



Escola Superior de Tecnologia e Gestão  
Instituto Politécnico da Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Marketing

Alexandra Lopes Pinto  
Dezembro | 2011



INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA  
ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO

---

# Relatório de Estágio

**Banco Santander Totta**

ALEXANDRA LOPES PINTO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

DEZEMBRO / 2011

## **Ficha de Identificação**

**Discente:** Alexandra Lopes Pinto

**Número de Aluno:** 1009594

**Estabelecimento de Ensino:** Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

**Licenciatura:** Marketing

**Docente Orientador:** Dra. Ermelinda Oliveira

**Grau Académico da Docente:** Mestrado

**Local de Estágio:** Banco Santander Totta

Mercado Municipal, nº 1

3570-022 Aguiar da Beira

**Telefone:** 232 689 040

**Fax:** 232 689 041

**Supervisor na Organização:** Dr. José Joaquim Oliva Frias

**Grau Académico do Supervisor:** Licenciatura

**Início de Estágio:** 4 de Julho de 2011

**Conclusão de Estágio:** 30 de Setembro de 2011

## **Agradecimentos**

Após três anos de grandes lutas e conquistas, eis-me aqui a terminar o curso. O tempo passou depressa; para trás ficam muitas brincadeiras, diversões, e muitas outras coisas boas. Porém, ficam também os esforços do dia-a-dia para chegar até aqui.

Já na reta final do curso, agradeço à minha mãe, pois sem o esforço dela isto não seria possível. A todos os meus amigos e familiares, agradeço o apoio que me deram.

Como não podia deixar de ser, agradeço a todos os professores do curso de Marketing pela aprendizagem ao longo dos anos, bem como pela simpatia e paciência que têm para com os alunos.

À orientadora, Dra. Ermelinda Oliveira, agradeço a ajuda e apoio que me deu na realização deste relatório.

Agradeço também ao Santander Totta a oportunidade que me foi dada para a realização do estágio curricular, bem como a todos os colaboradores da agência de Aguiar da Beira que me receberam muito bem e me auxiliaram durante os três meses.

A todos eles, o meu mais sincero obrigada!

## **Plano de Estágio**

O estágio foi realizado numa agência do Banco Santander Totta, situada em Aguiar da Beira, entre 4 de Julho e 30 de Setembro de 2011.

### **Tipologia de Estágio:** Geral

#### **Intervenientes:**

- Aluno: Alexandra Pinto
  - N.º.: 1009594
  - Curso: Marketing
- Empresa: Banco Santander Totta
  - Supervisor: Dr. José Frias
- ESTG/Professor Orientador: Dra. Ermelinda Oliveira

#### **Breve caracterização das atividades a desenvolver durante o estágio:**

- Aquisição de conhecimentos sobre a posição da banca na sociedade;
- Aquisição de conhecimentos sobre o Banco Santander;
- Aquisição de conhecimentos na área administrativa e comercial;
- Aplicação dos conhecimentos adquiridos na vertente comercial, administrativa e participação nas reuniões estratégicas para o Verão;

## Resumo

O presente relatório surge na sequência da realização de um estágio curricular da Licenciatura em Marketing.

Durante a realização do estágio, executei algumas tarefas necessárias para o dia-a-dia da organização, nomeadamente: fotocópias, trituração de documentos, abertura de contas, pedido de cartões, participação em reuniões e no *flash* diário, atendimento telefónico, envio de correspondência, caracterização de novos clientes, atualização de dados de clientes já existentes, arquivo de documentos, entre outros.

Assim, foi-me possível perceber como funciona a atividade diária do sector bancário. Contudo, existem diversas atividades neste sector que eu não pude realizar, por exemplo as operações de caixa e o agendamento de clientes, que consiste em agendar no *software* os clientes que serão contactados semanalmente.

Gostava de ter adquirido mais conhecimentos e ter executado mais tarefas, mas não me foi possível devido à falta de tempo do supervisor para me acompanhar. No entanto, as tarefas que executei permitiram-me obter uma perceção daquilo que é a banca e o seu funcionamento.

**Palavras-chave:** Marketing; Gestão; Comunicação; Serviços; Promoção;

**JEL classification:** G21 (setor bancário), M31 (marketing)

## Índice Geral

Ficha de Identificação.....	i
Agradecimentos.....	ii
Plano de Estágio.....	iii
Resumo.....	iv
Índice Geral.....	v
Índice de Ilustrações.....	ix
Índice de Esquemas.....	x
Índice de Tabelas.....	x
Glossário.....	xi
Introdução.....	1
Capítulo I – Grupo Santander.....	2
1.1 Breve Apresentação do Grupo Santander.....	3
1.1.1 O Modelo Santander:.....	3
1.2 Marcos da História do Grupo.....	5
1.3 Simbologia do Santander.....	7
1.3.1. A Marca.....	7
1.3.2. O Logótipo.....	7
1.3.3. A Cor Vermelha.....	7
1.3.4. O Guarda-Chuva.....	7
1.3.5. A música.....	8
1.3.6. A Publicidade Corporativa.....	8
1.3.7. O Slogan.....	8
1.4 Visão, Missão e Valores.....	9
1.4.1. Visão.....	9
1.4.2. Missão.....	9

1.4.3. Valores .....	9
1.5 Estrutura Organizacional do Grupo .....	11
Capítulo II – Empresa Recetora do Estágio: Santander Totta .....	12
2.1. Apresentação da Empresa Recetora do Estágio .....	13
2.1.1. Ficha Técnica da Empresa .....	13
2.1.2. Caracterização Sumária da Organização .....	14
2.1.3. Breve Resenha Histórica.....	14
2.1.4. Estrutura Organizacional da Agência .....	15
2.2. Carteira de Produtos .....	16
2.2.1. Contas de Depósitos à Ordem.....	16
2.2.2. Depósitos a prazo.....	18
2.2.3. Cartões .....	21
2.2.4. Seguros .....	27
2.2.5. Empréstimos .....	29
2.3. Gama de Serviços .....	33
2.4. Análise Interna.....	34
2.4.1. Infra-Estrutura.....	34
2.4.2. Experiência .....	34
2.4.3. Recursos.....	35
2.4.3.1. Recursos Humanos.....	35
2.4.3.2. Recursos Tecnológicos .....	35
2.4.3.3. Recursos Financeiros .....	35
2.4.4. Pontos Fortes e Fracos .....	36
2.4.4.1. Pontos Fortes.....	36
2.4.4.2. Pontos Fracos .....	36
2.5. Análise Externa.....	37
2.5.1. Meio Envolvente Transaccional .....	37



2.5.1.1. Clientes.....	37
2.5.1.2. Fornecedores .....	37
2.5.1.3. Concorrentes .....	38
2.5.1.4. Comunidade .....	38
2.5.2. Meio Envoltente Contextual .....	38
2.5.2.1. Contexto Político-Legal .....	38
2.5.2.2. Contexto Económico.....	39
2.5.2.3. Contexto Demográfico.....	39
2.5.2.4. Contexto Tecnológico .....	39
2.5.2.5. Contexto Ambiental .....	39
2.5.2.6. Contexto Sociocultural.....	40
2.5.3. Atratividade do Setor .....	40
2.5.4. Oportunidades e Ameaças .....	42
2.5.4.1. Oportunidades .....	42
2.5.4.2. Ameaças .....	42
<b>2.6. Avaliação Competitiva Global .....</b>	<b>43</b>
2.6.1. Conclusão SWOT .....	43
2.6.2. Vantagens Competitivas .....	45
<b>2.7. Orientação Estratégica.....</b>	<b>46</b>
2.7.1. Segmentação de Mercado .....	46
2.7.2. Posicionamento.....	47
<b>2.8. Marketing Operacional: Os oito P's dos Serviços.....</b>	<b>48</b>
2.8.1. Produto / Serviço .....	48
2.8.2. Processo .....	50
2.8.3. Momento e Lugar .....	51
2.8.4. Evidência Física.....	51
2.8.5. Pessoas.....	52

2.8.6. Preço .....	52
2.8.7. Comunicação .....	53
2.8.8. Produtividade e Qualidade.....	53
<b>Capítulo III – Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio.....</b>	<b>54</b>
<b>3.1. Introdução.....</b>	<b>55</b>
3.1.1. Sistema Informático.....	56
3.1.2. Atendimento Telefónico .....	56
3.1.3. Arquivo.....	57
3.1.4. Atendimento ao Público .....	57
3.1.5. Abertura de Contas .....	58
3.1.6. Trituração de Documentos.....	58
3.1.7. Reuniões Semanais .....	58
3.1.8. <i>Flash</i> Diário.....	59
3.1.9. Fotocópias.....	59
3.1.10. Tabelas de Auxílio às Lojas de Promotores .....	59
3.1.11. Requisição de Transferências .....	60
3.1.12. Alteração dos Cartazes e Panfletos.....	60
3.1.13. Depósito Manual de Cheques .....	61
3.1.14. Pedido de Cartões .....	61
3.1.15. Inserção de Novos Clientes na Base de Dados.....	61
3.1.16. Atualização de Dados de Clientes já Existentes .....	62
3.1.17. Correspondência .....	62
3.1.18. Digitalização de Documentos .....	62
3.1.19. Consulta de Números de Contas.....	63
<b>Bibliografia.....</b>	<b>65</b>
<b>Índice de Anexos .....</b>	<b>66</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>67</b>

## Índice de Ilustrações

Ilustração 1: Marca Santander .....	7
Ilustração 2: Logótipo Santander.....	7
Ilustração 3: Guarda-chuva Santander.....	7
Ilustração 4: Slogan Santander .....	8
Ilustração 5: Mapa da localização do Santander Totta em Aguiar da Beira.....	13
Ilustração 6: Logótipo Banco Crédito Predial Português .....	14
Ilustração 7: Logótipo Totta & Açores.....	14
Ilustração 8: Logótipo Santander Totta .....	14
Ilustração 9: Cartão Ferrari.....	21
Ilustração 10: Cartão Desconto.....	22
Ilustração 11: Cartão 10.10 TSI.....	22
Ilustração 12: Cartão Recarregável.....	23
Ilustração 13: Cartão Não Personalizado.....	23
Ilustração 14: Cartão Novo Classic .....	23
Ilustração 15: Cartão Light.....	24
Ilustração 16: Cartão Titanium .....	24
Ilustração 17: Cartão Classic .....	24
Ilustração 18: Cartão Novo Classic Universitário .....	25
Ilustração 19: Cartão Já Ká Konta.....	25
Ilustração 20: Cartão Não Personalizado.....	25
Ilustração 21: Cartão Novo Classic Premium .....	26
Ilustração 22: Cartão Gold.....	26
Ilustração 23: cartão Premium Travel .....	26
Ilustração 24: Cartão Business Negócios .....	27
Ilustração 25: Cartão Platinum .....	27

## **Índice de Esquemas**

Esquema 1: Modelo Santander .....	3
Esquema 2: Estrutura Organizacional do Grupo Santander .....	11
Esquema 3: Estrutura Organizacional da Agência Recetora do Estágio .....	15
Esquema 4: Modelo das Cinco Forças de Porter .....	40
Esquema 5: Modelo Core .....	48

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1: Conclusão SWOT .....	44
Tabela 2: Core Santander Totta .....	49
Tabela 3: Caraterização do Processo do Serviço .....	50

## **Glossário**

**ATM** – *Automated Teller Machine*;

**TAN** – Taxa Anual Nominal;

**TAEG** – Taxa Anual Efetiva Global;

**COA** – Centro de Operações Administrativas;

**NIB** – Número de Identificação Bancária;

**IBAN** – *International Bank Account Number*;

**CTT** – Correios, Telégrafos e Telefones;

## **Introdução**

O estágio curricular é a fase final da licenciatura. Foi na licenciatura em Marketing que eu aprendi e cresci, não só a nível profissional mas também a nível pessoal.

Ao contrário do que habitualmente se pensa, o Marketing não é só publicidade. Marketing é muito mais que isto. É uma filosofia da gestão de produtos, dos gostos e necessidades dos consumidores, da fuga à concorrência, entre muitas outras coisas. Todos estes conceitos servem para que as empresas cresçam e aumentem a sua quota de mercado, bem como o seu volume de vendas. Podemos mesmo afirmar que não seria possível uma empresa sobreviver sem uma boa política de Marketing.

A realização do meu estágio curricular no Banco Santander Totta em Aguiar da Beira permitiu-me obter conhecimentos sobre o setor bancário e o seu modo de atuação no mercado. A escolha deste local para a realização do meu estágio foi feita racionalmente, visto que esta empresa é mundialmente prestigiada.

Assim, apresento o meu relatório de estágio, no qual aplico os conceitos teóricos do curso de Marketing a esta grande empresa. O presente relatório encontra-se dividido em três capítulos: no primeiro capítulo é apresentado o grupo Santander, no segundo é referido o Banco Santander Totta e no terceiro mencionam-se as actividades que realizei durante o estágio.

# Capítulo I

## Grupo Santander

## 1.1 Breve Apresentação do Grupo Santander

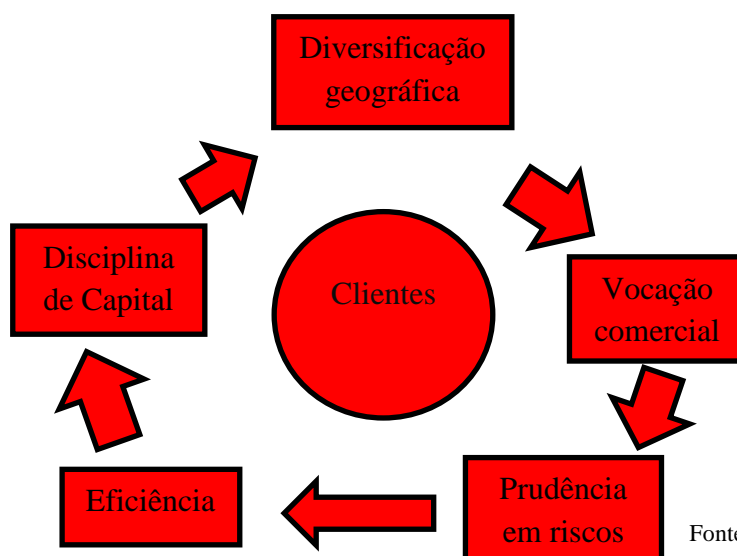
O grupo Santander é o oitavo maior grupo bancário a nível mundial, e o primeiro banco da zona euro em capitalização bolsista. Conta com mais de 1,3 mil milhões de euros em recursos (depósitos e fundos de investimento), 90 milhões de clientes, 3 milhões de acionistas, 14.000 agências e encontra-se presente em mais de 40 países.

Os seus lucros líquidos em 2009 ultrapassaram os 8,9 mil milhões de euros, verificando-se um aumento de 1% face ao ano 2008. Do volume total de lucro de 2009, 4,9 mil milhões de euros foram distribuídos em dividendos para os acionistas.

Apesar da recessão económica que se tem feito sentir, o Santander apresenta um nível de resultados razoável. Para a obtenção destes resultados apoia-se num modelo comercial focado no cliente, modelo este criado pelo próprio grupo Santander.

### 1.1.1 O Modelo Santander:

Este modelo encontra-se sustentado em cinco pilares básicos: diversificação geográfica, disciplina de capital, eficiência, prudência em riscos e vocação comercial. Estes pilares básicos são, sem dúvida, a garantia de crescimento e rentabilidade sustentáveis para a empresa (esquema 1). O foco central deste modelo é, sem dúvida, o cliente.



Esquema 1: Modelo Santander

Fonte: (www.intratotta.com.pt, 2011)



**Diversificação geográfica** – O Santander encontra-se presente em mais de 40 países. Possui uma distribuição geográfica equilibrada em mercados maduros e mercados emergentes. A sua presença está centrada na Europa Continental, Reino Unido e América.

