



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB**  
**DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO**  
**COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO**

**BIANCA DA SILVA BARROS**

**TCC – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**SERRINHA - BA**

**2025**

**BIANCA DA SILVA BARROS**

**TCC – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Relatório apresentado com requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, ministrada pelo Prof. Carlos Rangel Portugal Pereira do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia – Campus XI.

Orientador(a): Prof. Carlos Rangel Portugal Pereira

**SERRINHA - BA  
2025**

**GOVERNADOR DO ESTADO DA BAHIA**

***JERÔNIMO RODRIGUES SOUZA***

**REITOR DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA**

***ADRIANA DOS SANTOS MARMORI***

**DIRETOR DO DEPARTAMENTO UNEB**

***ISABELLE SANCHES***

**COORDENADOR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNEB**

***JOCELY SANTOS CALDAS ALMEIDA***

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA

CAMPUS XI

ASSUNTO: RELATÓRIO DE ESTÁGIO

EMPRESA: SOCIEDADE COOPERATIVA DE CRÉDITO COOPERE LTDA. -  
SICOOB COOPERE

CNPJ: 73.398.646/0002-23

INSCRIÇÃO MUNICIPAL:

ENDEREÇO: R DR. JOSE GONCALVES, 70, CENTRO

BA / CEP: 48.730-00

CARGA HORÁRIA DO ESTÁGIO: 150 HORAS

SUPERVISOR DO ESTÁGIO: VALMIRALVA FERREIRA CARNEIRO  
BOAVENTURA

**BIANCA DA SILVA BARROS**

SERRINHA - BA

2025

## APRESENTAÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo apresentar o relatório referente ao Estágio Supervisionado I e II, realizado como requisito obrigatório para a conclusão do curso de Bacharelado em Administração pela Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Campus XI, em Serrinha. O estágio foi desenvolvido na cooperativa de crédito Sicoob Coopere, situada na cidade de Conceição do Coité – BA, com foco nas áreas comercial e financeira.

As atividades foram desenvolvidas entre os períodos de 01 de abril a 06 de maio de 2024 e 02 de setembro a 04 de outubro de 2024, permitindo a vivência prática da rotina administrativa da cooperativa. Durante o estágio, foi possível acompanhar o atendimento aos cooperados, participar da análise de documentos, auxiliar em operações de crédito, bem como nas rotinas financeiras e nos processos internos da organização.

O presente relatório apresenta a caracterização da organização, as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, bem como uma análise sobre a relevância da experiência prática na formação acadêmica e profissional. A realização do estágio contribuiu significativamente para o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, aproximando a teoria à realidade do mercado de trabalho.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>07</b>
<b>2 O ESTÁGIO SUPERVISIONADO .....</b>	<b>07</b>
2.1. CONCEITO .....	07
2.2. IMPORTÂNCIA .....	07
<b>3 A EMPRESA .....</b>	<b>08</b>
3.1. HISTÓRIA .....	08
3.2. ESTRUTURA .....	09
3.3. ORGANOGRAMA .....	10
3.4. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS .....	10
3.5. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS .....	10
3.6. APRECIÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA .....	11
3.7. RECOMENDAÇÕES A EMPRESA .....	11
<b>4 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
4.1. COOPERATIVA .....	12
4.2. COOPERATIVA DE CRÉDITO .....	13
4.3. ATENDIMENTO AO CLIENTE .....	14
4.4. SISTEMAS .....	16
<b>5 COMPARATIVO ANALÍTICO ENTRE PLANEJAMENTO E AÇÕES IMPLEMENTADAS DURANTE O ESTÁGIO.....</b>	<b>18</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>18</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>19</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

O estágio é crucial para a formação em administração, pois oferece aos estudantes a oportunidade de aplicar na prática o que aprendem em sala de aula, ganhar experiência profissional, desenvolver habilidades específicas da área e estabelecer contatos no mercado de trabalho. Além disso, o estágio permite aos alunos explorarem diferentes áreas da administração e descobrirem seus interesses e aptidões profissionais.

