



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

BANCO DO BRASIL S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

BANCO DO BRASIL S.A.

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

Camila Regiane de Faria, RA 1012020101069

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	5
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	13
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	14
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	14
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	15
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	15
4. CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17
ANEXOS	18

1. INTRODUÇÃO

A empresa escolhida foi o Banco do Brasil. O objetivo deste trabalho foi entender um pouco mais sobre o processo de comunicação entre as equipes no contexto organizacional, em uma empresa de abrangência nacional.

Para realizar esse trabalho obtivemos informações em seu site oficial (bb.com.br) e entrevista com o representante de uma de suas filiais; agência do Banco do Brasil localizada em São Sebastião da Gramma.

O Banco do Brasil é um empresa que investe na capacitação e na carreira seus funcionário, através da educação corporativa. Permaneceu entre as 150 Melhores Empresas para Trabalhar, segundo edição 2019 do Guia da Você S/A. Anualmente, a Revista realiza um levantamento, em parceria com a Fundação Instituto de Administração.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Somos o Banco do Brasil S.A. (BB), sociedade anônima aberta, pessoa jurídica de direito privado, de economia mista e controlados pela União, que detém 50% das ações; o primeiro Banco a operar no País e também a primeira Empresa a realizar uma oferta pública de ações no mercado de capitais brasileiro; e o único banco brasileiro listado no Novo Mercado que tem requerimentos avançados de governança corporativa. Com mais de 210 anos de existência, contribuímos ativamente para o desenvolvimento do Brasil. Os valores que guiam a organização: Foco no Cliente, Inovação, Senso de Dono, Ética, Eficiência, Confiabilidade e Espírito Público.

Nossa Administração tem sólido compromisso com a entrega de resultados consistentes e sustentáveis, transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade socioambiental. Por conta dessa atuação, integramos o Novo Mercado e o Programa Destaque em Governança de Estatais (PDGE) da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão, com presença no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3. Estamos listados também na carteira global e de mercados emergentes do Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI) da Bolsa de Valores de Nova Iorque..

Presentes em 99,24% dos municípios brasileiros, com mais de 50 mil pontos de atendimento (dentre pontos de atendimento próprios e parcerias com terceiros), as 4.356 agências representam 21% de participação no Sistema Financeiro Nacional (SFN). A rede externa é composta por 24 unidades localizadas em 16 países. Mantemos ainda acordo com instituições financeiras no exterior para atuação de 858 bancos como correspondentes em 106 países.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

O Banco do Brasil tem a ética como compromisso e o respeito como atitude nos relacionamentos.

O Código de Ética do BB traduz os valores que devem ser observados e cultivados por todos os escalões da empresa no relacionamento com os diversos segmentos da sociedade, seja no Brasil, ou no exterior, pois nos empenhamos em construir relacionamentos duradouros, baseados no respeito às necessidades e às expectativas de nossos diferentes públicos

É dever de todos nós agir de acordo com as diretrizes deste Código e disseminamos os preceitos aqui contidos, para mantermos um ambiente de trabalho íntegro, confiável e socialmente responsável.

Buscamos a excelência no atendimento a todos os nossos clientes e não compactuamos com fraudes, corrupção ou qualquer outra conduta que viole as normas e prejudique a confiança depositada por nossos públicos de relacionamento.

Tais pressupostos integram todo o BB no esforço de desenvolver negócios sustentáveis e contribuir para o alcance da Missão

Já nossas Normas de Conduta, de forma mais objetiva, indicam as responsabilidades da Alta Administração, dos funcionários e dos colaboradores no exercício de seu trabalho, zelando, portanto, pela credibilidade e idoneidade de nossa Organização.

O diálogo é essencial para a adequada aplicação do Código de Ética e das Normas de Conduta. Assim, em caso de dúvidas, ou diante de um dilema do cotidiano do trabalho, incentivamos os funcionários a conversarem com superiores hierárquicos e colocamos meios à disposição para que os Comitês Estaduais de Ética também possam auxiliar na elucidação de dúvidas.

Cultivamos, promovemos e disseminamos os mais elevados padrões de ética e compliance, bem como mantemos canal estruturado para receber reclamação ou denúncia sobre desvio de conduta porventura observado, além de garantirmos o sigilo na condução das denúncias.