**Vocação comercial** – O Santander é um banco eminentemente comercial. O centro do seu modelo de negócio são os clientes, aos quais o banco oferece produtos e serviços de elevado valor acrescentado. A qualidade do atendimento é uma prioridade, e a máxima satisfação dos clientes é o seu principal objetivo. Para isso conta com 14.000 agências, tendo assim a rede de sucursais mais extensa do mundo.

**Prudência em risco** – A prudência tem acompanhado o Santander durante os seus 150 anos de história. Toda a organização está envolvida na gestão dos riscos, desde as operações diárias nas agências até à direção de topo. Entre os princípios empresariais de gestão de risco destaca-se a independência da função de riscos relativamente ao negócio. São estes aspetos que marcam a diferença face à concorrência.

**Eficiência** – Com um rácio de eficiência de 43,2%, o Santander é um dos bancos internacionais mais eficientes do mundo. A chave está numa tecnologia de vanguarda ao serviço do negócio, e numa cultura marcada de controlo de despesas. O Santander está a avançar na integração tecnológica operacional em todas as suas unidades.

**Disciplina de capital** – O Santander gere o seu capital com o objetivo de criar o máximo valor possível para os seus acionistas. Com o aumento de capital em 2009, o Santander antecipou-se à concorrência e aumentou o rácio de capital acima dos 7%. Assim, optou por se reforçar através do recurso aos seus acionistas, mantendo a natureza privada do seu capital. O banco financia a maior parte dos créditos com depósitos dos clientes, mantém um vasto acesso ao financiamento grossista e possui uma grande diversificação de instrumentos e mercados para obter liquidez.

## **1.2 Marcos da História do Grupo**

O Santander nasceu no dia 15 de Maio de 1857 na cidade espanhola de Santander, quando a Rainha Isabel II assinou o Real Decreto que autorizava a constituição deste mesmo banco.

Entre os anos 1900 e 1919, o banco conseguiu duplicar o seu balanço, aumentou o seu capital até dez milhões de pesetas; a sua rentabilidade colocava-o acima da média das empresas de crédito espanholas.

O período entre 1919 e 1939 foi crucial para o Santander. Em 1923 este banco fundou o Banco de Torrelavega e colocou em funcionamento uma modesta rede de sucursais. Em 1934 foi desenvolvido um processo de expansão por toda a Espanha, tendo sido continuado na década de 60, com a aquisição de um grande número de bancos locais.

Posteriormente, em 1947 internacionalizou-se para a América, tendo-se instalado em Havana. De seguida foi para Argentina, México, Venezuela e Londres.

Em 1957, celebrando os seus 100 anos de existência, o banco Santander era já a sétima entidade financeira mais importante de Espanha.

Em 1976 adquiriu o First National Bank de Porto Rico, e em 1982 adquiriu o Banco Español-Chile. Assim, o Santander tornou-se pioneiro da banca comercial na Ibero-América.

Algum tempo depois, em 1985, foi constituído o Banco Santander de Negócios em Espanha, com o objectivo de desenvolver as atividades da banca de investimentos de grandes clientes.

No final da década de 80, o Grupo Santander reforça a sua presença na Europa com a aquisição do banco alemão CC-Bank, entidade com mais de três décadas de experiência no mercado do financiamento da aquisição de veículos. É também adquirida uma participação no Banco de Comércio e Indústria em Portugal, e criada uma aliança estratégica com The Royal Bank of Scotland, em 1988.

Em 1994 adquiriu o banco espanhol de crédito Banesto; este fato converteu-se numa grande transcendência para a história do Santander, uma vez que lhe permitiu

situar-se no primeiro lugar do mercado espanhol. Em 1995 internacionalizou-se para o Brasil, México, Peru e Venezuela. Em simultâneo, foi dado um novo impulso aos negócios já existentes no Chile, em Porto Rico e no Uruguai.

Em Janeiro de 1999, o Banco Santander e o BCH efetuaram a maior fusão bancária na Europa do euro. Assim. Nasceu a maior entidade financeira de Espanha. Posteriormente, o banco adquiriu em Portugal o grupo financeiro Totta.

No ano de 2003, o grupo constituiu o Santander Consumer, com a integração do CC-Bank de Alemanha, o Finconsumo de Itália e o Hispamer de Espanha. Esta nova modalidade de banca de consumo está presente atualmente em 12 países europeus, sendo eles: Espanha, Reino Unido, Portugal, Itália, Alemanha, Holanda, Polónia, República Checa, Áustria, Hungria, Noruega e Suécia. Está também presente nos Estados Unidos através da Drive Finance, e recentemente conseguiu chegar a acordo para iniciar a sua primeira operação na América Latina, no Chile.

Em 2004 foi incorporado no grupo o Abbey, sendo este o sexto banco mais importante do Reino Unido. Em 2005 o Santander obtém um acordo para a aquisição de uma participação de 19,8% do Sovereign Bancorp, o décimo oitavo banco mais importante dos Estados Unidos. Em 2006 o Santander obtém resultados recordistas no valor de 7.596 milhões de euros, os maiores obtidos por qualquer empresa espanhola, e impulsiona um forte investimento na banca, direcionado aos clientes e à melhoria da qualidade dos serviços.

Em 2007, o Santander completa 150 anos, sendo o décimo segundo banco do mundo por capitalização bolsista, o sétimo em lucros, e a entidade com maior rede de distribuição retalhista do mundo ocidental. Contava já com 10.852 agências espalhadas por todo o mundo. Em 2009 entrou no negócio da banca comercial dos Estados Unidos da América, com a aquisição do Sovereign, que contava com 722 agências no nordeste dos Estados Unidos.

Atualmente, o Santander conta com 14.000 agência, das quais se situam aproximadamente 700 em território português.

## 1.3 Simbologia do Santander

O Santander Totta, tal como as outras empresas, utiliza um conjunto de símbolos visuais ou sonoros associados a si. Estes permitem-lhe ser reconhecido no mercado com facilidade, evitando ser confundido com os seus concorrentes. Os elementos ficam na mente do consumidor e, deste modo, fazem com que o consumidor que os vê os associe ao Santander Totta, mesmo que não contenham o nome.

### 1.3.1. A Marca

Representa a identidade do banco, a sua essência e posicionamento. Transmite uma realidade global independentemente da estratégia de cada mercado ou produto. Representa o compromisso do banco com os seus clientes, funcionários, acionistas e público em geral. A marca é o resultado do processo de convergência para uma única gestão de marca. Esta confere ao banco uma imagem homogénea e consistente, com um código de comunicação; é um ativo estratégico do Santander. Torna a empresa reconhecível no mercado em que atua, e faz com que o Santander se posicione entre os dez primeiros bancos do mundo.



Ilustração 1: Marca Santander

Fonte: (www.google.pt, 2011)

### 1.3.2. O Logótipo

A identidade visual do Santander é representada por dois “S” que em movimento se convertem numa chama, transmitindo luz, transparência, calor e proximidade. Esta imagem demonstra um esforço de síntese e otimização, tanto dos elementos que formam a imagem, como dos valores que a definem.



Ilustração 2: Logótipo Santander

Fonte: (www.google.pt, 2011)

### 1.3.3. A Cor Vermelha

Esta cor evoca e transmite energia, fortaleza, valentia e dinamismo. Por sua vez, potencializa também a perceção de todos os símbolos gráficos de identidade.

### 1.3.4. O Guarda-Chuva

Simboliza proteção e segurança. Dá a perceção de que os projetos dos clientes estarão seguros neste banco, e que os clientes podem confiar, com a máxima garantia de que as suas poupanças estão seguras.



Ilustração 3: Guarda-chuva Santander

Fonte: (www.intratotta.com.pt, 2011)

### **1.3.5. A música**

A identidade sonora serve de apoio à comunicação audiovisual. A música fornece um laço emocional que ajuda a reter a marca na memória.

### **1.3.6. A Publicidade Corporativa**

Os valores e atributos da marca devem aparecer em todos os anúncios publicitários. No manual de publicidade estabelecem-se os parâmetros básicos que dão ao Santander um código de identidade próprio e reconhecível.

### **1.3.7. O Slogan**

Reflete a constante exigência que o Santander tem de continuar a inovar e de se antecipar à concorrência, procurando sempre as melhores ideias. Mostra a capacidade que o Santander tem de levar essas mesmas ideias para a frente, criando riqueza e dando solidez ao futuro dos seus clientes, colaboradores e acionistas.



Ilustração 4: Slogan Santander

Fonte: (www.intratotta.com.pt, 2011)

## **1.4 Visão, Missão e Valores**

### **1.4.1. Visão**

A visão do Santander consiste em consolidar-se como um grupo financeiro internacional, que dá uma rentabilidade crescente aos seus acionistas e satisfaz todas as necessidades financeiras dos seus clientes. Para este efeito, conta com uma forte presença em mercados locais que combina com políticas corporativas e capacidades globais.

### **1.4.2. Missão**

A sua missão é proporcionar os melhores serviços do mercado, de forma a ir de encontro às necessidades e expectativas dos seus clientes, acionistas e colaboradores. Pretende também antecipar-se à concorrência e posicionar-se como uma das melhores empresas financeiras do mundo.

### **1.4.3. Valores**

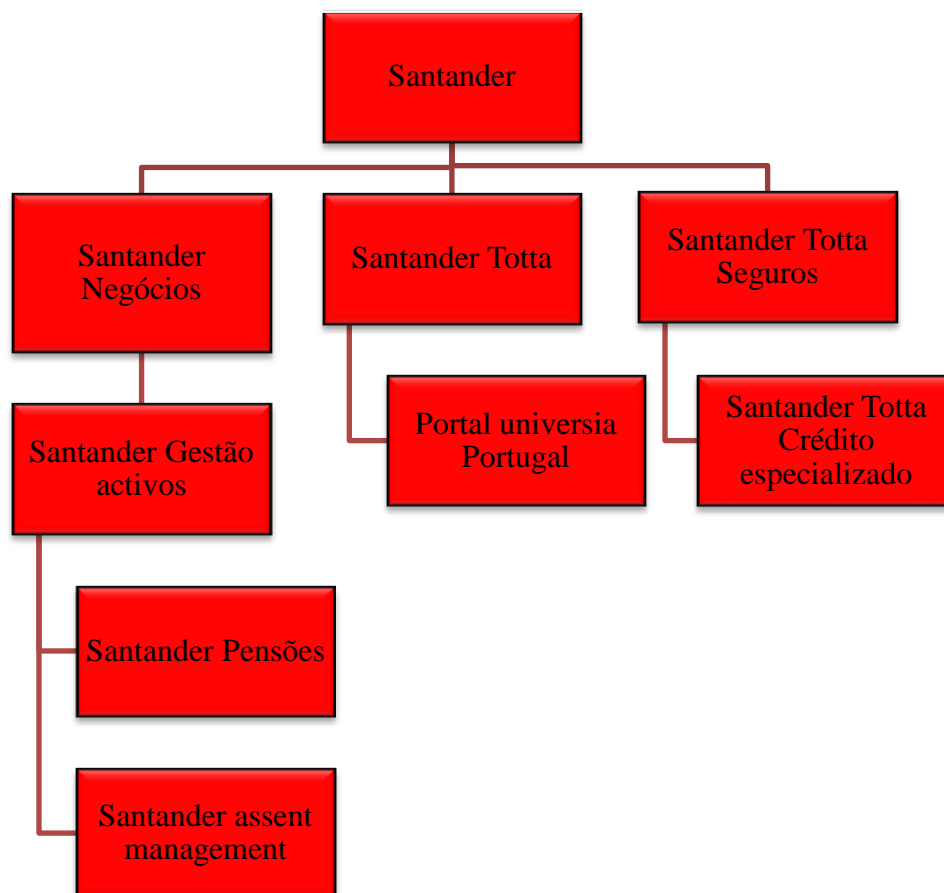
O Santander, na execução dos seus serviços respeita uma série de valores que lhe permitem realizar contratos vantajosos para a própria empresa e para os clientes. Entre esses valores destacam-se:

- **Dinamismo** – Iniciativa e agilidade para descobrir e explorar as oportunidades de negócio antes dos seus concorrentes, e flexibilidade para se adaptar às mudanças do mercado;
- **Pujança** – A solidez do banco e a sua prudência na gestão do risco são a melhor garantia da sua capacidade de crescimento e de gerar valor para os acionistas;
- **Liderança** – Vocação de liderança em todos os mercados onde a empresa actua, contando com as melhores equipas e uma constante orientação para o cliente e para os resultados.
- **Inovação** – Procura permanente de produtos e serviços que cubram as novas necessidades dos clientes e que permitam à empresa obter aumentos de rentabilidade superiores à concorrência;

- Orientação comercial – O cliente é o foco da estratégia. A empresa procura melhorar de forma contínua a captação, a satisfação e a vinculação dos clientes através de uma vasta oferta de produtos e serviços da melhor qualidade.
- Ética profissional – Para além do cumprimento das leis, dos códigos da conduta e das normas internas, os profissionais do Santander atuam com a maior honestidade e transparência, colocando sempre os interesses do grupo à frente da posição pessoal.

## 1.5 Estrutura Organizacional do Grupo

O esquema seguinte ilustra a estrutura organizacional do grupo Santander (Esquema 2).



Esquema 2: Estrutura Organizacional do Grupo Santander

Fonte: (Documentos fornecidos pela empresa, 2011)

No topo do organograma situa-se a sede central do Santander. Esta dita as regras a três subgrupos: Santander Negócios, Santander Totta e Santander Totta Seguros. Por sua vez o Santander Totta Seguros tem a seu cargo o Santander Totta Crédito Especializado. O Santander Totta encarrega-se do Portal Universia Portugal. O Santander Negócios lida com o Santander Gestão de Ativos, que por sua vez lida com o Santander Pensões e com o Santander Assent Management. A estrutura encontra-se bem delineada. É através desta organização que o Santander consegue rentabilizar os seus negócios, e colocar nas mãos dos clientes finais os melhores serviços, da melhor qualidade.



# Capítulo II

**Empresa Recetora do**

**Estágio:**

**Santander Totta**

## 2.1. Apresentação da Empresa Recetora do Estágio

A apresentação da empresa é o ponto inicial de qualquer trabalho, pois para se proceder à sua análise é necessário obter primeiramente o seu conhecimento. Só assim é que será possível conhecer o funcionamento da empresa.

Esta apresentação passa pela identificação e ficha técnica da empresa, a sua estrutura organizacional e os produtos que comercializa.

### 2.1.1. Ficha Técnica da Empresa

**Nome:** Banco Santander Totta

**Setor de Atividade:** Setor Bancário

**Morada:** Mercado Municipal nº1, 3570-022 Aguiar da Beira

**Localidade:** Aguiar da Beira, Guarda, Portugal

**Telefone:** 232 689 040

**Fax:** 232 689 041



Ilustração 5: Mapa da localização do Santander Totta em Aguiar da Beira

Fonte: (www.google.pt, 2011)

### 2.1.2. Caraterização Sumária da Organização

A agência é de pequena dimensão, contando assim com apenas quatro colaboradores, com os seus cargos bem definidos: gerente, subgerente, gestor de particulares e assistente de vendas. O layout é atrativo e encontra-se corretamente organizado, e equipado com equipamentos modernos.

No exterior possui um ATM, ou seja, uma caixa multibanco. O interior encontra-se dividido em quatro seções, sendo elas: caixa de atendimento ao público, gabinete de gerência, e duas seções destinadas a outro tipo de serviços que não os serviços de caixa.

### 2.1.3. Breve Resenha Histórica

A agência surgiu em Aguiar da Beira no dia 14 de Outubro de 1991, completando assim os seus 20 anos de existência. Iniciou a sua atividade não como Santander Totta, mas sim como Crédito Predial Português.



Ilustração 6: Logótipo Banco Crédito Predial Português

Fonte: (Documentos fornecidos pela empresa, 2011)

O Crédito Predial Português era uma empresa pertencente ao grupo Totta. Este fator fez com que a agência tenha passado a designar-se de Banco Totta & Açores em Setembro de 1997.