O estágio foi realizado na empresa Sociedade Cooperativa de Crédito Coopere LTDA.- Sicoob Coopere, na agência localizada em Conceição do Coité-Ba, com a supervisão da Gerente geral da agência, Valmiralva Boaventura, iniciado o primeiro estágio no dia 01/04/2024 e finalizado em 06/05/2024 e o segundo estágio iniciou no dia 02/09/2024 e finalizou no dia 04/10/2024 totalizando 300 horas, na área comercial e financeira.

Principal objetivo foi adquirir conhecimento e oportunidade de crescimento na vida profissional, bem como, a experiência adquirida.

## **2 O ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

### **2.1 CONCEITO**

De acordo a lei nº 11.788/2008, art. 1º, estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos. Conforme art. 2º, inciso 1º, estágio obrigatório é aquele definido como tal no projeto do curso, cuja carga horária é requisito para aprovação e obtenção de diploma. Art. 3º, inciso 1º, o estágio, como ato educativo escolar supervisionado, deverá ter acompanhamento efetivo pelo professor orientador da instituição de ensino e por supervisor da parte concedente, comprovado por vistos nos relatórios referidos no inciso IV do caput do art. 7º desta Lei e por menção de aprovação final.

### **2.2 IMPORTÂNCIA**

O estágio desempenha um papel crucial tanto na vida acadêmica quanto na profissional. Na vida acadêmica, proporciona a oportunidade de aplicar na prática os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula, o que fortalece a compreensão dos conceitos e facilita a assimilação

do conteúdo. Além disso, estimula o desenvolvimento de habilidades específicas da área de atuação e promove a integração entre teoria e prática.

Profissionalmente, o estágio oferece a chance de adquirir experiência real no ambiente de trabalho, permitindo que os estudantes conheçam de perto a rotina e as demandas da profissão escolhida. Isso pode contribuir significativamente para a construção de um perfil profissional mais sólido, além de possibilitar o desenvolvimento de habilidades interpessoais, como comunicação e trabalho em equipe. Além disso, o estágio pode abrir portas para oportunidades futuras de emprego, ao estabelecer contatos no mercado de trabalho.

O estágio é importante para a sociedade por diversos motivos, contribuindo para a formação de profissionais capacitados, qualificados e preparados para atuar em suas respectivas áreas, elevando a qualidade dos serviços prestados.

O estágio contribui para a redução do desemprego, oferecendo oportunidades de experiência profissional para os estudantes, o que poderá aumentar suas chances de empregabilidade após a formação. Além da integração entre instituições de ensino e o mercado de trabalho, estabelecendo uma ponte importante entre teoria e prática e garantindo que os profissionais formados estejam alinhados com as demandas do mercado.

O estágio desempenha um papel fundamental no meio acadêmico com a aplicação prática do conhecimento proporcionando aos estudantes a oportunidade de aplicar na prática os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula, fortalecendo sua compreensão dos conceitos e teorias aprendidas e a integração entre ambas, o que ajuda um melhor entendimento sobre os conceitos acadêmicos.

Além de desenvolver as habilidades necessárias para o mercado de trabalho, como resolução de problemas, comunicação, trabalho em equipe e liderança, que são essenciais para o sucesso profissional, bem como, explorar as áreas de interesse, com a oportunidade de estágio os discentes descobrem suas aptidões profissionais, o que ajuda a tomada de decisões sobre sua carreira profissional.

### **3 A EMPRESA**

#### **3.1 HISTÓRIA**

A Sociedade Cooperativa de Crédito Coopere Ltda. – conhecida como Sicoob Coopere – foi criada em 1993, no município de Valente, localizado no semiárido baiano. Sua origem está diretamente ligada aos desafios enfrentados por agricultores locais na produção e comercialização do sisal.

Esses agricultores, organizados por meio da Associação dos Pequenos Agricultores do Estado da Bahia (APAEB), já haviam conquistado avanços importantes, como a eliminação de intermediários na cadeia comercial do sisal, o que permitiu a exportação direta da fibra para o mercado internacional. No entanto, o acesso ao crédito ainda representava um obstáculo, uma vez que os financiamentos obtidos junto a instituições bancárias convencionais apresentavam custos elevados.