Somos um Banco inovador e comprometemo-nos a trabalhar juntos para garantir o elevado padrão de integridade na Organização e a satisfação dos nossos clientes.

Funcionários

O desenvolvimento e a retenção de talentos são fundamentais para a continuidade dos negócios. Assim, investir nesses aspectos é uma forma de nos mantermos competitivos, em um contexto de transformação digital e foco no cliente.

O planejamento e desenvolvimento da carreira dos funcionários foi estimulado por meio de ferramentas de gestão e programas corporativos de sucessão e ascensão profissional, com ações relevantes, conciliando as estratégias organizacionais com as expectativas de crescimento profissional, tendo como base a ascensão pelo mérito, pela clareza e transparência e democratização de oportunidades.

As políticas e práticas de gestão de pessoas são norteadas pela meritocracia, compromisso com os valores da empresa, foco na experiência do cliente, transformação digital e inovação. Em 2019, diversas ações de gestão de pessoas foram adotadas, entre elas a realização de novas edições dos Programas Ascensão Profissional Executivos e Gestores no Exterior, Superintendente Comercial Varejo, Gestores em Primeira Investidura, Gerências Especializadas e Programa de Identificação de Talentos – Escriturários e Caixas.

Para a retenção de talentos, também investimos na qualidade de vida, saúde e segurança, por meio do cumprimento dos pressupostos legais brasileiros, da observância de políticas internacionais, como as da Organização Internacional do Trabalho (OIT), e de boas práticas e padrões mundiais.

Diversidade do Quadro Funcional

A maior proporcionalidade da representatividade de gênero e raça faz com que profissionais de origens, habilidades, experiências e pontos de vistas diversos trabalhem juntos para atingir um mesmo objetivo. Atuar com pessoas com histórias de vida distintas expande visões, estimula a produtividade e influencia decisões mais acertadas de negócio. Isso torna as equipes mais fortes e preparadas para se adaptarem e conquistarem espaço em um mundo em transformação constante. Consequentemente, há reflexos no relacionamento com o cliente, gerando maior empatia dos funcionários para atuarem em diferentes contextos, aprimorando negócios.

As ações para promoção da diversidade no quadro funcional são garantidas pelas políticas gerais, pelo Código de Ética, além de normativos dos programas de ascensão profissional que contemplam ações pró equidade de gênero nos recrutamentos e seleções internas. Somos signatários e certificados em diversos programas que valorizam a diversidade, como os Padrões de Conduta para Empresas no enfrentamento à discriminação de pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e intersexuais da ONU e a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial e de Gênero da Faculdade Zumbi dos Palmares.

Também amadurecemos os dispositivos e as ações em prol da equidade de gênero, no sentido da conscientização, responsabilização e construção orgânica da representatividade interna. Estão em curso, no âmbito do Programa Pró-Equidade de

Gênero e Raça, ações afirmativas de gênero nos programas corporativos de ascensão profissional. O Programa Liderança Feminina foi lançado para identificar barreiras, mapear a prontidão organizacional para a mudança e criar a cultura de equidade. Foram estabelecidas metas corporativas para nomeação de mulheres em cargos de primeira gestora em Unidades de Negócios.

Satisfação do Funcionário

O monitoramento sistemático do clima organizacional, da satisfação e do engajamento permite avaliar a qualidade das relações estabelecidas no ambiente de trabalho, que engloba conflitos e pontos críticos, fracos e fortes, delineando caminhos para compreensão de questões ligadas às causas da rotatividade, do absenteísmo, da desmotivação, da queda de produtividade e da retenção de talentos, entre outras. O diagnóstico de cultura organizacional representa o cenário interno e é um dos elementos considerados/analísados na definição dos direcionadores. Desde 2017, após a revisão da estratégia de pesquisas por nossa área de comportamento organizacional, aplicou-se anualmente apenas a Pesquisa de Clima e Engajamento Organizacional, por meio da qual os resultados dos seguintes indicadores foram obtidos:

Satisfação do Funcionário:

Pesquisa de Clima e Engajamento Organizacional	2017	2018	2019	Meta para 2018	Meta para 2019	Meta para 2020
Percentual de Funcionários Engajados	60,6	77,3	78,73	64,5	78	79
Feminino	58,3	77,3	78,73			
Masculino	62,2	77,8	78,17			
Percentual de Funcionários Satisfeitos	79,2	83,6	84,78	80	83,6	83
Cobertura da Pesquisa (% do total de funcionários)	58,8	67,7	80,5	-	67 (1)	68