Ilustração 7: Logótipo Totta & Açores

Fonte: (Documentos fornecidos pela empresa, 2011)

Porém, em Abril de 2000 o Grupo Santander adquiriu o grupo Totta, passando assim a deter cerca de 10% do mercado. Da junção destes dois grupos nasceu o Banco Santander Totta, nesse mesmo ano em Aguiar da Beira.



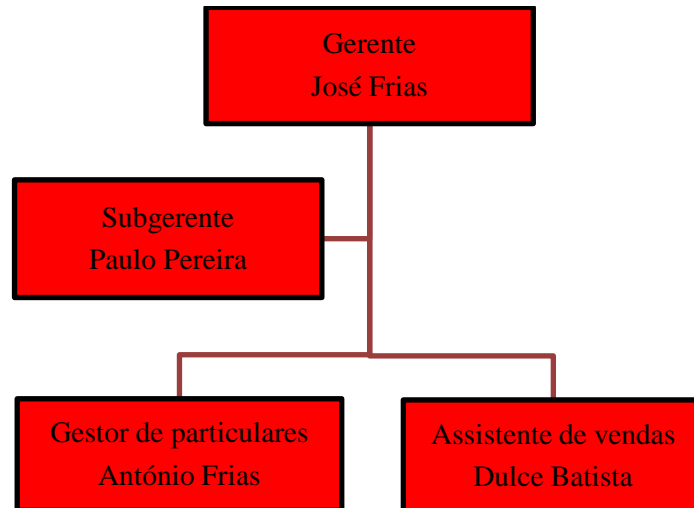
Ilustração 8: Logótipo Santander Totta

Fonte: (www.google.pt, 2011)

E assim se mantém até aos dias de hoje, inovando constantemente para garantir a máxima satisfação do cliente, bem como o melhor atendimento possível.

#### 2.1.4. Estrutura Organizacional da Agência

Em termos organizacional, esta agência possui uma estrutura bastante simples, representada no esquema seguinte (Esquema 3).



Esquema 3: Estrutura Organizacional da Agência Recetora do Estágio

Fonte: Elaboração própria

Como é uma agência de pequena dimensão, conta apenas com quatro colaboradores. Como já foi referido, possui assim um organograma simples e curto, mas ao mesmo tempo bem definido. É com esta organização que o balcão trabalha diariamente para se autofinanciar, bem como contribuir para o aumento dos lucros do grupo.

Esta agência está inserida na zona comercial Norte 10, uma das 16 direcções comerciais existentes na zona norte do país. Esta encontra-se dirigida pelo Director Comercial Dr. Gonçalo Nunes.

## **2.2. Carteira de Produtos**

O Banco Santander Totta possui uma extensa carteira de produtos, cada um com características diferentes, de modo a irem de encontro às necessidades de cada consumidor. Esta empresa garante um acompanhamento personalizado, aconselhando os seus clientes sobre os produtos que melhor se ajustam às suas exigências financeiras.

Visto que esta empresa é do ramo financeiro, os produtos que oferece são:

- Contas de depósitos à ordem;
- Contas de depósitos a prazo;
- Cartões de débito e crédito;
- Seguros;
- Empréstimos bancários;

### **2.2.1. Contas de Depósitos à Ordem**

A abertura deste tipo de conta marca o início da relação com o banco. Esta operação pode ser efetuada na moeda europeia ou noutra tipo de moeda. Para se poder proceder à abertura de uma conta à ordem é necessário o documento de identificação, número de contribuinte, comprovativo de morada e comprovativo de profissão.

#### **2.2.1.1. Conta Acionista**

Destina-se a clientes que possuam no mínimo 100 ações do Banco Santander. O seu titular beneficia de algumas regalias:

- Isenção de comissões e despesas;
- Vantagens nos produtos de crédito habitação e crédito pessoal;
- Oferta de seguro de acidentes pessoais em caso de morte ou invalidez permanente;
- Suporte de custos de transferência das ações de outras instituições de crédito para o Santander Totta, com limite de 2% do valor das ações transferidas, até ao montante máximo de 200€ por cliente;

#### **2.2.1.2. Superconta Ordenado Global**

É uma modalidade de depósito à ordem, destinada exclusivamente a trabalhadores por conta de outrem, reformados ou pensionistas e profissões liberais. Não existe um montante mínimo de abertura, mas o ordenado domiciliado mínimo

mensal para trabalhadores por conta de outrem e profissões liberais é de 375€, e para os reformados e pensionistas é de 300€.

Se o cliente deixar de domiciliar o seu ordenado, ou se o valor for inferior ao montante mínimo durante 3 meses consecutivos, finda a manutenção desta conta e o saldo será transferido para a conta de depósito à ordem normal, ficando sujeita aos termos e condições praticadas pelo banco.

O utilizador desta conta beneficia de isenção de comissões e despesas, bem como de vantagens nos produtos de crédito habitação, crédito pessoal e seguros.

### **2.2.1.3. Superconta Residentes no Estrangeiro**

Destina-se, como o próprio nome indica, aos clientes residentes no estrangeiro. Estes dispõem de vários meios de movimentação da conta: cartões, cheques, transferências, ordens de pagamento, netbanco e banca telefónica.

O detentor desta conta beneficia de:

- Isenção de comissões e despesas;
- Vantagens nos produtos de crédito habitação, crédito pessoal e seguros;
- Isenção de despesas de envio;
- Anuidades gratuitas de dois cartões;
- Transferências nacionais gratuitas;

### **2.2.1.4. Conta mesada**

Este produto destina-se ao segmento júnior e segmento jovem. Não tem valor mínimo de abertura nem qualquer tipo de comissão. O cliente que abrir esta conta recebe um cartão totalmente grátis, sem qualquer anuidade.

### **2.2.1.5. Conta estudante universitário**

Destina-se a jovens que se encontrem a frequentar o ensino superior. Tal como a conta mesada, não possui montante mínimo de abertura nem comissões. Porém, se o cliente abrir esta conta com 20€ recebe grátis um telemóvel, um cartão Optimus TAG e uma pen USB de 2 gigabytes. O cliente recebe um cartão completamente grátis, livre de anuidade.

### **2.2.1.6. Superconta ordenado**

Destina-se a trabalhadores por conta de outrem. O cliente deve domiciliar o seu ordenado nesta conta durante 25 meses consecutivos. Caso contrário, a conta será anulada e o saldo será transferido para uma conta à ordem normal.

Na abertura desta conta, o cliente recebe grátis um prémio à sua escolha, sem sorteio, limitado ao *stock* existente. Para ordenados superiores a 375€, o cliente pode optar por uma máquina de café expresso, um aparelho GPS ou um telemóvel. Para ordenados superiores a 1.500€ os prémios serão um computador HP compact mini ou um *Ipad*.

### **2.2.2. Depósitos a prazo**

Os depósitos a prazo servem para as pessoas guardarem uma determinada quantia que não pretendem no curto prazo. A quantia depositada é remunerada a uma determinada taxa de juro, e pode ser aplicada por um determinado período de tempo.

O Santander Totta possui uma variada gama deste tipo de depósitos: rendimento premium, rendimento aforro, depósito strategic, depósito captação, rendimento proteção, rendimento poupança, plano poupança regular, super poupança proteção.

#### **2.2.2.1. Rendimento Premium**

É um depósito a prazo a 5 anos. Permite a mobilização total ou parcial, sendo aplicadas as seguintes taxas, em função do prazo decorrido:

- Primeiro ano – 2%
- Segundo ano – 2,5%
- Terceiro ano – 3%
- Quarto ano – 3,5%
- Quinto ano – 4%

Para efetuar este depósito, o valor mínimo de constituição é de 5.000€; o valor máximo é de 2.500.000€.

### **2.2.2.2. Rendimento Aforro**

Este depósito oferece a garantia da totalidade do capital investido em qualquer momento. Possui uma flexibilidade e liquidez que permitem ao cliente a disponibilidade total dos investimentos em qualquer altura, através de ATM, banca telefónica ou Netbanco. O pagamento dos juros é efetuado mensalmente. O saldo pode ser utilizado total ou parcialmente. No caso da utilização de fundos ocorrer no final de cada período mensal, não há lugar à penalização de juros. Caso contrário, penaliza os juros decorridos desde o início do respetivo mês até à data da utilização de fundos.

Este depósito não tem prazo de constituição estipulado, ficando a escolha do mesmo ao critério do cliente. O montante mínimo de constituição é de 100€ e o montante máximo é de 250.000€. As taxas de juro aplicadas dependem do tempo decorrido:

1º Ano – 2,35%

2º Ano – 3,35%

3º Ano – 4,85%

Anos seguintes – 6,85%

### **2.2.2.3. Depósito Strategic**

Possui uma taxa de rentabilidade bastante atrativa. Beneficia os clientes com a melhor oferta de rendimento. Tem como prazo de aplicação 1 ano. O seu montante mínimo é de 25.000€ e o máximo é de 2.500.000€. A sua taxa de juro é de 4,5%.

### **2.2.2.4. Depósito Captação**

Para poder realizar este depósito, o cliente deve possuir dois dos seguintes produtos:

- Domiciliação de ordenado;
- Seguro proteção vida;
- Cartão de crédito utilizado;
- Quinhentas ações no Banco Santander;
- Seguros financeiros;
- Produto reforma;
- Fundos de ações;
- Fundo Santander global;



- Agrupamento de fundos;

O prazo desta aplicação é de um ano. Possui um valor mínimo de constituição de 50.000€ e um máximo de 2.500.000€. A taxa de juro aplicada a este depósito é de 4,75%.

#### **2.2.2.5. Rendimento Proteção**

Neste depósito o pagamento de juros ocorre no final de cada semestre. É permitida a mobilização antecipada, nos 15 dias anteriores ao pagamento de juros, havendo assim penalização de juros. O prazo de aplicação é de 3,5 anos. O valor mínimo de constituição é de 100€ e o máximo é de 250.000€. As taxas de juro praticadas são as seguintes:

- Primeiro ano – 4%
- Anos seguintes – mínimo de 3,25% e máximo de 6,50%, dependendo do montante em depósito;

#### **2.2.2.6. Rendimento poupança**

Este rendimento possui uma taxa de juro que varia consoante o montante, com um mínimo de 3,35% e um máximo de 6%. Possui flexibilidade e liquidez, visto que em qualquer altura o cliente pode obter a disponibilidade total dos montantes investidos. O pagamento de juros ocorre trimestralmente.

Os valores de constituição são acessíveis: mínimo de 100€ e máximo de 50.000€. Esta aplicação não possui um prazo estipulado, sendo posteriormente definido pelo cliente.

#### **2.2.2.7. Plano Poupança Regular**

Possui uma taxa de 4% no primeiro ano. O pagamento de juros ocorre trimestralmente, sendo calculados diariamente com capitalização dos mesmos, exceto se o cliente optar pelo seu crédito na conta de depósitos à ordem. O montante mínimo para a constituição é de 25€ e não possui montante máximo. Posteriormente o cliente pode optar por fazer reforços mensais, sendo o montante mínimo de entrega de 25€ e o máximo de 500€.

### **2.2.2.8. Super Poupança Proteção**

É um produto de elevada rentabilidade. Possui uma flexibilidade total de movimentação. O cliente pode utilizar o montante quando desejar, sem penalização de juros.

O pagamento de juros ocorre mensalmente, com uma taxa de 4% ao ano. Não possui montante mínimo de constituição, e o montante máximo é de 31.000€. Posteriormente podem ser feitas entregas mensais até 500€.

### **2.2.3. Cartões**

Os cartões permitem ao utilizador aceder à sua conta, evitando o atendimento na caixa do balcão. Podem ser utilizados em caixas ATM e em lojas de comércio que possuam multibanco como meio de pagamento. Através dos cartões é possível efetuar pagamentos, levantamento de numerário etc.

Existem cartões de crédito e de débito. Os cartões de débito permitem efetuar operações de compra e levantamento, apenas se o cliente tiver saldo na conta. Os cartões de crédito permitem efetuar operações mesmo que não haja saldo na conta, sendo o *plafond* acordado entre o cliente e o banco. O Santander Totta, sendo um banco prestigiado no mercado, possui uma vasta gama de cartões com características diferentes, de acordo com as necessidades de cada segmento.

#### **2.2.3.1. Cartão de Crédito Ferrari**

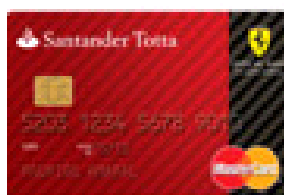


Ilustração 9: Cartão Ferrari

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão é dirigido a pessoas que gostem de aventura, mas que ao mesmo tempo se queiram sentir seguras. A renovação deste cartão é efectuada automaticamente após três anos de validade, e a sua anuidade é de 30€ no primeiro ano e 60€ nos anos seguintes. Possui uma TAN de 24%.

Este cartão inclui um pacote de seguros, dos quais o cliente poderá usufruir: acidentes pessoais em viagem, assistência em viagem (condutor, veículo e ocupantes),

responsabilidade civil, assistência técnica ao domicílio e assistência médico-sanitária no lar.

O utilizador deste cartão beneficia ainda de descontos em compras na loja *online* da Ferrari. Pode habilitar-se a um sorteio de entradas duplas em corridas de fórmula 1, um fim-de-semana com alojamento numa pousada em Portugal para duas pessoas, ou ainda a experiência de conduzir um Ferrari.

### **2.2.3.2. Cartão de Crédito Desconto**



Ilustração 10: Cartão Desconto

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão renova-se automaticamente após três anos de validade. Possui uma anuidade gratuita no primeiro ano, passando a ser de 30€ nos anos seguintes. Porém, se num ano o cliente efetuar compras ou levantamentos a crédito num valor superior a 600€, fica isento da anuidade no ano seguinte. A sua TAN é de 19,8%.

O cliente utilizador deste cartão tem direito a usufruir do seguro de proteção ao crédito e do seguro de roubo ou extravio do cartão.

Ao aderir a este cartão, o cliente fica automaticamente inscrito na modalidade de reembolso solidário, que visa contribuir para a luta contra a fome em Portugal.

### **2.2.3.3. Cartão de Crédito 10.10 TSI**



Ilustração 11: Cartão 10.10 TSI

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão destina-se a clientes que valorizam descontos em combustíveis e portagens. A sua renovação é automática após três anos de validade. Possui uma anuidade de 35€, sendo estes pagos em duas prestações, ou seja 17,50€ por semestre. A sua TAN é de 21%.

Este cartão inclui seguro de assistência em viagem (condutor, veículo e ocupantes) e seguro de uso fraudulento do cartão. O cliente beneficia ainda de reembolso de 10% dos pagamentos de combustível, até 10€ por extrato mensal, com

limite de 120€ por ano, e ainda reembolso de 10% dos pagamentos de portagens via verde, até 10€ por extrato mensal, com limite de 120€ anuais.

#### **2.2.3.4. Cartão de Débito Recarregável**

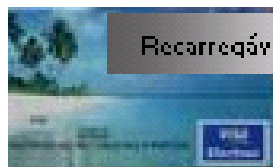


Ilustração 12: Cartão Recarregável

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão possui uma validade de 3 meses a 2 anos, sendo esta impressa no próprio cartão. Não é renovável nem substituível, e não possui anuidade. O cliente pode personalizar o cartão com uma imagem à sua escolha, entre as imagens temáticas disponíveis.

#### **2.2.3.5. Cartão de Débito não personalizado**



Ilustração 13: Cartão Não Personalizado

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Destina-se a clientes particulares que iniciem a sua relação com o banco. Possui uma validade de 3 meses a 1 ano, sendo a mesma impressa no cartão. A sua renovação é feita automaticamente, e a sua anuidade é gratuita.