Com o objetivo de suprir essa lacuna, surgiu a ideia de captar recursos diretamente da comunidade local, oferecendo retorno financeiro a quem realizasse depósitos. Essa iniciativa, chamada de Poupança APAEB, foi amplamente aceita, especialmente porque os bancos da época não aceitavam pequenos depósitos. O volume expressivo de recursos mobilizados justificou a criação de uma instituição financeira própria para gerir essas economias.

Inspirados pelos princípios do cooperativismo de crédito e após intercâmbios, estudos e seminários sobre o tema, as lideranças locais fundaram a Coopere, oficialmente instituída em 3 de março de 1993 e autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil em 21 de setembro do mesmo ano.

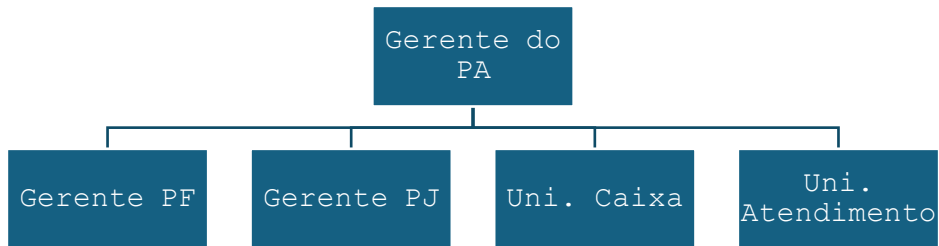
A criação da cooperativa representou um marco na inclusão financeira da região, permitindo aos pequenos produtores acesso ao crédito, à abertura de contas bancárias e a serviços antes restritos a grandes produtores. Dois momentos históricos se destacam: a adesão ao Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (Sicoob), em 1998, e o início da expansão regional a partir dos anos 2000.

Desde então, a instituição tem investido na profissionalização da gestão, aprimorando a governança com medidas como a adoção de um sistema de delegados, a separação entre os conselhos administrativo e executivo, e a ampliação da área de atuação. Em conformidade com a Resolução nº 4.434/2015 do Banco Central, a Coopere é hoje classificada como cooperativa clássica, com livre admissão de associados, mantendo investimentos contínuos em capacitação de dirigentes e colaboradores (SICCOB COOPERE, 2025).

### 3.2 ESTRUTURA

- Gerente do PA (Ponto de Atendimento)
- Gerente Pessoa Física
- Gerente Pessoa Jurídica
- Unidade de atendimento ao associado
- Unidade Caixa

### 3.3 ORGANOGRAMA



Fonte: De autoria própria.

### 3.4 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

- Atendimento ao associado
- Aberturas de contas
- Prospecção e vendas de produtos
- Elaboração de propostas de crédito
- Vendas dos produtos financeiros
- Organizar arquivos

### 3.5 SÍNTESE DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

As atividades realizadas durante o estágio na maior parte do tempo era o atendimento ao associado, que acontecia das 10h às 15h, onde eram colhidos os documentos necessários para os procedimentos, bem como atender a necessidade do cliente, abrir contas, resolver problemas, e oferecer produtos.

No horário que a agência estava fechada, realizava as confecções dos cadastros, fazia ligações de prospecções, elaborava propostas de crédito e organizava os arquivos.

Cada cooperado possui um cadastro no sistema da cooperativa, neste cadastro são inclusas informações como, endereço, renda, cadastro de bens, todos incluem anexos. Para realizar qualquer procedimento é necessário possuir ao menos o cadastro.

Durante os atendimentos de modo geral, analisava o perfil do cliente para possíveis ofertas de produtos e serviços.

Após o fim dos atendimentos, eram arquivados os documentos físicos nas pastas dos respectivos associados, que são organizadas por número de conta.

Para além destas atividades, eram feitas ligações para prospecção de produtos de acordo com as listas fornecidas pela gerência.

### 3.6 APRECIÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA

A empresa apresenta um ambiente de trabalho colaborativo e acolhedor, equipes de trabalho prestativas e com boa comunicação. Feedbacks constantes ajudou na evolução profissional para oferecer um trabalho eficiente.