(1) Meta para cobertura da pesquisa foi estabelecida a partir de 2019. Meta revisada

O aumento da participação de funcionários na pesquisa foi influenciado por campanha de comunicação convidando-os a responder à pesquisa. Outras iniciativas e instrumentos para melhoria do clima e da satisfação dos funcionários realizados em 2019:

- Oficina Gestão do Clima Organizacional, com 760 gestores capacitados em treinamento presencial;
- Curso O Clima e Você, oferecido aos funcionários por meio do portal da UniBB, e com 3.790 conclusões;
- Metodologia Desenvolvendo o Clima Organizacional, com envolvimento de 1.197 funcionários;
- Roteiro para Melhoria do Clima Organizacional (encontros para análise da Pesquisa de Clima e Engajamento Organizacional e estruturação de planos de ação), que contaram com a participação de 63 profissionais.

Carreiras e Sucessão

A educação corporativa é um recurso estratégico para alcançarmos o propósito e os objetivos, além de reforçar os valores organizacionais. Para que as soluções educacionais oferecidas contribuam efetivamente com o desenvolvimento dos funcionários, nosso sistema de educação corporativa está estruturado em quatro subsistemas inter-relacionados: Diagnóstico de Necessidades de Treinamento, Planejamento Educacional, Implementação e Avaliação de Resultados das Ações Educacionais.

É no Diagnóstico e na Análise de Necessidades de Treinamento, Desenvolvimento e Educação Corporativa que são avaliadas as competências profissionais a serem desenvolvidas aderentes à estratégia corporativa e as lacunas de desempenho, assim como estabelecidos os resultados de negócios esperados com a realização da ação educacional.

Em 2019 foram recebidas 42 demandas para desenvolvimento de iniciativas, das quais 14 resultaram em capacitações aderentes à Estratégia Corporativa. Foram avaliados os resultados das ações de capacitação por meio do Sistema Integrado de Avaliação de Programas de Treinamento, Desenvolvimento e Educação (SIAP), cuja finalidade é disponibilizar informações abrangentes e confiáveis para a tomada de decisão e melhoria das ações, do desempenho de educadores e de funcionários treinados, dos resultados organizacionais e da alocação de recursos.

A última avaliação de um programa de treinamento foi realizada em 2019 para avaliar o Programa Relaciona-e no período de setembro a dezembro de 2018. Trata-se de um programa de abordagem inovadora para auxiliar no desafio de construir um relacionamento sustentável com clientes em meio a um contexto de transformação

digital, proporcionando reflexão teoria e prática, abordagem negocial orientada e envolvimento da liderança, do qual participaram mais de 6 mil gerentes de relacionamento é considerado muito importante na estratégia corporativa e no plano de negócios do Banco.

A partir dessa avaliação verificamos um Retorno sobre o Investimento de 224,67%, resultado de um incremento na margem de contribuição (MC) de R\$ 2,71 milhões frente a um investimento de R\$ 835 mil. O volume total de crescimento da margem de contribuição no grupamento de clientes alvo refletiu a efetividade do programa. O resultado da avaliação demonstrou que o treinamento no trabalho apresentou ótimo nível de aprimoramento em desempenhos específicos. Os desempenhos dos gerentes de relacionamento foram superiores aos dos que não realizaram o treinamento.

Em 2019, lançamos o Mapa de Carreira, um ambiente de orientação profissional disponível para os funcionários no Portal UniBB, com o objetivo de auxiliar na construção de plano de desenvolvimento e de carreira. Em seguida, lançamos o Portal de Mentoria BB, um ambiente online que apoia os processos de orientação profissional, com o objetivo de compartilhar conhecimentos e experiências entre funcionários, visando a gestão do conhecimento corporativo e o desenvolvimento de competências importantes para o crescimento profissional dos participantes.