#### **2.2.3.6. Cartão de Débito Novo Classic**



Ilustração 14: Cartão Novo Classic

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Tem uma validade de 3 anos, sendo renovado automaticamente após expirar. Possui uma anuidade de 9,50€. Inclui um seguro de cobertura de assalto em ATM.

O cliente pode personalizar este cartão com a imagem que desejar, tornando o cartão único no mundo.

### **2.2.3.7. Cartão de Crédito *Light***

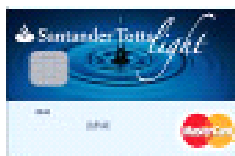


Ilustração 15: Cartão Light

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão tem uma renovação automática após 3 anos de validade. A sua anuidade é gratuita no primeiro ano e de 16,50€ nos anos seguintes. Contudo, se for utilizado com faturação a crédito igual ou superior a 1.200€ por ano, a sua anuidade fica gratuita. Possui uma TAN de 24%.

Inclui seguro de assalto em ATM (até 200€ por roubo, com limite máximo de 600€ anuais), e seguro de uso fraudulento no valor de 5.000€.

### **2.2.3.8. Cartão de Crédito *Titanium***

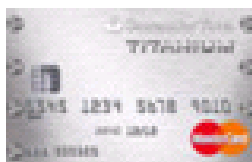


Ilustração 16: Cartão Titanium

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este produto é dirigido a clientes que valorizam a segurança. A sua renovação é feita automaticamente após 3 anos de validade, e a sua TAN é de 22,20%.

Inclui um pacote de seguros com seguro de roubo ou extravio do cartão, roubo de dinheiro levantado em ATM, roubo de carteira pessoal, proteção às compras, acidentes pessoais e assistência em viagem.

### **2.2.3.9. Cartão de Crédito *Classic***



Ilustração 17: Cartão Classic

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este produto tem uma validade de 3 anos e uma renovação automática após o termo da validade. Tem uma anuidade de 25€ e uma TAN de 24%. Este confere ao seu titular a possibilidade de o tornar único no mundo, com personalização própria.

Este cartão inclui seguro de acidentes pessoais em viagem, acidentes na utilização do cartão, responsabilidade civil e utilização fraudulenta.

Este produto tem uma parceria com a Portugal Telecom (PT): sempre que o cliente efetua compras ou pagamentos a crédito, acumula 1 crédito por cada euro gasto. Com a acumulação de 1.500 pontos ganha um desconto de 5,24€ na fatura da PT.

#### **2.2.3.10. Cartão de Débito Novo *Classic* Universitário**



Ilustração 18: Cartão Novo Classic Universitário

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão destina-se aos estudantes universitários. Possui uma validade de três anos, renovação automática e anuidade gratuita. Possui seguro de cobertura de assalto em ATM.

#### **2.2.3.11. Cartão de Débito Já Ká Konta**



Ilustração 19: Cartão Já Ká Konta

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

É um produto destinado aos jovens com idade inferior a 20 anos. Possui uma validade de três anos, renovação automática e uma anuidade de 3,50€.

#### **2.2.3.12. Cartão de Crédito Não Personalizado**

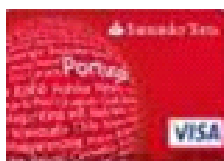


Ilustração 20: Cartão Não Personalizado

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão possui uma validade de três anos, anuidade gratuita e uma TAN de 24%. Inclui seguro de assalto em ATM, com um limite de 200€ por roubo e 600€ anuais.

### **2.2.3.13. Cartão de Débito Novo *Classic Premium***



Ilustração 21: Cartão Novo Classic Premium

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este é um produto destinado ao segmento *premium*. Tem uma validade de três anos, renovação automática e uma TAN de 9,50€. Porém, se o cliente efetuar compras a crédito no valor mínimo de 600€ anuais, fica isento de anuidade.

### **2.2.3.14. Cartão de Crédito *Gold***

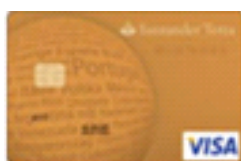


Ilustração 22: Cartão Gold

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

A renovação deste cartão é feita automaticamente após três anos de validade. Possui uma anuidade de 65€ e uma TAN de 24%.

Este cartão inclui seguro de acidentes pessoais e bagagem em viagem, assistência em viagem, acidentes na utilização do cartão, responsabilidade civil, assistência técnica ao domicílio, assistência médico-sanitária no lar, proteção às compras e utilização fraudulenta.

### **2.2.3.15. Cartão de Crédito *Premium Travel***

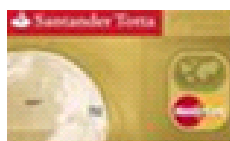


Ilustração 23: cartão Premium Travel

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este produto destina-se a pessoas que viajam com frequência. Renova-se automaticamente após três anos de validade. A sua anuidade é gratuita no primeiro ano e 65€ nos anos seguintes, sendo estes pagos em duas semestralidades de 32,50€ cada. A sua TAN é de 15%.

Inclui seguro de acidentes em viagem, responsabilidade civil e assistência em viagem. Concede ainda ao seu titular um desconto de 20% na Europcar.

### **2.2.3.16. Cartão de Crédito *Business Negócios***



Ilustração 24: Cartão Business Negócios

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

O segmento alvo deste cartão são as empresas, sociedades unipessoais e empresários em nome individual.

Contém seguro de roubo ou extravio do cartão, cobertura de assalto em ATM e uso fraudulento. O seu titular beneficia ainda de um reembolso mensal de 10% dos gastos efetuados em gasolinhas, até 100€ por mês e 1.200€ por ano; para este efeito, o cliente tem que efetuar compras mensais a crédito num montante igual ou superior a 200€, com exceção das compras efectuadas em gasolinhas.

### **2.2.3.17. Cartão de Crédito *Platinum***



Ilustração 25: Cartão Platinum

Fonte: [www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt)

Este cartão renova-se automaticamente após um ano de validade, tem uma anuidade de 80€ e uma TAN de 9%.

A nível de segurança, este produto inclui seguro de acidentes pessoais em viagem, assistência em viagem, assistência médico-sanitária no lar, responsabilidade civil, seguro de saúde e utilização fraudulenta do cartão.

Este cartão oferece ainda ao seu titular um desconto de 15% em todos os voos, em qualquer companhia aérea.

## **2.2.4. Seguros**

O Santander Totta tem uma parceria com uma seguradora, o que lhe permite dar aos seus clientes o que eles mais necessitam para se sentirem bem. Quando o cliente faz um seguro neste banco, o valor periódico a pagar é debitado diretamente da conta à ordem do cliente. Caso o cliente tenha a conta sem saldo no dia do pagamento, a apólice do seguro é imediatamente anulada.



#### **2.2.4.1. Plano Vida Mais Proteção**

Este seguro oferece ao cliente cobertura em caso de morte, invalidez ou doença grave. Assim, a finalidade deste é a proteção financeira do cliente e da sua família.

O público-alvo deste produto são clientes sem incidentes e com capacidade financeira, clientes com idade entre 25 e 50 anos e com família, clientes *premium*, clientes preocupados com a saúde, e clientes geograficamente afastados do acesso a um diagnóstico médico especializado.

#### **2.2.4.2. Plano Vida Premium**

Este produto oferece proteção de vida e invalidez. A sua finalidade é a proteção financeira do cliente e da sua família, segurança através de um serviço médico internacional no caso de doença grave.

Encontra-se destinado a clientes sem incidentes e com capacidade financeira, clientes com idade entre 25 e 50 anos e com família, clientes *premium*, clientes preocupados com a saúde e clientes geograficamente afastados do acesso a um diagnóstico médico especializado.

#### **2.2.4.3. Plano Proteção ordenado**

Oferece proteção aquando de desemprego ou incapacidade temporária para o trabalho. Destina-se a fazer face a despesas do agregado familiar, ou complementar o subsídio de desemprego. Este seguro destina-se a clientes com ordenado domiciliado no banco, até 2.500€.

#### **2.2.4.4. Valor Saúde**

A proteção que oferece é ao nível da saúde. A sua finalidade é assegurar assistência médica de qualidade.

Os seus clientes-alvos são clientes dos segmentos particulares, *premium* e empresas, clientes com seguro de saúde na concorrência e clientes que pretendam adicionar um complemento ao seu sistema de saúde.

#### **2.2.4.5. Seguro de Vida Plus Prémio Único**

Confere ao seu utilizador proteção de vida e de invalidez. A sua função é proteger a família e o cliente.

Destina-se a clientes que contratam um novo crédito habitação, bem como a clientes sem dificuldade de taxa de esforço.

#### **2.2.4.6. Plano Desemprego Habitação**

Este produto oferece proteção no caso de desemprego ou incapacidade temporária para o trabalho. A sua finalidade é assegurar a prestação da casa. Assim, destina-se a clientes que contratam um novo crédito habitação, e a clientes sem dificuldade na taxa de esforço.

#### **2.2.4.7. Seguro de Vida Crédito ao Consumo**

Oferece proteção de vida e invalidez. Tem como finalidade proteger o cliente e a sua família. Está destinado a clientes que contratam um novo crédito ao consumo.

#### **2.2.4.8. Plano de Proteção ao crédito**

Protege o cliente no caso de desemprego ou incapacidade temporária para o trabalho. Tem como finalidade assegurar a prestação do crédito. Tem como público-alvo os clientes que contratam um novo crédito ao consumo.

#### **2.2.4.9. Seguro Multirriscos – Cobertura de Recheio de Lar**

Este produto concede ao seu cliente proteção em caso de incêndio, inundação, roubo, responsabilidade civil familiar e assistência no lar. A sua finalidade é proteger a casa do cliente. Destina-se a clientes que contratem um seguro multirriscos associado ao crédito habitação.

### **2.2.5. Empréstimos**

Os empréstimos existem para as pessoas e as empresas obterem financiamento para realização dos seus projetos. O conceito de crédito pode definir-se como uma operação, na qual uma empresa de crédito concede a um cliente, um determinado

montante, tendo o cliente de se comprometer a reembolsar o montante em questão, acrescido de uma taxa de juro. O Santander Totta disponibiliza aos seus clientes dois tipos de crédito: crédito habitação e crédito pessoal.

#### **2.2.5.1. Super Crédito Habitação Taxa Variável**

Este produto tem como finalidades: compra de uma casa, troca de casa, construção de casa, obras e compra de terreno. As principais características deste produto são:

- *Spreads* a partir de 2,30%;
- Grande flexibilidade de prazo, com o máximo de 50 anos e limite de 75 anos de idade do cliente;
- Taxa variável que acompanha a evolução das taxas de juro do mercado;
- Opção de carência de capital durante a fase de introdução do empréstimo (por um período até 5 anos);
- TAE de 4,328% e TAER entre 4,328% e 4,345%;

Este crédito tem um montante mínimo de constituição de 200.000€ e máximo de 70% do valor de avaliação.

#### **2.2.5.2. Crédito Habitação Super Tranquilo**

Este crédito tem como finalidades a compra de casa, troca de casa, construções de habitação, obras, compra de terreno e sinal do imóvel. Possui uma taxa fixa e *spread* nos primeiros 5 anos. A prestação não aumenta neste período, mesmo que as taxas do crédito habitação aumentem. No período seguinte aos 5 anos terá uma taxa indexante à Euribor a 3 ou 6 meses mais *spread*. O *spread* deste produto possui uma taxa a partir de 2,30%.

Apresenta uma grande flexibilidade de prazo, com máximo de 50 anos e limite de 75 anos de idade. Tem ainda um período de carência de capital até 5 anos, o que permite usufruir de uma prestação muito baixa durante esse período. O cliente tem também acesso a uma gama de seguros com tarifas muito competitivas. O montante de empréstimo é de valor igual ou superior a 200.000€ e máximo de 70% do valor de avaliação. Possui uma TAE de 4,734% e uma TAER entre 4,734% e 4,752%.

### **2.2.5.3. Crédito Habitação Valor Residual**

Destina-se à compra de casa, troca de casa, construção de habitação, obras, compra de terreno e sinal do imóvel. Trata-se de um produto de taxa variável com opção de taxa fixa nos primeiros 5 anos. Destina-se a clientes que pretendem pagar uma prestação mais reduzida durante todo o período do empréstimo, e amortizar entre 10% e 30% do capital no final do financiamento, podendo em simultâneo beneficiar de total imunidade contra a subida das taxas de juro por um período de 5 anos. Possui características atrativas:

- *Spreads* a partir de 2,30%;
- Montante mínimo de financiamento de 75.000€ e máximo de 80% do valor de avaliação;
- Prazo máximo de 45 anos, com limite de idade de 75 anos;
- Opção de taxa variável ou taxa fixa a 5 anos (sem carência de capital);
- Valor residual entre 10% e 30%, pago no final do empréstimo, em simultâneo com a última prestação, permitindo desta forma reduzir as prestações durante todo o crédito;
- TAE de 4,357% e TAER entre 4,375% e 4,373%;

### **2.2.5.4. Solução Troca de Casa**

A solução troca de casa permite ao cliente comprar a casa que deseja, beneficiando de excelentes condições, sem ter que esperar pela venda atual. As principais características deste produto são:

- *Spreads* a partir de 2,30%;
- Financiamento até 110% da avaliação da casa nova, durante o período máximo de 3 anos;
- Carência de capital até 3 anos;
- Possibilidade de efetuar amortizações antecipadas, sem quaisquer penalizações durante o período de 3 anos;
- TAE de 4,320% e TAER entre 4,320% e 4,337%;

### **2.2.5.5. Crédito Habitação Sinal**

Este produto permite o financiamento da totalidade ou uma parte do montante pedido pelo vendedor para sinalização do imóvel. Tem como principais características:

- Prazo alargado até 24 meses;
- Pagamento apenas de juro sobre o montante financeiro;
- Taxas competitivas;
- Disponíveis modalidades com e sem libertação de *tranches*, o que permite na modalidade com *tranches* a sinalização faseada do imóvel;
- TAE de 8,771%;

### **2.2.5.6. Crédito Terreno**

O cliente adquire o terreno que pretende para a construção da sua casa, tendo um prazo de 2 anos para iniciar a construção. Durante este prazo existe carência de capital, sendo as prestações mensais do empréstimo apenas compostas por juro, e com uma taxa de juro muito atrativa. A amortização do empréstimo ocorre no final do prazo ou na data da escritura da casa. O montante a financiar para a construção da sua nova casa poderá incluir o financiamento do terreno. Possui uma TAE de 8,169%;

### **2.2.5.7. Crédito Pessoal Liquidez**

É um produto destinado a satisfazer as necessidades pontuais de liquidez. Possui um prazo mínimo de 6 meses e máximo de 60 meses com carência de capital, ou 96 meses sem carência de capital. A taxa de juro é indexada à Euribor a 6 meses, acrescida de um *spread* muito competitivo. Tem como garantia o penhor de aplicações financeiras do Titular. A sua TAE é de 5,9%.

## **2.3. Gama de Serviços**

O Santander Totta possui alguns serviços que permitem ao cliente aceder ao banco, sem ter que se dirigir a um balcão. Assim, o cliente pode efetuar operações, poupando tempo e dinheiro.

### **2.3.1. Mobile Banking**

Este serviço permite ao cliente aceder ao banco através de qualquer dispositivo móvel equipado com acesso à internet. Permite ao cliente realizar diversas operações, nomeadamente consulta de saldos e movimentos, consulta de NIB ou IBAN, transferências, pagamentos de serviços, requisição de cheques, ativação de cartões, pagamento de cartões de crédito, carregamentos de telemóveis, entre outros.

### **2.3.2. Netbanco**

O netbanco permite a adesão ao banco através de qualquer computador com ligação à internet. Para aderir, o cliente tem que pedir e preencher no balcão um pequeno impresso, contendo nome, morada e endereço de *e-mail*. Posteriormente o colaborador do balcão efetua o registo no *site*, e o cliente terá que escolher um nome de utilizador (ainda não existente) e uma palavra passe. Após o registo, para aceder ao banco necessita apenas de efetuar o *login* com o nome de utilizador e a palavra passe por si escolhidos, no *site* [www.santandertotta.pt](http://www.santandertotta.pt).