Durante o estágio, pude observar na prática como funciona conceitos teóricos, além de uma visão mais ampla sobre o sistema financeiro.

O Sicoob se destaca na contratação de estagiários, no bem-estar dos colaboradores, treinamentos constantes para evolução profissional e pessoal, além do compromisso com a comunidade, conta com uma cultura organizacional de excelência.

A experiência foi enriquecedora, desafiadora e satisfatória. Pude crescer dentro da empresa e trabalhar na área desejada.

A empresa é um excelente lugar para estagiar, além dos conhecimentos adquiridos há grandes chances para crescimento na área. Conta com profissionais exemplares dispostos a contribuir para seu aprendizado.

### 3.7 RECOMENDAÇÕES A EMPRESA

Tendo em vista os conhecimentos adquiridos no curso de Administração e a experiência adquirida no estágio, foi possível perceber que há um pequeno atraso na tecnologia comparado aos concorrentes, principalmente as instituições financeiras digitais. Com o avanço da tecnologia, os bancos digitais ganharam espaço e preferência de muitos brasileiros, pela facilidade e comodidade para realizar suas transações.

Ainda é um desafio para acompanhar as alterações do mercado, a empresa deverá investir em tecnologia de ponta para facilitar os processos por meio dos aplicativos para maior satisfação dos clientes, melhorando também as filas nas agências físicas.

O Investimento em tecnologia e automação dos processos, melhorando os aplicativos e internet banking para que os cooperados tenham mais facilidade de acesso, uso da inteligência

artificial nos chats e assistente virtual para responder dúvidas frequentes e resolver problemas de baixa complexidade, diminuindo assim o fluxo de mensagens no WhatsApp que são respondidas pelos colaboradores.

Melhorar a qualidade e quantidade dos autoatendimentos, com isso as filas para os caixas iriam diminuir consideravelmente.

Unificação dos sistemas que são utilizados durante o atendimento, alguns sistemas ainda são em outras plataformas, o que pode gerar atraso durante o atendimento.

## **4 REFERENCIAL TEÓRICO**

O estágio realizado na cooperativa de crédito proporcionou a oportunidade de compreender, na prática, como os princípios cooperativistas são aplicados em um ambiente financeiro. Foi possível vivenciar a dinâmica da gestão financeira, a análise de crédito, o atendimento ao público e o uso de sistemas tecnológicos que visam melhorar a eficiência operacional e a experiência do cliente. Além disso, foi possível perceber como as cooperativas de crédito contribuem para a melhoria da qualidade de vida de seus associados, oferecendo serviços financeiros com condições mais vantajosas e promovendo uma economia mais justa e solidária.

Este referencial teórico está estruturado em tópicos que abordam os principais aspectos observados durante o estágio, incluindo o conceito de cooperativa, as características específicas das cooperativas de crédito, o atendimento ao público e a utilização de sistemas tecnológicos no setor financeiro. O referencial utilizado para embasar as análises e discussões sobre as práticas observadas visa fornecer uma compreensão mais aprofundada dos processos que envolvem a gestão cooperativa e a importância das cooperativas de crédito para o desenvolvimento econômico e social das comunidades.

### **4.1 COOPERATIVA**

As cooperativas desempenham um papel fundamental na sociedade, principalmente no contexto econômico e social. Elas surgem como uma alternativa eficiente para a organização de grupos de pessoas que, em conjunto, buscam atender necessidades comuns por meio de esforços coletivos. Ao longo do tempo, as cooperativas têm se mostrado uma forma robusta de fomentar a economia solidária, promovendo a inclusão social, o desenvolvimento sustentável e a redução das desigualdades. Elas se baseiam na colaboração mútua e no respeito aos princípios

de democracia e equidade entre os seus membros, o que as distingue das demais formas empresariais tradicionais.

O conceito de cooperativa pode ser abordado sob diferentes perspectivas, especialmente no campo jurídico e socioeconômico. De acordo com a Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que institui a Política Nacional do Cooperativismo, cooperativas são: “sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades” (BRASIL, 1971).