Permanecemos entre as 150 Melhores Empresas para Trabalhar, segundo edição 2019 do Guia da Você S/A. Anualmente, a Revista realiza um levantamento, em parceria com a Fundação Instituto de Administração – FIA/USP, para premiar companhias que se destacam em gestão de pessoas e clima organizacional. Dentre os aspectos que compõem a pesquisa, a categoria mais bem avaliada pelos nossos funcionários foi a que se refere a relações interpessoais, com ênfase para a confiança entre colegas e a disposição das pessoas para ajudarem umas às outras

A capacitação das equipes se dá ainda por meio de bolsas de estudo. Em 2019 foram concedidas 3.225 bolsas, distribuídas nos seguintes programas:

BB MBA Turma Contratada 211

Especialização 1.055

Graduação 946

Idiomas 866

Mestrado/Doutorado 147

Total Geral 3.225

No total, ao término de 2019, estavam em andamento 5.974 bolsas de estudo, beneficiando funcionários de todos os níveis da Organização.

Investimento na Formação de Líderes

- Programa Liderança Feminina tem como objetivos: identificar os fatores que têm impossibilitado a ascensão feminina, disseminar a cultura de equidade de gênero e desenvolver as competências da liderança feminina. O Programa foca o desenvolvimento de competências da liderança feminina e finalizou mais uma etapa com a realização de um processo de coaching coletivo para mais de 300 gestores e gestoras de todos os níveis organizacionais em 2019;
- O Game Líder em Ação é destinado a mais de 26 mil funcionários em funções de gerência média em todas as unidades do Banco. Essa ação de capacitação visa proporcionar aos participantes o reconhecimento e desenvolvimento de competências gerenciais, estimulando a vinculação das ações do cotidiano aos objetivos estratégicos da empresa e a atuação protagonista do funcionário, com foco na experiência do cliente;
- A Jornada do Líder, uma ação educacional destinada a 250 Gerentes Gerais de Unidades de Negócios e Unidades de Apoio com foco na melhoria da gestão e geração de resultados sustentáveis. Realizamos 10 turmas, com 7 encontros cada;
- O Líder 4.0 é um programa de desenvolvimento para 550 gerentes das Unidades Estratégicas em práticas e ferramentas de gestão para aprimorar competências mapeadas como críticas. Realizamos 22 turmas em 2019;
- O Programa Coaching Executivo tem o objetivo de promover o desenvolvimento contínuo dos executivos do Banco, levando em consideração a nossa estratégia, as competências mapeadas e os planos de desenvolvimento individual de cada participante

Medidas adotadas para o enfrentamento da Covid-19

Durante o processo final de elaboração do Relatório de Gestão 2019 ocorreu a evolução da pandemia do coronavírus (Covid 19) no Brasil e como forma de contribuir para enfrentamento desse novo cenário e reforçar o nosso propósito de “Cuidar do que é valioso para as pessoas”, adotamos diversas medidas, reafirmando o compromisso com a saúde e com a segurança dos clientes, funcionários, acionistas e outros públicos de interesse

Ao mesmo tempo, temos trabalhado para garantir a prestação de serviços financeiros de qualidade aos clientes e à sociedade. Dentre as ações adotadas para superação do momento de adversidade, destacamos:

Colaboradores e Cultura Organizacional

- Desde o início de março, promovemos a prática de afastar por 14 dias os funcionários que apresentarem sintomas e que tiveram contato com casos confirmados ou suspeitos (isolamento social). No mesmo período, iniciamos o afastamento por sete dias dos funcionários oriundos de qualquer país a contar da data de saída do exterior (isolamento social).
- Priorizamos o trabalho remoto (home office) de acordo com a criticidade do processo e natureza do trabalho e para funcionários considerados como grupo de risco ou que coabitam com pessoas do grupo de risco. Antes da pandemia, tínhamos 900 colaboradores com possibilidade de acesso remoto. Com investimentos em tecnologia, expandimos rapidamente para 35 mil funcionários trabalhando remotamente, com possibilidade instalada de até 70 mil acessem simultaneamente.
- Desenvolvemos cursos e trilhas completas de capacitação em nossa Universidade Corporativa para apoiar e facilitar o desenvolvimento do trabalho remoto.
- Desenvolvemos cursos e trilhas completas de capacitação em nossa Universidade Corporativa para apoiar e facilitar o desenvolvimento do trabalho remoto.
- Substituição de reuniões presenciais por videoconferências e videoconferências.
- Distribuição de 25 mil máscaras de proteção individual, do tipo face shield, para agências de todo o Brasil. Disponibilizamos ainda a opção de compra pelos gestores de cada agência de protetores de acrílico para os guichês de caixa em funcionamento neste período de contingência
- Antecipação da campanha de vacinação contra a gripe.