Neste serviço, o cliente pode efetuar todas as operações disponibilizadas no *mobile banking*, bem como as disponibilizadas no multibanco (com exceção de levantamentos e depósitos).

### **2.3.3. Super linha**

É um serviço de banca telefónica, que permite ao cliente aceder às suas contas no banco, com toda a comodidade e segurança, bem como obter informações sobre os produtos e serviços do Banco Santander Totta. Este serviço permite um acesso fácil: basta um simples telefonema para poder gerir os seus assuntos bancários. A segurança e confidencialidade de acesso são garantidas. O acesso à super linha tem por base um sistema de códigos de acesso, equivalentes à sua assinatura, sendo estes pessoais e intransmissíveis.

## **2.4. Análise Interna**

A análise interna diz respeito aos recursos de que a empresa dispõe, e às dificuldades que limitam a sua evolução. Esta análise permite-nos obter um conhecimento sobre as infra-estruturas e os equipamentos da empresa, a sua experiência no setor, os seus recursos e os símbolos por si utilizados para se identificar no mercado. Após esta análise, ser-me-á possível fazer um resumo dos pontos fortes e fracos existentes na organização.

### **2.4.1. Infra-Estrutura**

O Santander Totta de Aguiar da Beira situa-se no Mercado Municipal do concelho. O Mercado Municipal é um edifício já com alguns anos; apesar disto, encontra-se em bom estado. A infra-estrutura deste edifício é grande, boa e forte.

A agência possui um espaço razoável. Contém um *back office* composto por uma sala de reuniões, casas de banho, uma pequena cozinha, sala do cofre, uma despensa para os materiais de limpeza e quatro arrecadações para os arquivos; possui também um *front office*, ou seja, o espaço comercial. E é neste espaço que o Santander Totta trabalha diariamente para proporcionar aos seus clientes um atendimento da melhor qualidade possível.

### **2.4.2. Experiência**

Esta agência possui uma razoável experiência no setor, devido aos seus 20 anos de existência. Abriu em Aguiar da Beira a 14 de Outubro de 1991, sendo esta uma sucursal do Banco Crédito Predial Português. Ao longo dos anos foi inovando constantemente, mudando de nome, mas mantendo sempre a boa qualidade dos seus produtos e serviços.

### 2.4.3. Recursos

Os recursos existentes no Santander Totta, tal como nas diversas empresas, são recursos humanos, recursos financeiros e recursos tecnológicos. É através destes recursos que a empresa consegue manter o seu bom funcionamento.

#### 2.4.3.1. Recursos Humanos

Esta agência conta com quatro colaboradores, sendo eles:

- **Gerente** – José Frias. Tem 46 anos e trabalha no setor bancário há 20 anos, mas está nesta agência há apenas 2 anos, tendo sido transferido da agência de Trancoso.
- **Subgerente** – Paulo Pereira. Tem 43 anos e faz parte da equipa do balcão desde 1992, tendo assumido o cargo de subgerente em 2001.
- **Gestor de Particulares** – António Frias. Tem 46 anos e está na empresa desde 1992, tendo iniciado as suas funções na agência de Trancoso. Posteriormente foi transferido para Aguiar da Beira em 2003.
- **Assistente de vendas** – Dulce Batista. Tem 43 anos e trabalha na agência desde que esta abriu, ou seja, desde 1991.

#### 2.4.3.2. Recursos Tecnológicos

Esta empresa possui uma caixa de atendimento, gabinete de gerência e duas outras seções destinadas a diversos serviços que não incluem serviços de caixa. Cada uma das quatro seções contém uma secretária e um computador. Existe uma impressora na seção de caixa, destinada apenas aos serviços de caixa. Posteriormente existe uma impressora multifunções numa das salas do *back office*, encontrando-se a mesma ligada a todos os computadores. Numa outra sala encontra-se a máquina ATM; é através deste espaço que se faz diariamente o fecho do ATM e o seu carregamento. A máquina encontra-se disponível para uso público no exterior do estabelecimento.

#### 2.4.3.3. Recursos Financeiros

Os recursos financeiros desta empresa, e de qualquer outra empresa do setor, são os depósitos que as pessoas efetuam. O montante em numerário que os clientes depositam, vai servir posteriormente para fazer face aos empréstimos pedidos por outros clientes. Quando não há numerário na agência, faz-se um pedido ao Banco de Portugal e posteriormente a Prossegur encarrega-se de entregar o numerário. Cada agência não pode ter mais de 40.000,00€ no balcão, contando o valor em cofre e em ATM. Porém, não é permitido efetuar mais que 2 pedidos de numerário por mês.



#### **2.4.4. Pontos Fortes e Fracos**

Através da análise interna, concluem-se os pontos fortes e fracos existentes dentro da organização. É da responsabilidade da empresa manter os seus pontos fortes e melhorar os pontos fracos. Só assim é que conseguirá manter o seu funcionamento.

##### **2.4.4.1. Pontos Fortes**

- Experiência no setor;
- Posse de equipamentos adequados às suas atividades diárias;
- Recursos humanos com experiência no setor;
- Boa localização geográfica;
- Marca prestigiada no mercado;

##### **2.4.4.2. Pontos Fracos**

- Recursos humanos com poucas habilitações literárias (a maioria apenas possui o ensino secundário);
- Forte dependência dos depósitos dos clientes para se autofinanciar;

## **2.5. Análise Externa**

A análise externa consiste em descrever e analisar os traços importantes e pertinentes do mercado em que se situa a empresa. É uma análise feita ao meio envolvente (transaccional e contextual) da empresa. Após a análise das duas vertentes do meio envolvente, analisa-se a atratividade do setor, e conclui-se com a referência das oportunidades e ameaças existentes no meio envolvente.

### **2.5.1. Meio Envolvente Transaccional**

O meio envolvente transaccional é composto por todos os agentes que interagem diretamente com a atividade da empresa, ou seja, clientes, fornecedores, concorrentes e comunidade.

#### **2.5.1.1. Clientes**

Os clientes são os compradores e utilizadores dos produtos e serviços da empresa.

Neste caso, os clientes do Santander Totta são clientes particulares, empresas, instituições, cooperações, banca privada, universidades e promotores, sendo a maioria clientes particulares. O banco aposta mais nos segmentos jovem e universitário, não deixando de parte os restantes segmentos, claro.

Todas as semanas, cada colaborador contacta um determinado número de clientes, previamente agendado. O objetivo destes contactos é saber se os clientes estão bem, se estão interessados em adquirir novos produtos e, por vezes, servem também para reativar clientes que tenham deixado de movimentar as suas contas.

#### **2.5.1.2. Fornecedores**

Os fornecedores são organizações e pessoas que fornecem à empresa os materiais necessários para a elaboração da sua atividade.

O Santander Totta, como é uma empresa financeira, conta com um número bastante reduzido de fornecedores. A agência tem como fornecedores: a sede central do Banco Santander Totta, que fornece toneres, papel de impressão, bem como todos os restantes impressos e materiais necessários para a sua laboração; tem também o Banco de Portugal, que através da Prossegur fornece numerário à instituição; podemos

considerar como fornecedores os próprios clientes que efetuam depósitos, visto que o numerário por eles depositado vai servir para fazer face a empréstimos pedidos por outros clientes.

#### **2.5.1.3. Concorrentes**

Os concorrentes são competidores diretos e indiretos que satisfazem as mesmas necessidades dos clientes da indústria, ou seja, concorrentes são todas as outras empresas do mesmo setor de atividade.

Assim, em Aguiar da Beira a agência do Santander Totta conta com quatro concorrentes: a Caixa Geral de Depósitos, a Caixa de Crédito Agrícola Mútuo, o Millenium BCP e o Banco Português de Negócios.

#### **2.5.1.4. Comunidade**

A comunidade é composta por elementos específicos da localidade onde a empresa está instalada.

O concelho de Aguiar da Beira, sendo um meio pequeno, é caracterizado pela sua forte taxa de emigração. Possui poucas indústrias, agricultura fraca e tendência de redução da população face às alternativas limitadas. A vila encontra-se afastada dos grandes centros e, por via de estudo ou procura de trabalho, os jovens acabam por abandonar a região.

### **2.5.2. Meio Envolverte Contextual**

O meio envolvente contextual é composto pelos elementos que interagem indiretamente com a atividade da empresa. Dentro deste contexto temos o contexto político-legal, contexto económico, contexto sociocultural e contexto tecnológico.

#### **2.5.2.1. Contexto Político-Legal**

O contexto político-legal condiciona a alocação de poder, e providencia o enquadramento legal da sociedade.

No caso do Santander Totta de Aguiar da Beira, podemos dizer que está localizado numa vila que neste momento se encontra em recessão económica, tal como o resto do país. As dificuldades que se fazem sentir condicionam a atuação da empresa

junto dos seus clientes, visto que estes confiam cada vez menos no setor bancário. Numa época em que se fala de uma possível “banca rota” torna-se mais difícil conseguir a fidelização dos clientes.

#### **2.5.2.2. Contexto Económico**

O contexto económico determina as trocas de bens e serviços, dinheiro e informação na sociedade.

Esta é a variável da envolvente que melhor se adequa a esta empresa, visto ser uma empresa financeira. O Santander Totta trabalha diariamente com taxas de juros, poupanças e câmbios. Todos os dias há entrada e saída de dinheiro do balcão, através das operações de depósitos e levantamentos. Contudo, a sua atividade encontra-se constantemente condicionada pela variação da taxa de inflação, variação da Euribor e dos spreads, entre outras taxas.

#### **2.5.2.3. Contexto Demográfico**

O contexto demográfico reflete as tendências de alteração da população, quer a nível de localização quer da faixa etária em que se inserem.

Em Aguiar da Beira, a população encontra-se maioritariamente na faixa etária compreendida entre os 25 e os 64 anos. Esta faixa conta com aproximadamente 1.515 indivíduos do sexo masculino e 1.645 do sexo feminino. Porém, a tendência desta população está voltada para a emigração, pelo que se prevê que a maioria da população residente va passar para a faixa etária idosa.

#### **2.5.2.4. Contexto Tecnológico**

O contexto tecnológico traduz o progresso técnico da sociedade.

As tecnologias estão a desenvolver-se cada vez mais rapidamente, fator este que condiciona o desempenho das empresas. Porém, o Santander Totta conta com equipamentos de qualidade, que lhe permitem um bom atendimento e execução das tarefas diárias.

#### **2.5.2.5. Contexto Ambiental**

O contexto ambiental reflete as preocupações com o meio ambiente e responsabilidade civil que a empresa tem na sua laboração diária.

Neste campo, o banco não está a desempenhar corretamente o seu papel. Todos os dias são colocadas no lixo inúmeras folhas de papel. Estas deveriam ser colocadas no ecoponto. Porém, este modo de atuação do banco serve para garantir a confidencialidade dos dados, pelo que as folhas são trituradas antes de serem colocadas no lixo.

Por outro lado, está ao dispor do cliente um serviço de extratos digitais; o cliente pode optar por receber os seus extratos bancários por e-mail, dispensando assim o uso de papel para o envio dos mesmos.

### 2.5.2.6. Contexto Sociocultural

O contexto sociocultural reflete os valores, costumes e tradições na sociedade.

Os clientes do Santander Totta agem racionalmente quando decidem optar por este banco. Para a escolha de uma empresa financeira, as pessoas têm em consideração as taxas de juro e prazos praticados, bem como o prestígio e solidez da empresa.

### 2.5.3. Atratividade do Setor

O modelo das cinco forças de Porter foi criado por Michael Porter em 1979, e tem como objetivo a análise da competição entre empresas.

Este considera cinco fatores competitivos que devem ser estruturados para que se possa desenvolver uma estratégia empresarial eficiente. Michael Porter considera que a estratégia competitiva de uma empresa deve aparecer a partir da abrangência das regras da concorrência que definem a atratividade de uma indústria. Assim sendo, as cinco forças deste modelo são:



Esquema 4: Modelo das Cinco Forças de Porter

Fonte: (www.google.pt, 2011)

➤ **Rivalidade entre concorrentes:** Para a maioria das indústrias, este é o principal determinante da competitividade do mercado. Em situações de elevada

rivalidade os concorrentes procuram ativamente captar clientes, as margens são esmagadas e a atuação centra-se em cortes de preços e descontos de qualidade.

No caso do Santander Totta, existe bastante rivalidade entre concorrentes, devido ao fato de os concorrentes se situarem muito próximos uns dos outros. A vila de Aguiar da Beira é um meio pequeno, e todas as agências bancárias se situam no centro da vila. Ou seja, neste caso a rivalidade é alta.

➤ **Poder negocial dos clientes:** Os clientes exigem mais qualidade por um menor preço, também competindo com a indústria, forçando os preços a baixar. A capacidade dos clientes colocarem a empresa sob pressão, faz com que afetem outros clientes mais sensíveis à evolução de preços.

Neste caso, os clientes não têm muito poder negocial, visto que a sede central do banco estabelece as mesmas taxas para todas as agências. O cliente aceita ou não as condições estabelecidas, mas as condições não alteram com a sua opinião. Assim, o poder negocial dos clientes é baixo.

➤ **Poder negocial dos fornecedores:** Os fornecedores, por vezes, podem representar uma fonte de poder. Podem recusar-se a trabalhar com a empresa se não estiverem satisfeitos com as condições.

Porém, como o Santander Totta possui apenas como fornecedores o Banco de Portugal e a sede central do próprio banco, estes não se podem recusar a fornecer a agência, ou seja, o poder negocial de fornecedores é baixo.

➤ **Potencial de novas entradas:** Muitas empresas entram no mercado com o desejo de conseguir uma parcela de um setor. Para evitar que entrem novos concorrentes no mercado, é necessária a existência de barreiras que impeçam a sua entrada.

Como a agência do Santander Totta se situa num meio pequeno, e já conta com quatro concorrentes, não há lugar para a entrada de novos concorrentes neste mercado, pelo que o potencial de novas entradas é baixo.

➤ **Ameaça de produtos substitutos:** A existência de produtos substitutos no mercado é um fenómeno que pode afetar as empresas. Assim, os substitutos podem limitar os lucros e reduzir as fontes de riqueza que a indústria pode obter em termos de prosperidade.

Tendo em conta que não existem produtos substitutos para os produtos comercializados no setor bancário, a ameaça de produtos substitutos neste caso é baixa.

### **2.5.4. Oportunidades e Ameaças**

Da análise externa concluem-se as oportunidades e ameaças que existem à volta da empresa, que condicionam a sua atividade, e sobre as quais a empresa não tem qualquer influência. Porém, é da sua responsabilidade aproveitar rapidamente as oportunidades existentes, bem como fugir das ameaças. Contudo, para um bom estratega, uma ameaça pode ser transformada numa potencial nova oportunidade.

#### **2.5.4.1. Oportunidades**

- Aposta nas lojas de promotores;
- Carteira de clientes diversificada;
- Aposta no segmento jovem e universidades;
- Reativação de clientes antigos;

#### **2.5.4.2. Ameaças**

- Recessão económica;
- Elevado número de concorrentes numa pequena área geográfica;
- Emigração da população;
- Desconfiança por parte dos clientes;
- População residente envelhecida;

## **2.6. Avaliação Competitiva Global**

### **2.6.1. Conclusão SWOT**

A análise SWOT (Strengths - pontos fortes, Weaknesses – pontos fracos, Opportunities – oportunidades, Threats - ameaças) relaciona os pontos fortes e fracos da empresa com as oportunidades e ameaças existentes no meio envolvente. Esta análise é fundamental para a empresa saber o que deve melhorar e aproveitar para superar os seus concorrentes.