Essa definição legal destaca a especificidade da cooperativa como uma sociedade civil, voltada essencialmente à prestação de serviços aos seus membros, sendo regida por princípios distintos das sociedades empresárias tradicionais.

Complementando essa visão jurídica, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) oferece uma abordagem mais abrangente, enfatizando os aspectos sociais, econômicos e culturais dessas organizações. Segundo o SEBRAE (2016, p. 9):

Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade coletiva e democraticamente gerido. Fundamenta-se na economia solidária e se propõe a obter um desempenho econômico eficiente, por meio da produção de bens e serviços com qualidade destinada a seus cooperados e clientes.

Essa concepção destaca o papel das cooperativas como formas de organização baseadas na solidariedade e na autogestão, atuando na promoção do desenvolvimento coletivo e sustentável, por meio da cooperação entre os associados.

Basicamente, com a formação de uma cooperativa buscam melhorar a situação financeira, solucionar problemas e atender as necessidades de um grupo de pessoas que possuem objetivo em comum.

## 4.2 COOPERATIVA DE CRÉDITO

O estágio em cooperativas de crédito representa uma oportunidade única de aprendizado e vivência prática em um setor financeiro caracterizado pela gestão democrática e pela busca constante pelo bem-estar dos seus cooperados. As cooperativas de crédito têm uma relação direta com os princípios cooperativistas, promovendo a inclusão financeira e oferecendo condições mais acessíveis de crédito, além de possibilitar aos estagiários o entendimento de como os modelos de negócios voltados para a economia solidária operam no dia a dia. Nesse contexto, os estagiários não só desenvolvem habilidades profissionais na área financeira, mas

também podem contribuir para o fortalecimento de uma economia mais justa e colaborativa, alinhada com os valores de cooperativismo e solidariedade.

Segundo Pinheiro (2008), “a primeira sociedade cooperativa foi a chamada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, com sua fundação em 27 de outubro de 1889, na província de Minas”. Inicialmente criada com pretensão de consumo, em seu estatuto prescrevia a necessidade de uma "caixa auxílios e socorros", como chamam na época, para associados que necessitassem de recursos para se manter por falta de trabalho.

Instituição financeira formada por um grupo de pessoas que proporcionam aos cooperados serviços financeiros, os cooperados são donos o que lhes confere direito de participação na tomada de decisão e na participação dos lucros.

Ferguson e Mckillop (2000, apud SILVA, 2015) afirmam que "uma cooperativa de crédito é uma instituição financeira que opera de forma cooperativa, sem fins lucrativos, onde os cooperados são ao mesmo tempo donos e usuários da cooperativa, participando de sua gestão e usufruindo de seus produtos e serviços."

Geralmente, as cooperativas oferecem condições mais vantajosas nos preços dos serviços financeiros e na remuneração do capital investido, além de desempenharem um papel significativo no desenvolvimento socioeconômico dos seus associados e das comunidades em que atuam.

#### 4.3 ATENDIMENTO AO PÚBLICO

O atendimento ao cliente emerge como o principal fator de competitividade entre as organizações, uma vez que as expectativas dos clientes estão em constante crescimento. A qualidade do atendimento está diretamente ligada à satisfação do cliente, o que pode levar à fidelização da marca ou, ao contrário, à rejeição imediata, caso o atendimento não seja satisfatório (Kotler; Keller, 2012). Nesse contexto, a existência de filas, que é uma ocorrência comum no cenário econômico atual, pode impactar significativamente a experiência do cliente, gerando frustração e, conseqüentemente, afetando sua percepção da qualidade do serviço. Como descreve Corrêa (2003), a Teoria das Filas, inicialmente desenvolvida para lidar com o congestionamento de chamadas em centrais telefônicas, ilustra como o gerenciamento inadequado de filas pode gerar desconforto e prejudicar a satisfação do cliente.

Filas podem ser encontradas em diversos estabelecimentos, como farmácias, lojas e instituições financeiras, e seu impacto na experiência do cliente é notável, pois elas estão diretamente relacionadas ao estresse e ao tédio, prejudicando a percepção do serviço. Nesse

cenário, a Qualidade de Serviços, definida pela opinião do cliente, assume um papel essencial na busca pela competitividade e pela melhoria contínua. Segundo Giansesi e Corrêa (1994, apud Lazzari, 2009), os clientes são os elementos centrais da produção de serviços, sendo eles os decisórios em termos de onde, como e quando o serviço deve ser realizado.

