Reforçando o comentário, Rudio (2003, p.71) defende a ideia de que “assim, a pesquisa descritiva está interessada em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los”.

6.4 Do ponto de vista dos procedimentos

Tendo em vista os procedimentos do relatório, estes se baseiam no método da observação. Por meio deste método, o pesquisador consegue compreender melhor sua realidade e colocar em

prática seus conhecimentos. Vale salientar que a observação também é importante para explicar procedimentos científicos.

Em concordância com o parágrafo anterior, Rudio (2003, p.39) exalta que “devemos considerá-la como ponto de partida para todo estudo científico e meio para verificar e validar os conhecimentos adquiridos. Não se pode, portanto, falar em ciência sem fazer referência à observação”.

Ainda em relação aos procedimentos, o relatório de estágio se enquadra também como um Estudo de Caso, uma vez que:

Nos estudos de caso, a riqueza do fenômeno e a extensão do contexto da vida real exigem que os investigadores enfrentem uma situação tecnicamente distinta: existirão muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados. Em resposta, uma tática essencial é usar múltiplas fontes de evidência, de forma que os dados convirjam de modo triangular (YIN, 2010, p.22).

7 CONCLUSÃO

Foi visto neste relatório que o estágio foi realizado na empresa Bradesco S.A, mais especificamente na agência de Lavras – MG. A organização de grande porte surgiu na cidade de Marília – SP no ano de 1943 e seus serviços estão relacionados com investimentos, seguros, empréstimos, consórcios, englobando o ramo financeiro. O banco atende variados públicos, ou seja, não há um segmento de mercado específico a um tipo de cliente. A missão da empresa é contribuir para a realização das pessoas e seus valores se resumem principalmente na ética empresarial e na valorização do cliente.

Conforme apresentado no capítulo 3, o estudante ingressou na organização no ano de 2015, com uma jornada de trabalho inicial de seis horas diárias. O processo de seleção pelo qual o aluno passou envolveu uma série de entrevistas e uma prova de conhecimentos gerais. Sabe-se que o estágio foi desenvolvido no setor administrativo, onde o estagiário efetuou diversas tarefas como conferência e validação de envelopes, abastecimento de numerário, conferência da tesouraria, análise de relatórios contábeis, supervisão dos caixas físicos e atendimento ao público.

O banco Bradesco S.A é uma entidade privada e com fins lucrativos, não pertencendo a nenhum órgão público. Assim como outras instituições financeiras, o Bradesco está inserido no mercado de serviços, oferecendo a seus clientes diversas atividades financeiras. Vale destacar que essa instituição se relaciona de forma ética, profissional e transparente com todos seus *stakeholders*, tanto internos quanto externos.

Conforme foi visto na análise *SWOT* da empresa, os principais pontos positivos identificados pelo estagiário dizem respeito à marca consolidada da instituição, a tecnologia de ponta utilizada, o clima organizacional saudável e o grande número de agências espalhadas pelo país.

Em contrapartida, o principal ponto negativo identificado refere-se às parcerias com empresas de culturas diferentes. A sugestão de melhoria ao problema mencionado diz respeito a um planejamento mais eficiente por parte da área estratégica da organização, no intuito de criar relações duradouras com empresas cujos objetivos e interesses sejam semelhantes.

Conforme destacado na introdução, o objetivo deste trabalho é relatar as experiências vivenciadas pelo aluno no período de estágio, destacando também seu aprendizado profissional.

Conclui-se que o objetivo do relatório de estágio foi alcançado com sucesso, uma vez que os capítulos anteriores deste trabalho apresentam muitas informações e conteúdos importantes, os quais seguem resumidamente no início desta conclusão.

Considera-se de relevante importância o relatório de estágio para a conclusão do curso de administração, pois é através dele que o aluno relata toda experiência que foi vivenciada dentro da empresa. O campo da administração é muito amplo, possuindo uma infinidade de caminhos que poderão ser percorridos ao longo da vida profissional. Logo, o conhecimento prático, associado a uma boa base teórica sempre aliada ao bom senso, são fatores imprescindíveis ao desenvolvimento profissional do administrador.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, Marli E. D. A; LUDKE, Menga. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. 2. ed. São Paulo: EPU, 2013.

ASSUNÇÃO, Maria Aparecida de. **Gestão tecnológica em empresas de alta tecnologia**. Artigo, 2012. Disponível em: <http://www.unieuro.edu.br/sitenovo/revistas/downloads/inovacao_01.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2020.

BALCÃO, Yolanda Ferreira. **Organograma: representação gráfica da estrutura**. Artigo, 1965. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901965000400003&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 17 fev. 2020.