A empresa possui alguns pontos fortes e no meio envolvente existem algumas oportunidades. Se esta souber aproveitar estes fatores, consegue rapidamente melhorar alguns dos seus pontos fracos, bem como transformar as eventuais ameaças em novas oportunidades.

Contudo, a empresa apenas poderá controlar os pontos fortes e fracos, visto que fazem parte do seu ambiente interno. As oportunidades e as ameaças encontram-se fora do âmbito de controlo da empresa; surgem no meio envolvente e recaem sobre todas as empresas do setor. Cabe a cada uma das empresas aumentar a sua rapidez no aproveitamento das oportunidades que vão surgindo, bem como da fuga às ameaças.



		<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>
		>> Experiência no setor; >> Carteira de produtos diversificada; >> Estrutura organizacional simples e bem delineada; >> Localização geográfica; >> Taxas bastante atrativas e competitivas; >> Notoriedade; >> Layout modernizado; >> Banco sólido; >> Equipa profissional; >> Prudência em riscos; >> Boa reputação corporativa; >> Empresa prestigiada a nível mundial;	>> Atraso na prestação de alguns serviços; >> Clientes pouco fidelizados; >> Elevado nível de <i>stress</i> da equipa; >> Fraca motivação da equipa; >> Por vezes, não tem em consideração as necessidades dos clientes; >> Recursos humanos com poucas habilitações literárias; >> Forte dependência dos depósitos dos clientes para se autofinanciar;
<b>Oportunidades</b>	<b>Sugestões</b>	<b>Sugestões</b>	
>> Aposta em novos clientes, especialmente no segmento jovem; >> Reativação de clientes antigos; >> Concessão de créditos e investimentos privados; >> Investimento no ensino superior; >> Aposta nas lojas de promotores;	>> Expandir as lojas de promotores para outras áreas geográficas, visto que a população de Aguiar da Beira possui uma faixa etária envelhecida superior à faixa etária juvenil; >> Apostar na criação de novos recursos que vão de encontro às necessidades dos clientes;	>> Efetuar contactos diários com os clientes atuais e potenciais; >> Persuadir os clientes potenciais a visitar as instalações do banco; >> Oferta de brindes aos clientes que visitam o balcão;	
<b>Ameaças</b>	<b>Sugestões</b>	<b>Sugestões</b>	
>> Conjuntura económica desfavorável; >> Crise no setor bancário; >> Elevado número de concorrentes numa pequena área geográfica; >> Aumento das taxas de desemprego e de emigração; >> Desconfiança por parte dos clientes;	>> Realização de estudos sobre a concorrência, de forma a poder antecipar-se; >> Apresentar uma imagem transparente perante os clientes, para que estes percebam as vantagens que terão em usufruir dos serviços;	>> Persuadir os clientes atuais a adquirir produtos que ainda não possuam, bem como a abandonar os bancos concorrentes; >> Melhorar a rapidez na execução de determinados serviços;	

Tabela 1: Conclusão SWOT (Fonte: Elaboração própria)

### **2.6.2. Vantagens Competitivas**

As vantagens competitivas resultam das vantagens que a empresa tem em relação aos seus concorrentes. A avaliação competitiva baseia-se em dois critérios, sendo eles os fatores críticos de sucesso e as competências distintivas; isto dá origem às vantagens competitivas da empresa.

As competências distintivas baseiam-se nos pontos fortes, onde a empresa demonstra perante os seus concorrentes, sendo eles a Caixa Geral de Depósitos, a Caixa de Crédito Agrícola Mútuo, o Millennium BCP e o Banco Português de Negócios. As competências distintivas são compostas por três condições: criação de um valor significativo para os clientes, dificuldade de imitação pelos concorrentes, e acesso a novos mercados.

Assim sendo, as competências distintivas do Santander Totta são:

- Bom portefólio de produtos, com uma vasta gama ajustada às diferentes necessidades dos clientes;
- Empresa mundialmente prestigiada;
- Taxas de juro bastante competitivas;
- Experiência no setor;
- Funcionários com experiência no setor (em média duas décadas);

Os fatores críticos de sucesso são atividades da responsabilidade de todas as empresas do setor. Têm que ser desempenhadas corretamente, de modo a garantir o bom desempenho da empresa. Estas atividades derivam da combinação dos elementos a que os clientes atribuem mais valor com os elementos que melhor diferenciam a empresa dos concorrentes.

Deste modo, os fatores críticos de sucesso do Santander Totta são:

- Conhecimento do mercado em que atua;
- Prática de taxas competitivas e atrativas para os clientes;
- Notoriedade e prestígio;

Então, uma vantagem competitiva da empresa é a prática de taxas de juro competitivas.

## **2.7. Orientação Estratégica**

A orientação estratégica consiste em definir a segmentação e o posicionamento no mercado em que a empresa atua. A segmentação é importante para responder às necessidades dos clientes, pois nem todos têm as mesmas necessidades, e cabe à empresa ir de encontro às mesmas. Por sua vez, o posicionamento é importante para a empresa saber como é que os seus clientes a vêem.

### **2.7.1. Segmentação de Mercado**

Segmentar o mercado consiste em dividi-lo em pequenos grupos. Este processo é derivado do reconhecimento de que o mercado total representa o conjunto de grupos com características distintas, que são denominados segmentos.

Em função das semelhanças que compõe cada segmento, eles tendem a responder de forma similar a uma determinada estratégia de marketing, isto é, tendem a ter sentimentos e perceções semelhantes sobre a atuação para um determinado produto.

Para se proceder à segmentação de mercado é necessário ter em consideração alguns critérios, que definirão *a posteriori* as características de cada segmento:

- Critérios demográficos, geográficos, sociais e económicos;
- Critérios de personalidade e estilo de vida;
- Critérios de comportamento face a um determinado produto;
- Critérios de atitudes psicológicas relativamente a um produto;

O Santander Totta procede à segmentação do seu mercado com base, essencialmente, nos critérios demográficos, geográficos, sociais e económicos. As características de cada segmento são: a profissão que exercem, a faixa etária em que se inserem e a localização geográfica.

Assim, os principais segmentos de mercado desta empresa são: os clientes particulares, as empresas, os reformados e pensionistas, os clientes premium, os clientes com mais de 55 anos de idade, os jovens com menos de 20 anos de idade, os jovens universitários, os juniores (com idade até 10 anos), os portugueses residentes no estrangeiro, os mediadores e os promotores.

### **2.7.2. Posicionamento**

O posicionamento é a técnica de criação de uma imagem ou identidade para um produto, marca ou empresa. É o espaço que a empresa ocupa na mente dos clientes num determinado mercado. É o modo como a empresa é vista no setor onde atua.

O Santander Totta posiciona-se como um dos principais bancos do mundo por lucro. No mercado é visto como uma empresa de grande prestígio, com uma carteira de produtos e serviços diversificada, contendo boas oportunidades para os seus clientes.

## 2.8. Marketing Operacional: Os oito P's dos Serviços

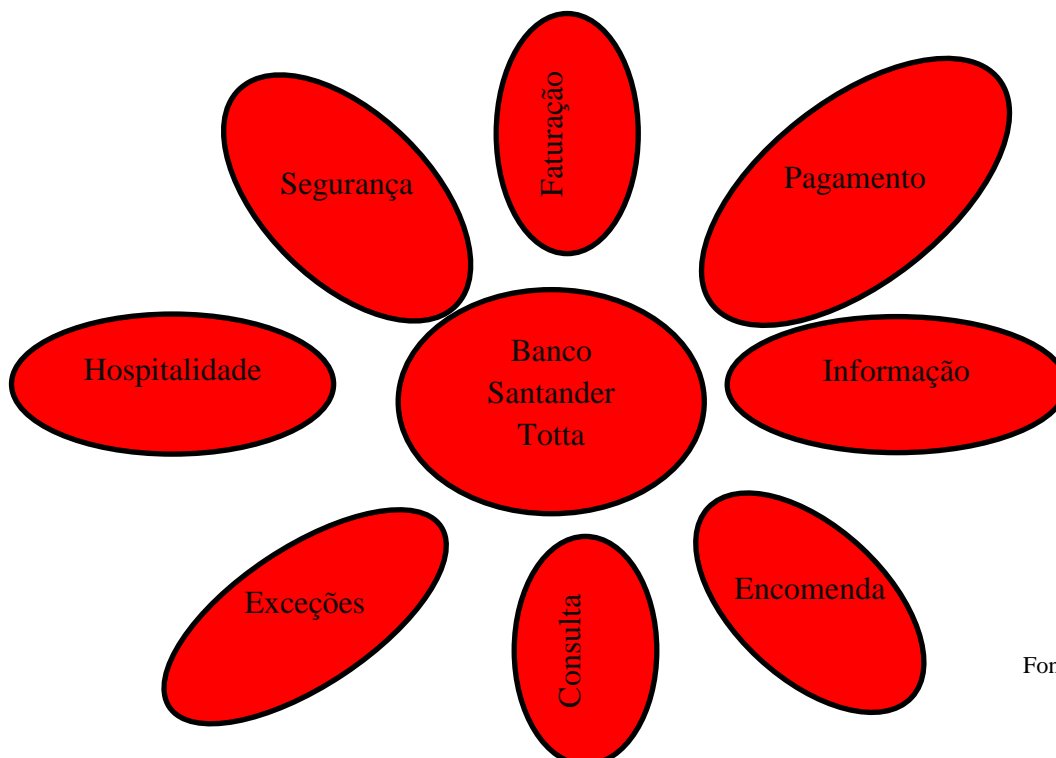
O marketing operacional das empresas de serviços é composto por oito variáveis, devido à natureza distintiva dos serviços, especialmente o envolvimento dos clientes na sua prestação, bem como a importância do fator tempo.

### 2.8.1. Produto / Serviço

Esta variável é composta por todas as componentes do desempenho do serviço que criam valor para os clientes. Os colaboradores da organização devem selecionar as características do serviço principal e de todas as atividades que o envolvem, relacionando sempre os benefícios desejados pelos clientes com o grau de desempenho dos serviços concorrentes.

No caso do Banco Santander Totta, visto que os produtos oferecidos pela empresa são do ramo financeiro, os clientes procuram sempre obter a solução mais rentável para os seus projetos. Cabe aos colaboradores da empresa sugerir a solução que melhor satisfaça os desejos do consumidor, tentando, sempre que possível, elaborar contratos vantajosos para ambas as partes.

Para melhor se analisar a atuação da empresa junto dos seus clientes, existem o modelo Core. Este fornece o benefício central que satisfaz as necessidades específicas dos clientes. O Core é a empresa Banco Santander Totta, estando rodeado de oito “pétalas” que explicam o seu modo de atuação junto do público-alvo.



Esquema 5: Modelo Core

Fonte: (www.google.pt, 2011)

<p><b>Pagamento</b></p> <p>Os serviços desta empresa são pagos mediante uma taxa aplicada a cada um deles. No caso dos depósitos a prazo, é a organização que paga aos clientes. No caso dos empréstimos, cartões ou seguros, é o cliente que paga à empresa.</p>	<p><b>Informação</b></p> <p>Os consumidores têm conhecimento dos serviços desta empresa através de anúncios televisivos, via internet, comunicação boca-a-boca e publicidade nos locais de venda, sendo neste caso os cartazes e panfletos expostos na agência do Santander Totta</p>	<p><b>Encomenda</b></p> <p>Como se trata de uma empresa financeira, podemos mencionar como encomenda o pedido de cartões. Este pedido é concebido mediante o preenchimento de um impresso no balcão da agência.</p>
<p><b>Faturação</b></p> <p>A fatura de um serviço desta empresa corresponde ao duplicado do talão que é entregue ao cliente, contendo o serviço efetuado e o montante em causa. O mesmo deve ser assinado pelo cliente e pelo colaborador da empresa.</p>	<p><b>Banco Santander Totta</b></p>	<p><b>Consulta</b></p> <p>Ao efectuar o seu pedido, o cliente está a consultar os serviços da empresa. Por vezes, este pode ter dúvidas em relação ao produto que melhor se adequa às suas necessidades. É da responsabilidade do colaborador sugerir a melhor solução para o cliente.</p>
<p><b>Exceções</b></p> <p>Nesta empresa não se verificam exceções, pois sendo esta uma agência pertencente a um grupo financeiro, deve apenas executar os serviços que tem ao seu dispor.</p>	<p><b>Segurança</b></p> <p>Caso o cliente se esqueça de um objeto pessoal na agência, o objeto é guardado no balcão. Posteriormente será entregue ao cliente.</p>	<p><b>Hospitalidade</b></p> <p>Os colaboradores da empresa criam laços de amizade com os clientes, levando assim à sua fidelização. Deste modo, conseguem que o cliente tenha vontade de voltar ao balcão da empresa, pois sente-se “em casa”.</p>

**Legenda:**

- Serviços facilitadores
- Realce do Serviço

Tabela 2: Core Santander Totta

Fonte: Elaboração própria

### 2.8.2. Processo

É o método e a consequência de ações em que funciona o sistema de operações dos serviços.

A empresa deve verificar qual a melhor forma garantir a satisfação dos clientes. Assim, deve fazer o seu trabalho da melhor maneira possível, pensando não só nos interesses da empresa, mas também nos dos clientes.

Nesta empresa, os clientes encontram-se envolvidos na produção dos serviços, visto que o banco só realiza uma operação com o consentimento do cliente. O serviço desta organização caracteriza-se por ser um serviço que engloba um elevado número de contactos com os clientes, visto que se realiza diária e semanalmente um agendamento dos clientes que serão contactados.

#### Caraterização do processo do serviço:

Natureza dos Serviços	Destinatário dos Serviços - Posses
Ações Intangíveis	Este serviço é dirigido a atos intangíveis. O envolvimento do cliente neste tipo de serviço depende da forma mais ou menos tradicional que o cliente deseja na receção do serviço. No Santander Totta, existem clientes que têm a máxima confiança nos seu gestor de conta; este fato faz com que estes dêem autorização aos gestores para aplicarem as suas poupanças da maneira mais conveniente possível. Assim, o envolvimento do cliente no processo é extremamente reduzido, visto que apenas assinam os papéis dos processos que os gestores entenderem ser mais adequado. Por outro lado, a maior parte dos clientes tem um envolvimento complexo na elaboração do produto. Antes de tomarem uma decisão analisam as várias opções que têm ao seu dispor.

Tabela 3: Caraterização do Processo do Serviço

Fonte: Elaboração Própria

### **2.8.3. Momento e Lugar**

Esta variável diz respeito ao momento e lugar em que os serviços são entregues, tal como os canais e métodos utilizados.

O Banco Santander Totta possui uma opção de entrega direta, visto que os clientes se dirigem ao balcão para realizarem as suas operações. Porém, possui também um serviço de entrega do serviço através de terceiros, pelo fato de os clientes poderem realizar operações através dos serviços de Mobile Banking, NetBanco e Super Linha, evitando assim a necessidade de se dirigirem a um balcão.

Visto que em Aguiar da Beira a população é maioritariamente envelhecida, o método mais utilizado pelos clientes é o de entrega direta. Assim, é fundamental o cumprimento dos horários; o Santander Totta encontra-se aberto ao público nos dias úteis, das 8h30 às 15h00. Contudo, os colaboradores trabalham até às 16h30; deste modo, se um cliente não se puder dirigir ao banco no seu horário de funcionamento, pode passar mais tarde.

### **2.8.4. Evidência Física**

A evidência física diz respeito ao aspeto dos edifícios, veículos da empresa, aspeto interior dos locais da prestação de serviços, equipamentos, membros do *staff*, materiais impressos e outros aspetos visíveis.

Assim, a evidência física da agência do Santander Totta corresponde a uma loja do mercado municipal da vila. Esta loja encontra-se corretamente equipada com secretárias, cadeiras e computadores. Nas diversas secretárias existem duas cadeiras destinadas aos clientes, com exceção do balcão. Existe um sofá destinado aos clientes que aguardam a sua vez. Nas paredes encontram-se cartazes publicitários expostos.