A qualidade no serviço bancário, por exemplo, é um fator primordial para a competitividade e pode ser classificada por Reis (1998) em duas vertentes: qualidade operacional e qualidade estratégica. A qualidade operacional foca na execução eficiente e sem falhas dos serviços oferecidos, enquanto a qualidade estratégica se concentra em satisfazer e encantar os clientes, além de motivar os funcionários e incentivar a inovação. Essa diferenciação é essencial para destacar um banco frente aos seus concorrentes.

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010), a satisfação do cliente é definida pela comparação entre a percepção do serviço prestado e as suas expectativas. Quando as expectativas são superadas, o serviço é considerado excepcional; quando atendidas, é considerado satisfatório; e, quando não atendidas, a qualidade do serviço é percebida como inaceitável. Assim, a qualidade do serviço está intrinsecamente ligada à capacidade de uma organização em atender às expectativas de seus clientes, superando ou, no mínimo, confirmando essas expectativas.

Para garantir o sucesso e a competitividade, as empresas devem compreender que a satisfação do cliente não se resume apenas à qualidade do serviço, mas também à personalização do atendimento. Como observa Wenningkamp (2011), cada cliente possui desejos e necessidades distintas e, portanto, deve ser atendido de maneira personalizada, com canais específicos de atendimento, monitoramento e maneiras de lidar com reclamações. O investimento em estratégias de personalização e no cuidado com a experiência do cliente é, assim, um fator decisivo para a fidelização e o sucesso contínuo da organização.

Dessa forma, a qualidade do atendimento ao cliente é um dos principais fatores que determinam a competitividade das organizações no mercado atual. A satisfação dos clientes está diretamente ligada à sua experiência com os serviços prestados, e o gerenciamento adequado de aspectos como filas e tempo de espera é crucial para evitar frustração e garantir uma percepção positiva. As organizações, especialmente no setor de serviços, devem focar em atender às expectativas dos clientes, superando-as sempre que possível, para promover a fidelização e o encantamento.

Além disso, a personalização do atendimento e o investimento contínuo na qualidade do serviço são estratégias essenciais para se destacar no mercado, pois cada cliente tem

necessidades únicas que demandam uma abordagem diferenciada. A combinação de qualidade operacional e estratégica, conforme proposto por Reis (1998), contribui para uma experiência superior, promovendo não apenas a satisfação, mas também a diferenciação em relação à concorrência.

Portanto, para que as empresas alcancem sucesso e se mantenham competitivas, é fundamental que invistam em estratégias que garantam um atendimento eficiente, de qualidade e personalizado, alinhando-se às expectativas e necessidades dos clientes de forma contínua e inovadora.

#### 4.4 SISTEMAS

O mercado bancário brasileiro tem experimentado uma transformação significativa desde a década de 1980, com um foco crescente em melhorar a competitividade, segurança e eficiência dos processos, além de digitalizar o relacionamento com os clientes (Marques, 2019). Esse movimento foi impulsionado pela necessidade de adaptação dos bancos tradicionais às novas demandas tecnológicas e às exigências de um mercado mais competitivo. Nesse contexto, os bancos digitais surgiram como uma solução para facilitar o acesso aos serviços bancários, proporcionando uma experiência mais ágil, com menores taxas e maior comodidade, ao mesmo tempo em que aumentaram o volume de transações financeiras e reduziram o tempo gasto pelos clientes.

Para Takata (2002, apud Viana, 2018, p. 12), “a introdução da tecnologia no setor bancário mundial e no Brasil foi importante para um melhor atendimento aos clientes, aumento da rentabilidade, além de favorecer aos bancos a se manterem competitivos no mercado”. Essa afirmação reforça o papel decisivo da tecnologia como vetor de modernização e sustentabilidade das instituições financeiras diante das transformações do mercado.