Satisfação do Cliente

Acreditamos que, para estabelecermos relações duradouras com clientes, precisamos fortalecer a inovação em nossa cultura e abraçar a revolução que a alimenta: a transformação digital. A era digital mudou hábitos e comportamentos do consumidor, de modo que o seu grau de exigência aumentou. Donos de um poder sem precedentes, os consumidores demandam diálogo, compromisso e transparência das empresas. Nesse contexto, em vez de observar a mudança acontecer, temos a capacidade de nos tornarmos protagonistas, também, nos canais digitais. Podemos nos voltar para o novo sem abrir mão de nossos valores e de nossa identidade.

O mundo conectado e interdependente é cheio de novas ideias. Não mudamos sozinhos, e sim em colaboração com outras partes, com trocas de informações e atitudes

enriquecedoras. Por um lado, temos clientes nativos digitais, que esperam que a tecnologia os ajude a atender suas necessidades, onde e quando desejarem. Por outro, existem clientes que valorizam as relações interpessoais e buscam atendimentos mais próximos. Em determinados temas, dispensam o “aqui e agora” em prol do sentimento de segurança e confiança, embora não deixem de exigir interações com excelência, atendimento ágil e ofertas personalizadas.

A qualidade do atendimento é fundamental para a satisfação dos clientes, na medida em que contribui para o aumento da confiança, a geração de oportunidades de negócios e o incremento da rentabilidade. Ao oferecer atendimento de excelência, o funcionário é a referência que o cliente identifica para realizar qualquer tipo de negócio conosco.

Ao analisar a forma de contato com os clientes, é possível aproveitar as informações capturadas para desenvolver e/ou melhorar produtos e serviços. Cada interação pode ser utilizada para gerar oportunidades de negócios, aprofundar a relação e intensificar a fidelidade.

Fomos a primeira Instituição Financeira do País a aprovar e publicar a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, exigência do Conselho Monetário Nacional (CMN), que reforça o compromisso de aprimorar o relacionamento com o cliente. Essa política orienta o comportamento e a condução das atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

Fomos a primeira Instituição Financeira do País a aprovar e publicar a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, exigência do Conselho Monetário Nacional (CMN), que reforça o compromisso de aprimorar o relacionamento com o cliente. Essa política orienta o comportamento e a condução das atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência. Também está em consonância com as normas gerais do Banco Central e a legislação federal, especialmente o Código de Defesa do Consumidor.

Ao medir a satisfação dos clientes, é possível verificar se a materialização da proposta de valor é percebida, adotar medidas de gestão, aprimorar processos, produtos e serviços e ajustar estratégias de atuação. Cada interação pode ser utilizada para gerar oportunidades de negócios, aprofundar a relação e intensificar a fidelidade

Dentre as opções de metodologias para mensurar como o atendimento oferecido satisfaz ou excede a expectativa dos nossos clientes, utilizamos o NPS (Net Promoter Score), além de pesquisas relacionadas à experiência do cliente e sobre a sua satisfação

com o atendimento recebido, seja ele presencial, telefônico ou via mensagens trocadas pelo aplicativo BB

Com foco na real necessidade e na satisfação dos nossos clientes, imprescindível para o sucesso e a sustentabilidade dos nossos resultados, a busca pela excelência no indicador é uma meta constante que, ao longo de 2019, demonstrou melhora significativa.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

A equipe da empresa estudada neste trabalho nas unidades negociais ou seja agências, é composta da seguinte forma:

a) escriturários que fazem serviço de atendimento em geral e triagem na sala de autoatendimento.

b) operadores de caixa que são responsáveis por pagamentos de contas, troca de cheques, depósitos, processamento de depósitos efetuados nos terminais de autoatendimento.

c) gerente de serviços cuja a função é ser responsável pela equipe de caixa.

d) gerente de relacionamento responsável pelo atendimento de determinado público, por exemplo, pessoa física, jurídica, governo ou grandes empresas, serviços de média e alta complexidade.