Nesta empresa verifica-se diariamente uma grande quantidade de material impresso, nomeadamente extratos de contas, talões de levantamentos e de depósitos, entre outros. Pontualmente verificam-se também impressos de aberturas de contas, seguros ou empréstimos bancários.



### **2.8.5. Pessoas**

Esta variável menciona as pessoas envolvidas no processo de prestação de um serviço. Alguns serviços dependem direta e indiretamente da interação entre clientes e colaboradores.

No Santander Totta temos como pessoas envolvidas no processo, os colaboradores da organização e os clientes. Existe uma interação pessoal entre as partes, visto que na maioria dos casos são os clientes que escolhem o serviço que mais lhes convém. É da responsabilidade de cada colaborador informar os clientes sobre as várias opções de que dispõe, bem como as vantagens e desvantagens de cada uma delas.

### **2.8.6. Preço**

A variável preço refere os custos em que os clientes incorrem para a obtenção do serviço.

Sendo esta uma empresa do ramo financeiro, existem dois tipos de custo para o cliente: uma mensalidade no caso dos seguros e uma taxa no caso dos empréstimos e dos cartões de crédito. Alguns cartões de débito e crédito possuem também uma anuidade, que o cliente terá que pagar para os utilizar. O valor a pagar encontra-se previamente fixado e atribuído a cada produto, pelo que o cliente quando adere a esse mesmo produto já tem um conhecimento sobre o montante que irá despendar para usufruir desse serviço.

A estratégia de preço praticada pelo Santander Totta é a de preço baseado na concorrência, devido à forte rivalidade entre concorrentes existente neste setor de atividade. Se uma empresa lança um produto atrativo, a tendência dos concorrentes é lançarem um produto semelhante de modo a evitarem a perda de clientes.

A definição de objetivos de preço desta empresa passa pelos objetivos orientados para os retornos financeiros, visto que alguns serviços servem para subsidiar outros. Por exemplo, o montante correspondente aos depósitos de alguns clientes, serve para financiar levantamentos ou empréstimos solicitados por outros clientes.

### **2.8.7. Comunicação**

A comunicação é a maneira como a empresa divulga a sua atividade, incluindo também a maneira como os colaboradores se dirigem aos clientes.

O Santander Totta divulga os seus serviços através de panfletos, cartazes, anúncios televisivos e da internet. Os colaboradores falam simpática e educadamente com os clientes; este é um dos fatores mais importantes para a fidelização dos clientes. Se um cliente estiver indeciso, o colaborador deve sugerir um produto que seja adequado às suas necessidades. Se o cliente ficar satisfeito com a sugestão, pode eventualmente promover a empresa através de comunicação “boca-a-boca”. O Santander Totta envia pontualmente aos seus clientes inquéritos de satisfação, o que permite aos clientes manifestarem a sua opinião sobre a qualidade do atendimento e dos produtos / serviços oferecidos.

### **2.8.8. Produtividade e Qualidade**

A produtividade diz respeito à forma como os *inputs* são transformados em *outputs* que são valorizados pelos consumidores finais. A qualidade refere-se ao grau em que um serviço satisfaz as necessidades do consumidor. Contudo, deve haver equilíbrio entre produtividade e qualidade.

Esta empresa possui uma boa produtividade. Por vezes, e principalmente no que respeita aos empréstimos bancários, os clientes ficam insatisfeitos com a subida dos *spreads* e da taxa Euribor. Contudo, compreendem que este fato se deve à recessão económica que se faz sentir no país. Os serviços solicitados pelos clientes são corretamente elaborados, respeitando os prazos de entrega do serviço.

Relativamente à qualidade, esta é uma das empresas mais bem-sucedidas no ramo financeiro. Este fato demonstra que os serviços oferecidos são competitivos. Os resultados dos inquéritos de satisfação pontualmente realizados mostram que os clientes se encontram satisfeitos com os serviços.

# Capítulo III

## Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio

### 3.1. Introdução

Este capítulo é dedicado a descrever as atividades realizadas durante o estágio, que se realizou entre 4 de Julho e 30 de Setembro de 2011.

Entre essas atividades destacam-se:

- Conhecimento do sistema informático, que consiste em aprender a usar esse mesmo sistema;
- Atendimento telefónico, que, tal como o próprio nome indica, consiste em atender chamadas;
- Arquivo de documentos, ou seja, guardar os impressos diários em envelopes;
- Atendimento ao público, que consiste em atender os clientes que necessitam de ajuda para operações básicas;
- Abertura de contas, que, como o próprio nome indica, é o ato de abrir uma conta;
- Trituração de documentos, que faz parte da segurança interna da organização, tendo como objetivo evitar que os dados internos circulem para fora da organização;
- Participação em reuniões elaboradas semanalmente, com o intuito de definir os objetivos para essa mesma semana.
- Participação em reuniões diárias designadas de flash diário, cujo objetivo era definir os objetivos a atingir nesse dia;
- Fotocópias; diariamente é necessário tirar diversas fotocópias, de modo a auxiliar os colaboradores da empresa;
- Criação de tabelas para auxílio as lojas de promotores, com o objetivo de auxiliar estas lojas a gerirem a sua carteira de clientes;
- Requisição de transferências, que consiste em requerer uma transferência periódica para uma outra conta;
- Alteração de cartazes e panfletos, que se realiza aquando da saída de novos produtos;
- Depósito manual de cheques, que consiste no preenchimento de um pequeno impresso para se efetuar o depósito;
- Pedido de cartões, que serve para requerer a emissão de cartões de débito e crédito;
- Inserção de novos clientes na base de dados, que consiste em criar o perfil de um cliente novo no terminal financeiro;
- Atualização de dados de clientes já existentes, ou seja, atualizar dados como por exemplo morada ou contactos;

- Envio de correspondência, que tem como finalidade enviar correio para os clientes ou para outras agências do Banco Santander, bem como para a sua sede central;
- Digitalização de documentos, que consiste em digitalizar impressos;
- Consulta de números de conta, que serve para encontrar o número da conta de um cliente, quando este desconhece o número;

De seguida, será feita uma descrição mais pormenorizada das actividades desenvolvidas

### **3.1.1. Sistema Informático**

Os primeiros tempos no local de estágio foram dedicados ao conhecimento do sistema informático (terminal financeiro), bem como o seu funcionamento. Foi-me atribuído um nome de utilizador e palavra passe, que me permitiam iniciar sessão no sistema do Santander Totta ligado à intranet, e assim ter acesso ao terminal financeiro. É neste mesmo terminal que são realizadas todas e quaisquer operações da atividade do banco.

Como é através deste terminal que se realizam todas as operações diárias, quer a nível administrativo quer comercial, era indispensável obter um conhecimento do sistema e das suas funcionalidades. Esta tarefa foi realizada por mim no início do período de estágio. Tive auxílio na sua execução no primeiro dia de estágio. Nos dias seguintes executei-a sozinha.

### **3.1.2. Atendimento Telefónico**

O telefone é o meio de comunicação mais utilizado pelos clientes para contactarem o banco. O bom atendimento é fundamental para que os clientes voltem a contactar a empresa. Porém, nem só os clientes é que efetuam chamadas. Pontualmente, a sede central do banco realiza chamadas mistério para as diversas sucursais, avaliando deste modo o grau de atendimento. A agência será penalizada se a chamada não for atendida até ao segundo toque. Por isso, é muito importante atender o telefone o mais rapidamente possível.

Realizei esta tarefa várias vezes. Aquando de um telefonema, se um dos outros colaboradores não pudesse atender a chamada, atendia eu. Realizava o atendimento com bons modos, tendo assim que fazer a apresentação da agência, saudar o cliente e identificar-me (Ex.: Santander Totta de Aguiar da Beira, bom dia, fala a Alexandra Pinto). Posteriormente reencaminhava a chamada para o colaborador com quem o cliente desejasse falar. No caso de o colaborador se encontrar ocupado, sugeria que a pessoa falasse com outro colaborador que estivesse disponível. Caso o cliente não aceitasse a sugestão, anotava o nome e o contacto para que o cliente fosse contactado pelo colaborador.

### **3.1.3. Arquivo**

O arquivo no Santander Totta é feito diariamente. Assim, diariamente se coloca a data num envelope onde todos documentos produzidos nesse dia são guardados nesse mesmo envelope. Os envelopes são guardados por ordem diária até ao final do mês e no final do mês juntam-se os envelopes todos com um elástico e são guardados no arquivo (numa estante), por dia e mês. Realizei esta tarefa diversas vezes. Os outros colaboradores da empresa solicitavam-me que arquivasse os documentos que eles já não precisavam. Por vezes pediam-me também para ir buscar documentos a arquivos de dias anteriores, a fim de conferirem os valores respeitantes ao serviço.

### **3.1.4. Atendimento ao Público**

No atendimento ao público, as únicas tarefas que realizei foram impressão de extratos de conta (ver anexo 6) e receção de comunicados dos clientes. Nesses mesmos comunicados, os clientes podem solicitar a anulação de uma apólice de seguro, de uma transferência, entre outras. Não realizei operações de caixa, visto que não possuía autorização para tal.

A sede central do banco realiza visitas mistério às agências, de modo a avaliar o atendimento. Certo dia, um cliente pediu-me que lhe tirasse um extrato de conta correspondente ao último mês. Posteriormente, tivemos a confirmação que se tratava de um cliente mistério.

### **3.1.5. Abertura de Contas**

No que respeita à abertura de contas, imprimi diversos documentos para a abertura de depósitos a prazo. Posteriormente esses documentos são assinados pelo cliente, sendo entregue uma cópia dos mesmos ao cliente, na qual devem constar as condições de abertura.

Porém, não me foi possível efetuar aberturas de conta no *software*, devido a um erro de caráter interno que surgia no meu terminal. Não executei a tarefa completa sozinha, mas auxiliei na sua execução, preenchendo e imprimindo os impressos. Posteriormente, um dos colaboradores executava a tarefa no terminal financeiro.

Para concluir o processo de abertura de conta, é necessário digitalizar todos os documentos de abertura, inclusive fotocópia de bilhete identidade, cartão de contribuinte, comprovativo de morada e comprovativo de profissão. Estes devem ser marcados com um carimbo de fotocópia fiel do original, e deverão ser assinados por dois colaboradores do balcão. Coloquei também o carimbo nos diversos documentos, e auxiliei os colaboradores na sua digitalização.

### **3.1.6. Trituração de Documentos**

Este processo faz parte da segurança e confidencialidade do banco. Na agência existe uma máquina para triturar os documentos que já não são precisos. Antes de serem colocados no lixo, devem ser triturados, para que seja impossível serem recuperados ou legíveis. Assim, ninguém terá acesso à informação interna da organização. Para este efeito, a máquina corta as folhas em 54 tiras, de aproximadamente 3,8 milímetros cada.

Esta foi uma das tarefas que realizei com mais regularidade.

### **3.1.7. Reuniões Semanais**

Todas as segundas-feiras se realizam reuniões semanais que consistem em planear a atividade comercial e comprometer a equipa a realizar os objetivos definidos durante a semana.

O diretor comercial realiza uma videochamada para as sucursais que tem a seu cargo, na qual explica os pontos que funcionaram mal na semana anterior, de modo a

que na presente semana se possam corrigir. Menciona também o nome da agência que melhor atingiu os objetivos semanais, e a que teve o desempenho mais fraco.

Após terminar a videochamada, cabe aos colaboradores de cada agência mencionarem o que devem melhorar e o que devem manter.

Nem sempre tive disponibilidade para participar nas reuniões, mas participei naquelas em que me foi possível.

### **3.1.8. Flash Diário**

Todos os dias antes de a agência abrir ao público, é realizada uma pequena reunião de aproximadamente 10 minutos, designada de *flash* diário. Esta serve para a agência definir os seus objetivos diários. Sai também diariamente em *newsletter* um jornal do Santander Totta, que contém informações sobre o estado da economia e da banca (ver anexo 3). No *flash* diário são também abordados os temas que constam nesse mesmo jornal.

Contudo, nem sempre participei nestas pequenas reuniões; tal como as reuniões semanais, participei naquelas em que me foi possível participar.

### **3.1.9. Fotocópias**

Nos dias de maior movimento, era necessário auxiliar os colaboradores para uma maior rapidez no atendimento. Para isso, solicitavam-me que tirasse fotocópias dos documentos que necessitavam. Esta foi outra das tarefas que mais realizei durante o estágio.

Para tirar uma fotocópia frente e verso, é necessária ter em atenção o lado para o qual se vira a folha. Se se colocar virada para o lado errado, o verso da página vai sair “de pernas para o ar”.

### **3.1.10. Tabelas de Auxílio às Lojas de Promotores**

As lojas de promotores são pequenas lojas de retalho com o nome do banco, mas que não são agências do Santander Totta. O objetivo destas lojas é angariar novos



clientes para o banco, recebendo em contrapartida uma comissão pelos clientes conseguidos. A agência do Santander Totta de Aguiar da Beira possui três lojas de promotores, estando estas situadas em Penedono, Moimenta da Beira e Vila da Rua.

Assim, de modo a facilitar-lhes o trabalho, foi-me solicitada a elaboração de tabelas com os dados dos clientes de cada loja. Cada tabela continha o nome dos clientes, número de cliente, NIB e contacto (ver anexo 4).

### **3.1.11. Requisição de Transferências**

Sempre que o cliente desejar, pode solicitar ao banco uma transferência periódica do montante da sua conta à ordem para uma conta a prazo, ou para a conta de outra pessoa. Para este efeito, é necessário o preenchimento de um impresso, no qual constam os dados do cliente, o montante e a periodicidade da transferência e os NIB's das contas a debitar e a creditar (ver anexo 5).

Após o preenchimento do impresso, o pedido é lançado no *software*, de modo a que a transferência seja feita, de acordo com o desejo do cliente. Não executei esta tarefa sozinha. Porém, preenchi o impresso e, posteriormente um dos colaboradores da agência fez o lançamento da transferência em *software*.

### **3.1.12. Alteração dos Cartazes e Panfletos**

Quando o banco lança novos produtos ou promoções, são criados novos panfletos e cartazes promocionais para decoração do *layout* das agências. Estes são elaborados pela sede central do banco, que posteriormente os envia para as várias sucursais. Posteriormente, estas retiram os cartazes antigos ou os que estiverem repetidos no *layout*, e procedem à colocação dos novos. O mesmo acontece com os panfletos, embora neste caso só se retirem os já existentes quando a promoção ou produto expiram (ver anexos 7 e 8).

Assim, foi-me pedido que verificasse os cartazes e panfletos existentes na agência. Após a recepção dos novos, auxiliei na troca dos cartazes. Estes devem ser colocados com muito cuidado devido às suas dimensões, evitando o risco de rasgarem.

### **3.1.13. Depósito Manual de Cheques**

Como referi anteriormente, não efetuei qualquer operação de caixa, visto não ter autorização para tal. Porém, preenchi alguns talões de depósito de cheques, que posteriormente foram lançados no sistema pela assistente de vendas.

### **3.1.14. Pedido de Cartões**

Os cartões fazem parte da gama de produtos do Santander Totta. Durante o período de estágio, tive a oportunidade de efetuar alguns pedidos de emissão de cartões. Para isto, é necessário o preenchimento de um impresso onde devem constar os dados pessoais do cliente que deseja o cartão, o número da conta à qual o cartão estará ligado, o nome que deve ser inscrito no cartão, entre outros. Após o preenchimento do impresso, o cliente deve assinar o mesmo, e este deve ser enviado para o Centro de Operações Administrativas (COA) do Santander Totta, para que o cartão seja emitido. Deve ainda ser efetuado o registo de pedido do cartão no *software*.

Nesta tarefa preenchi os impressos e executei o lançamento do pedido no *software*.