Embora os bancos digitais se destaquem por vantagens como o fácil acesso e a redução dos custos operacionais, os bancos tradicionais ainda preservam algumas vantagens competitivas importantes. A existência de agências físicas proporciona aos clientes um sentimento de segurança e confiança, algo que muitas vezes falta em instituições menores e menos conhecidas. Contudo, essa confiança acarreta custos adicionais, como taxas e juros mais altos, pacotes de serviços caros e o desconforto causado por filas longas, representando desafios para a experiência do cliente.

Para responder a essas novas exigências e melhorar a experiência dos seus clientes, os bancos tradicionais começaram a investir em tecnologias de autoatendimento, como os caixas

eletrônicos, que permitiram aos clientes realizarem transações sem precisar enfrentar longas filas. A evolução continuou com o desenvolvimento de aplicativos bancários para dispositivos móveis, que simplificaram ainda mais o acesso às contas e o gerenciamento financeiro. Esses avanços possibilitaram aos clientes escolherem entre diferentes canais de atendimento, como o autoatendimento, os caixas eletrônicos ou a internet banking, conforme a sua conveniência.

A incorporação de tecnologias digitais no setor bancário constituiu um elemento decisivo para a modernização dos serviços financeiros, promovendo melhorias significativas no atendimento ao cliente e na eficiência operacional das instituições. A digitalização viabilizou a manutenção da competitividade no mercado, ao possibilitar a redução de custos e, simultaneamente, oferecer experiências mais ágeis, personalizadas e acessíveis aos usuários. Nesse contexto, os sistemas bancários passaram a ser reestruturados com foco na flexibilidade e na conveniência, alinhando-se às novas demandas do mercado sem comprometer os pilares fundamentais de confiança e segurança que caracterizam o setor financeiro.

Desta forma, a integração de tecnologia nos sistemas bancários, com a combinação de opções digitais e físicas, tem sido essencial para satisfazer as expectativas dos clientes e garantir que os bancos se mantenham competitivos em um mercado em constante transformação.

Portanto, a evolução do mercado bancário brasileiro, impulsionada pela integração de novas tecnologias, tem sido crucial para atender as crescentes demandas de competitividade, eficiência e conveniência dos clientes. Os bancos tradicionais, embora ainda mantenham a confiança gerada pelas agências físicas, enfrentam o desafio de equilibrar suas vantagens com os custos mais altos e a experiência muitas vezes negativa das longas filas. Por outro lado, os bancos digitais surgiram como uma alternativa inovadora, proporcionando serviços mais rápidos, com menores taxas e maior praticidade, o que tem atraído um número crescente de clientes.

A introdução de tecnologias como caixas eletrônicos, aplicativos bancários e internet banking foi fundamental para melhorar a experiência do cliente, oferecendo diferentes canais de atendimento e possibilitando um maior controle e autonomia nas transações financeiras. A digitalização do setor bancário tem sido não apenas uma resposta à necessidade de redução de custos, mas também uma estratégia para manter os bancos competitivos, aumentando sua rentabilidade e fidelizando clientes.

Portanto, a adaptação do setor bancário às novas tecnologias é um reflexo da busca incessante pela melhoria da qualidade do atendimento e pela satisfação dos clientes, garantindo

que as instituições financeiras possam se manter relevantes em um cenário cada vez mais digital e competitivo.

## **5 COMPARATIVO ANALÍTICO ENTRE PLANEJAMENTO E AÇÕES IMPLANTADAS DURANTE O ESTÁGIO**

Durante o estágio, foi possível analisar na prática diversas teorias abordadas em sala de aula, com a implementação do plano de atividades conforme o que havia sido planejado no início da disciplina. A oportunidade de crescimento na área foi plenamente alcançada, o que correspondia às expectativas iniciais. Ao longo do estágio, habilidades como comunicação eficaz, disciplina, visão estratégica, trabalho em equipe e resolução de problemas foram desenvolvidos e aprimorados. O estágio não apenas atendeu, mas superou as expectativas, com o conhecimento adquirido indo além do que foi inicialmente previsto. O desenvolvimento das atividades atribuídas seguiu o plano acordado, proporcionando uma experiência significativa.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As considerações finais sobre o estágio destacam a importância dessa experiência para minha formação acadêmica e profissional. O estágio foi fundamental para o meu desenvolvimento, pois proporcionou uma visão prática dos conceitos estudados em sala de aula, além de me permitir aplicar as teorias em um ambiente real de trabalho. Ao entrar em contato com o sistema financeiro pela primeira vez, enfrentei desafios, principalmente relacionados ao entendimento das operações e à adaptação às ferramentas utilizadas no ambiente bancário. No entanto, essas dificuldades foram superadas ao longo do tempo, o que me proporcionou um crescimento significativo na área.