BARBOSA, Higor Vinícius Oliveira; SANTANA, Nathaly Silva; SOUZA, João Marcos. **Parcerias empresariais: um estudo sobre como as parcerias podem ajudar uma empresa recém criada em sua consolidação no mercado em tempos de crise**. Artigo, 2015. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/8234/2/ParceriasEmpresariaisEstudo.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2020.

BRADESCO – Para você. **Líder em inovação**. Disponível em: <<https://banco.bradesco/html/classic/sobre/lider-em-inovacao.shtm>>. Acesso em: 22 fev. 2020.

BRAINLY. **Exemplos de cinco empresas com fins lucrativos e cinco empresas sem fins lucrativos**. Disponível em: <<https://brainly.com.br/tarefa/24845432>>. Acesso em: 22 abr. 2020.

CARDOSO, Igor Demétrio Vanucci. **Sociedade limitada é sociedade de pessoas ou sociedade de capital?** Artigo, 2019. Disponível em: <<https://igordemetrio.jusbrasil.com.br/artigos/667914092/sociedade-limitada-e-sociedade-de-pessoas-ou-sociedade-de-capital>>. Acesso em: 20 maio. 2020.

CRUZ, Juliana Machado. **Organograma – Administração – Infoescola**. 2015. Disponível em: <www.infoescola.com/administracao/_organograma/>. Acesso em: 23 maio. 2020.

DWAPP. **Análise Swot Banco Bradesco**. Artigo, 2018. Disponível em: <<https://digitalwale.com/analise-swot-do-banco-bradesco/>>. Acesso em: 18 fev. 2020.

FREITAS, Lucas. **5 dicas para melhorar o relacionamento com o cliente**. 2017. Disponível em: <<https://www.mega.com.br/blog/5-dicas-para-melhorar-o-relacionamento-com-o-cliente-0482/>>. Acesso em: 27 maio. 2020.

GIRARDI, Edson. **Setor terciário**. 2014. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/setor-terciario/>>. Acesso em: 21 maio. 2020.

GUPY. **Como divulgar vagas de emprego: 4 dicas para atrair mais candidatos**. Blog, 2020. Disponível em: <<https://www.gupy.io/blog/divulgacao-de-vagas-emprego>>. Acesso em: 25 fev. 2020.

JOSÉ NETO. **O que é empresa privada?** 2011. Disponível em: <<https://www.montarumnegocio.com/o-que-e-empresa-privada/>>. Acesso em: 24 maio. 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

LEITE, Paula Almeida Ribeiro; LOTT, Tereza Cristina Carneiro. **Treinamento e desenvolvimento organizacional, uma ferramenta nas empresas atuais**. Artigo, 2015. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/treinamento_e_desenvolvimento_organizacional_uma_ferramenta_nas_empresas_atuais.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020

LOPES, Kelly. **7 passos para o RH realizar um bom processo seletivo**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/7-passos-para-o-rh-realizar-um-bom-processo-seletivo>>. Acesso em: 27 maio. 2020.

PINHEIRO, Cibelli. **Relacionamento com stakeholders**. 2015. Disponível em: <<https://www.leiaja.com/coluna/2015/03/23/relacionamento-com-stakeholders>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

PINTO, Juan da Silva. **Empresa pública x sociedade de economia mista: semelhanças e distinções**. Artigo, 216. Disponível em: <<https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/46701/empresa-publica-x-sociedade-de-economia-mista-semelhancas-e-distincoes>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

PRÓ RIM. **Entidades sem fins lucrativos: o que são e o que as diferem?** Artigo, 2019. Disponível em: <<https://www.prorim.org.br/blog-artigos/entidades-sem-fins-lucrativos-o-que-sao-e-o-que-as-diferem/>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. 144 p.

SEBRAE. **Tudo sobre ramos de atividades e como escolher o seu**. 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigoshome/ramos-de-atividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

SENDIN, Tatiana. **Trabalho no Bradesco é para quem sabe o que quer**. Artigo, 2013. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/para-quem-sabe-o-que-quer/>>. Acesso em: 28 jan. 2020.

SILVA, E. L.; MENEZES E. M. **Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SOARES, Edvaldo. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas S.A., 2003.

SONHO SEGURO. Bradesco Seguros participa com 29% do lucro com banco, com ganho de R\$ 1,8 bi no primeiro trimestre. Artigo, 2019. Disponível em: <<https://www.sonhoseguro.com.br/2019/04/https-www-sonhoseguro-com-br-2019-04-bradesco-seguros-participa-com-29-do-lucro-com-banco-com-ganho-de-r-38-bi-no-primeiro-trimestre-preview-id40126preview-noncea7c51fde66previewtrue-thumbnail/>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

WIKIPEDIA – **Empresa de grande porte.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Empresa_de_grande_porte>. Acesso em: 24 maio. 2020.

WIKIPEDIA – **Mercado de produto.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_produto>. Acesso em: 24 maio. 2020

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248 p.