E o gerente geral que coordena toda a equipe.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Idiossincrasia, ou seja cada indivíduo tem um comportamento característico próprio, fazendo com que muitas vezes haja um descompasso entre as atividades proposta pelo líder e um ou mais componentes da equipe, gerando estresse e prejudicando o atingimento dos objetivos proposto.

Essencialmente toda equipe é formada por pessoas as quais, diferentemente das máquinas possuem seus problemas pessoais, familiares e até mesmo financeiros e dissociá los do profissional é mera utopia.

Ninguém sai de casa trancando lá o seu “eu” levando apenas o profissional para a empresa.

Outra dificuldade é fazer com que toda equipe entenda o porquê das coisas, e qual é sua atuação e importância dentro daquele grupo.

O atendimento contingenciado durante a pandemia, porém necessário a determinados clientes para que sua sobrevivência não seja comprometida, como por exemplo; aposentados e pensionistas que não conseguem utilizar os meios de autoatendimento que por tanto necessitam de atendimento presencial.

Quando você consegue fazer com que sua equipe entenda que esse auto atendimento presencial vai além de uma determinação da Febraban, tratando-se, pois, de solidariedade e respeito a dignidade humana o funcionário vai desenvolver seu trabalho com mais empenho e dedicação.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A etapa de todo processo de comunicação seja escrita ou oral, de cunho positivo ou negativo deve começar com uma análise objetiva de qual público será abordado e as formas de comunicações que melhor se aplicam a este público.

Diferentemente, no entanto, da comunicação oral, a qual nos permite o uso de palavras e expressões coloquiais; já na forma escrita devemos observar rigorosamente os critérios e regras formais da linguagem.

Na empresa em questão a linguagem formal positiva é utilizada para elogiar, reconhecer ou premiar o atingimento de determinados objetivos.

Já a linguagem formal negativa é utilizada quando não se atinge os objetivos proposto e investigar as causas que dificultaram a entrega.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Dentre as diversas técnicas para a condução e participação em reuniões podemos citar, aquela onde o responsável pela reunião é o único interlocutor e os demais são meros ouvintes; aquela onde o responsável pela condução da reunião abre a palavra para os demais participantes, tornando assim mais dinâmica. E as reuniões onde os assuntos são distribuídos entre os demais participantes para que cada um contribui fazendo sua apresentação para os demais; etc

Na empresa estudada, verificamos que as reuniões ocorrem semanalmente e são estruturadas da seguinte forma:

- a) quando o assunto está relacionado a estratégias negociais que visam cumprir determinados objetivos ou metas o condutor da reunião neste caso o gerente

geral da agência, dispõe as cadeiras em círculo visando incentivar a participação de todos.

- b) quando o assunto diz respeito a disseminação e troca de conhecimento sobre determinados produtos ou serviços o responsável pela condução da reunião solicita, previamente, a cada participante que pesquise sobre esses produtos e serviços e exponha aos demais.

4. CONCLUSÃO

O Banco do Brasil é uma empresa de grande abrangência nacional, presente em 99,24% dos municípios brasileiros, empenha para construir relacionamentos duradouros com seus clientes, não compactua com fraudes, corrupção, ou qualquer coisa que prejudique a confiança de seus clientes.

Uma empresa que se adequa rapidamente com as mudanças, e com a evolução digital, sempre procurando o melhor para seus clientes, fornecedores e funcionários. Investe na capacitação e educação corporativa para alcançar propósitos e objetivos.

Percebi que as dificuldades de trabalhar em equipe nessa empresa, pode ocorrer em qualquer empresa, porque cada pessoa tem um tipo de comportamento.

Com esse trabalho pude aprender sobre a cultura organizacional e a comunicação dentro de uma empresa real.

REFERÊNCIAS

Código de Ética BB disponível em:

<https://www.bb.com.br/docs/pub/inst/dwn/PortuguesCodEtica.pdf>

Acesso em: 12 de junho de 2020;

Descrição da empresa e funcionário disponível no Processo de contas anuais,

<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/5760dff3-15e1-4962-9e81-322a0b3d0bbd/77c19382-f08f-ccc2-9184-f43b34447609?origin=2>

Acesso em 11 de junho de 2020;

Entrevista com o Gerente Márcio Vasques Lopes, na cidade de São Sebastião da Gramma.

ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.