O estágio não só atendeu às minhas expectativas, como superou-as, oferecendo uma excelente oportunidade de aprendizado. A experiência foi crucial para o meu crescimento pessoal e profissional, ajudando a fortalecer habilidades importantes como comunicação, organização e capacidade de lidar com desafios cotidianos do ambiente corporativo. Além disso, adquiri valores fundamentais, como ética, responsabilidade e a importância do trabalho em equipe.

A vivência no estágio foi um marco no meu percurso profissional, contribuindo diretamente para a ampliação do meu conhecimento na área. A experiência adquirida foi de

extrema relevância para a minha efetivação, o que representa um importante passo na minha carreira, consolidando as bases para um futuro promissor na área de atuação escolhida. Em resumo, o estágio não foi apenas uma etapa de aprendizagem, mas também uma oportunidade única para meu crescimento contínuo, tanto em termos de habilidades técnicas quanto no desenvolvimento profissional.

## **REFERÊNCIAS**

BIALOSKORSKI-NETO, S.; BALIEIRO, C. Um ensaio sobre os benefícios sociais e econômicos do cooperativismo na agricultura do Estado de São Paulo. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural**, 2001, Recife. Anais... Recife: XXXIX Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2001.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo e institui o regime jurídico das sociedades cooperativas. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 20 dez. 1971. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/15764.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm).

CORRÊA, H. L. **Teoria Geral da Administração: Abordagem Histórica da Gestão de Produção e Operações**. São Paulo: Atlas, 2003.

FERGUSON, C.; MCKILLOP, D. G. **Credit Unions: Performance, Sustainability and Future Prospects**. Chichester: Wiley, 2000. Apud SILVA, José da. **A trajetória das cooperativas de crédito no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2015.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. Trad. Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire. 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.

LAZZARI, Fernanda. **Dimensões da qualidade na prestação de serviços: um estudo em laboratórios de análises clínicas**. 2009. 158 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/handle/11338/365>.

MARQUES, Frank Borges. **Bancos digitais x Bancos tradicionais: Uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário brasileiro.** 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/28298/7/BancosDigitaisTradicionais.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2024.

PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de crédito: história da evolução normativa no Brasil.** 6. ed. Brasília: Banco Central do Brasil, 2008.

REIS, Luiz Felipe S. Dias. **Gestão da Excelência na Atividade Bancária.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Cooperativa: série empreendimentos coletivos.** Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook\\_sebrae\\_cooperativa-serie-empreendimentos-coletivos.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_sebrae_cooperativa-serie-empreendimentos-coletivos.pdf). Acesso em: 30 nov. 2024.

SICOOB. **Sociedade Cooperativa de Crédito.** Disponível em: <https://www.sicoob.com.br/web/sicoobcoopere/sicoob-coopere#:~:text=A%20Sociedade%20Cooperativa%20de%20Cr%C3%A9dito,comercializa%C3%A7%C3%A3o%20da%20fibra%20de%20sisal>. Acesso em: 30 nov. 2024.

VIANA, Thiago Henrique Pereira. **Análise do autoatendimento bancário no Brasil.** 2018. 33 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018. Acesso em 30 nov. 2024.

WENNINGKAMP, Anderson. **A miopia das empresas na satisfação dos clientes.** Jornal do Empreendedor. Disponível em: <https://www.jornaldoempreendedor.com.br/gestao/estrategias-de-sucesso/a-miopia-das-empresas-na-satisfacao-do-cliente>. Acesso em: 30 nov. 2024.