### **3.1.15. Inserção de Novos Clientes na Base de Dados**

Sempre que um novo cliente chega ao balcão, é necessário criar o seu perfil na base de dados. Para isto, é necessário o bilhete de identidade, número de contribuinte, comprovativo de morada e comprovativo de profissão. Se o cliente desejar, pode também facultar o seu contacto à empresa.

Todos os dados pessoais, inclusive o endereço completo de localização atual, são campos de preenchimento obrigatório. Esta é uma operação que se faz apenas em *software*, pois não existe um impresso para a sua execução. Após concluir a caracterização, o novo cliente pode usufruir dos produtos e serviços da empresa.

Durante o decorrer do estágio, criei alguns perfis de clientes novos na base de dados.

### **3.1.16. Atualização de Dados de Clientes já Existentes**

Quando um cliente muda de residência ou de contacto, os dados que constam no *software* ficam desatualizados. Então, é necessário atualizar esses mesmos dados com a nova morada ou novo contacto.

O contacto ou envio de correspondência é sempre feito para a morada ou contacto que conste na base de dados. Se esses dados não estiverem atualizados, não será possível comunicar com os clientes.

Foi-me solicitado diversas vezes que procedesse à atualização dos dados dos clientes na base de dados.

### **3.1.17. Correspondência**

O Santander Totta possui dois tipos de correspondência: a interna e a externa. A correspondência externa serve para enviar documentos aos clientes, e é feita normalmente através dos CTT. A correspondência interna serve para enviar documentos para outras sucursais do Santander Totta, para a sede central do banco e para o Centro de Operações Administrativas. Esta é feita através de uma mala existente em cada agência, contendo por fora o nome da agência. Todos os dias de manhã a mala chega à agência com a correspondência que outras agências enviaram para a nossa; à tarde a mala é levada com a correspondência que a nossa agência envia para outras.

Coloquei alguns documentos nos respetivos envelopes e, posteriormente, coloquei os envelopes dentro da mala. Porém, foi-me também solicitado o envio de documentos para clientes através dos CTT.

### **3.1.18. Digitalização de Documentos**

Diariamente são impressas listagens, contendo a designação de clientes que possuem contas com saldo negativo, e dos clientes que já liquidaram as suas dívidas. Essas listagens saem diretamente da base de dados de cada agência. Posteriormente devem ser enviadas por correio electrónico para o diretor comercial, em ficheiro de formato PDF.

Para proceder ao envio dessas listagens, foi-me pedido para efetuar a sua digitalização; esta tarefa também requer atenção, de modo a evitar que as listagens sejam digitalizadas ao contrário.

### **3.1.19. Consulta de Números de Contas**

Alguns clientes, quando iam depositar ou levantar numerário, levavam consigo o número de conta. Porém, havia outros que não levavam, nem sabiam o número de conta. Assim, foi-me pedido que consultasse o número de conta dos clientes que não o tinham. Realizei esta tarefa em *software*, através do nome completo do cliente, número de contribuinte ou número de bilhete de identidade / cartão de cidadão.

## Reflexão Final

A escolha do Banco Santander Totta para a realização do estágio curricular, teve em conta a localização geográfica e o prestígio desta empresa. Porém, desde o início, sempre tive consciência que a minha margem de ação iria ser limitada, e os meus objetivos seriam reter informações e observar a metodologia de trabalho da empresa.

Devido à retenção de informações, foi-me possível aplicar a esta instituição os conceitos teóricos que aprendi durante o meu percurso académico. A realização deste estágio serviu para enriquecer a minha experiência no mercado de trabalho. Contudo, percebi que é impossível aprender tudo o que se desejava, e que na vida ninguém sabe tudo.

A observação da metodologia de trabalho fez com que eu percebesse que, por mais simpáticos que sejamos, nem sempre conseguimos agradar aos clientes. Há clientes difíceis que não gostam de nós somente pela nossa cara; os clientes pertencentes a uma faixa etária mais avançada ficam com a sensação que estamos a tentar enganá-los. Por vezes é difícil fazer com que eles percebam a operação que está a ser feita. Mas não podemos desistir; temos que encarar com naturalidade a atitude deles.

O fato de estar integrada numa instituição onde vigora o *stress*, fez com que eu percebesse que, embora por vezes nos pareça impossível manter a calma, ficar nervosos não nos serve de nada; aliás, muito pelo contrário, só nos dificulta.

De qualquer modo, a realização deste estágio foi uma experiência gratificante. Os colaboradores mantêm entre eles uma relação de amizade, e por vezes criam um clima de brincadeira para aliviar o *stress*. Este fato torna-se uma mais-valia para a empresa. A empresa tem mais a ganhar se os colaboradores forem unidos.

Assim, concluo mais uma etapa da minha vida. Sigo para a próxima etapa de cabeça levantada e com um pensamento positivo para ultrapassar os obstáculos da vida.

Ser difícil não é sinónimo de ser impossível.

## **Bibliografia**

Documentos fornecidos pela empresa. (De Julho a Setembro de 2011). Aguiar da Beira, Guarda, Portugal.

Jornal Diário Santander Totta. (2011). *Bom Dia*.

[www.intratotta.com.pt](http://www.intratotta.com.pt). (2011). Obtido em ao longo do estágio de 2011, de Intranet Santander Totta.

[www.santandertotta.pt](http://www.santandertotta.pt). (2011). Obtido em ao longo do estágio de 2011, de Site oficial do Santander Totta.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2009). *Mercator XXI - teoria e prática do marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

totta, s. (2010). *Relatório de Sustentabilidade*.

## Índice de Anexos

Anexo 1 – Fecho de Caixa.....	68
Anexo 2 – Fecho de ATM.....	70
Anexo 3 - Jornal Diário Santander Totta.....	72
Anexo 4 - Tabela Para Loja de Promotores.....	74
Anexo 5 - Impresso de Requisição de Transferências.....	76
Anexo 6 - Impresso de Extrato de Conta.....	78
Anexo 7 - Impresso de Comunicação de Cliente .....	80
Anexo 8 - Cartazes Publicitários .....	82
Anexo 9 - Panfletos .....	84

# Anexos



# **Anexo 1 – Fecho de Caixa**

O Azul é de preenchimento obrigatório

A amarelo estão os resultados.

### MOEDAS

	2,00 €	1,00 €	0,50 €	0,20 €	0,10 €	0,05 €	0,02 €	0,01 €
<b>Moedas</b>	180,00 €	270,00 €	80,00 €	30,00 €	17,00 €	17,70 €	8,00 €	3,00 €
<i>Nº moedas</i>	3	23	45	44	55	3	13	15
<b>Caixa 1</b>	6,00 €	23,00 €	22,50 €	8,80 €	5,50 €	0,15 €	0,26 €	0,15 €
<b>Total caixa 1</b>								<b>66,36 €</b>
<i>Nº moedas</i>	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Caixa 2</b>	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
<b>Total caixa 2</b>								<b>- €</b>
<b>Total</b>	<b>186,00 €</b>	<b>293,00 €</b>	<b>102,50 €</b>	<b>38,80 €</b>	<b>22,50 €</b>	<b>17,85 €</b>	<b>8,26 €</b>	<b>3,15 €</b>
<b>Total Moedas Balcão</b>								<b>672,06 €</b>

### NOTAS

	500,00 €	200,00 €	100,00 €	50,00 €	20,00 €	10,00 €	5,00 €	
<i>Nº notas</i>	2	1	5	228	330	633	31	
<b>Cofre</b>	1.000,00 €	200,00 €	500,00 €	11.400,00 €	6.600,00 €	6.330,00 €	155,00 €	<b>26.185,00 €</b>
<i>Nº notas</i>	1	0	3	219	0	386	0	
<b>Recicladora</b>	500,00 €	0,00 €	300,00 €	10.950,00 €	0,00 €	3.860,00 €	0,00 €	<b>15.610,00 €</b>
<b>Total</b>	<b>1.500,00 €</b>	<b>200,00 €</b>	<b>800,00 €</b>	<b>22.350,00 €</b>	<b>6.600,00 €</b>	<b>10.190,00 €</b>	<b>155,00 €</b>	<b>41.795,00 €</b>
<b>Total Moedas e Notas</b>	<b>42.467,06 €</b>			<b>Total Moedas e Notas Caixa 1</b>				<b>15.676,36 €</b>

Nota: Dados fictícios

# **Anexo 2 – Fecho de ATM**

O Azul é de preenchimento obrigatório

A amarelo estão os resultados.

ATM

Periodo contabilístico

	5,00 €	20,00 €	
Carregadas	187	1400	
Distribuidas	174	440	
Sobra	13	960	
Saldo de Conferência	65,00 €	19.200,00 €	19.265,00 €
Levantamentos (A)	870,00 €	8.800,00 €	9.670,00 €
Lev. Nacionais	9.570,00 €		
Lev. Internacionais	100,00 €		
Confirmação valor. Tem que ser igual a A			9.670,00

Periodo Contabilístico

	5,00 €	20,00 €	
Sobras	13	960	
Reforço	0	0	
Carregadas	13	960	
Valor	65,00 €	19.200,00 €	19.265,00 €
Reforço			0,00 €

**Anexo 3 - Jornal**  
**Diário Santander**  
**Totta**

## Destaque

### TARIFAS PLANAS

Termina hoje o concurso das Tarifas Planas deste trimestre e irão continuar em concurso no 4º trimestre.

**Temos as melhores condições do mercado**, basta o Cliente domiciliar o seu ordenado na conta para ter acesso a uma comissão mais reduzida, de apenas 2,5€ (1,25€ até 31 Dezembro de 2011).

Por apenas **0,08€ por dia** (0,04€ até 31/12/2011) o Cliente tem um conjunto alargado de vantagens, como por exemplo:

1) Serviços do dia-a-dia:

- 2 cartões recarregáveis de débito e de uma personalização do cartão novo classic.
- 2 operações de Bolsa por mês, através de canais.
- Despesas de expediente relacionadas com operações de Títulos.
- Isenção de Portes.

- Net Alerts, em que o Cliente pode escolher receber informação (sms ou mails) sobre a sua conta à ordem (movimentos/ saldo) e cotações da Bolsa.

2) Uma gama completa e diversificada de Seguros, com oferta dos Seguros de Saúde, Assistência Técnica ao Domicílio, Assistência Médica ao lar, Responsabilidade Civil e Acidentes Pessoais.

3) Reduções de taxa em Crédito Habitação e Consumo.



## Notícias

### 10 Questões + Frequentes

Consulte no Portal Comercial/Directos/10+ ou no Portal de Serviços/Directos as 10 questões mais frequentes da Rede Comercial sobre produtos e campanhas cuja resposta não está no catálogo de produtos e campanhas.

Saiba mais no Portal Comercial / Foco Comercial e veja como pesquisar no Catálogo de Produtos e Campanhas.



### Tudo ou nada...no 3º trimestre

Hoje é o "tudo ou nada" do trimestre. Aproveitam-se os produtos que venceram, dos Dossiers ARTE 31, 32 e 33, e contactam-se os Clientes. Nada está perdido e o dia ainda vai permitir que todos fechem bem este trimestre, ou então que fiquem lá próximo.

O Painel de Recursos tem uma oferta variada, entre captação e retenção.



### TAEG MÁXIMAS PARA O 4º TRIMESTRE 2011

Para os empréstimos de Crédito Pessoal contratados no período de 1 de Outubro até 31 de Dezembro, vigoram as seguintes TAEG máximas:

- Educação, Saúde e Energias Renováveis: 6.8%
- Outros Créditos Pessoais: 20.2%

Para restantes finalidades consulte a tabela disponível na Intranet> Painel do Consumo. Antes de carregar qualquer proposta, efectue **uma simulação** (Intranet>Simuladores>Crédito Pessoal) ajustando as variáveis do empréstimo e assegure que a TAEG está dentro do limite máximo autorizado.



## Tome nota

### Rendimento Mensal Outubro 2011

Em comercialização de 29/09/2011 a 27/10/2011.

Tem como Características Gerais:

- Montante mínimo de constituição de 2.500€ e máximo de 60.000€;
- Prazo: 8 anos, 1 mês e 7 dias;
- Distribuição de Rendimentos Mensal;
- Taxas Crescentes entre 3.3% e 5.5% TANL.

### Documentação essencial

Sempre que enviar um processo para Recuperações:

- anexe a Ficha-i e o respectivo relatório de Evolução do processo.
- indique detalhadamente todos os dados dos devedores/garantes (identificação, situação profissional, património etc.)

Disponibilizar de imediato toda a informação é o 1º passo para a celeridade do Processo Executivo.

Empresas com Pagamento de Ordenados - Já estão disponíveis no Portal/VISAO os dados referentes ao mês de Agosto.



### Hoje partiram os viajantes do

Atlas do Consumo com destino ao Mónaco. Dê o impulso final no seu Baão da Volta ao Mundo e siga até à Lapónia.



Na página seguinte...

**DIÁRIO DE BORDO**

# **Anexo 4 - Tabela Para Loja de Promotores**

**Promotor:** Paulo Andrade Sousa

**Morada:** Penedono

**Contribuinte:** 244 154 253

**Telefone:** 963 529 059

<b>Cientes</b>			
<b>Nome</b>	<b>Número de Cliente</b>	<b>NIB</b>	<b>Contacto</b>
André Costa Martins	F-632890 / 7400239745	0018 0003 26908546020 54	931 209 753
Amélia Maria Frias Santos	F-760521 / 9001903610	0018 0003 75901376020 31	915 906 321
Beatriz Carvalho Nogueira Seixas	F-870357 / 7400012498	0018 0000 03572197001 43	965 789 046
Constrói Seixas, Lda	J-45972 / 7400420954	0018 0003 20754832020 50	928 043 576
Conrigror, Gabinete de Contabilidade, lda	J-97380 / 7400530671	0018 0000 15298059001 15	965 758 902
Daniel Pedro Teixeira Andrade Amaral	F-904628 / 7400173904	0018 0003 57491103020 92	962 130 446
Filipa Alexandra Sousa Castro	F-215420 / 9000741960	0018 0003 26227746020 10	936 118 429
Gonçalo André Jesus Ramalho	F-706351 / 7400094111	0018 0003 63459081020 63	919 089 745
Inês Filipa Gomes Lopes	F-217420 / 7400831296	0018 0003 56092512020 45	254 190 034
Maria Conceição Lemos Aguiar	F-521906 / 7400300946	0018 0003 90475849020 94	962 783 015
Pedro Miguel Rodrigues Azevedo	F-905546 / 7400527154	0018 0003 13542675020 18	937 578 018
Rafael Silvestre Sousa	F-9216430 / 900152328	0018 0003 19208347020 35	926 741 004
Sofia Andreia Lourenço Pires	F-520361 / 900159031	0018 0003 90146283020 13	931 079 402
Tiago Alexandre Sousa Mateus	F-703125 / 7400152096	0018 0003 76653907020 66	936 152 478

Nota: Dados fictícios



# **Anexo 5 - Impresso de Requisição de Transferências**



# REQUISIÇÃO DE TRANSFERÊNCIAS REQUISIÇÃO DE CHEQUES SOBRE ESTRANGEIRO

Transferência:  Nacional (obrigatório NIB ou IBAN) (preencher quadros 1 e 2)  Internacional (preencher quadros 1 e 3)  Cheque sobre estrangeiro (preencher quadro 1)

IBOS (preencher quadros 1 e 3)  SEPA (obrigatório IBAN) (preencher quadros 1 e 4)

Prioridade:  Normal  Próprio dia (dependente da hora de aceitação)

U. O. Origem	N.º Identificação
	1912261

## 1 - DADOS GERAIS

Conta a debitar nº

Ordenador: Nome   
Morada   
Localidade  País

Beneficiário: Nome   
Morada   
Localidade  País

### Identificador Único do Beneficiário

IBAN

NIB

Outro (Identificação do Beneficiário/Conta)

Montante  Moeda  (Ver códigos de moeda no verso da última folha do impresso)

Extensão

Classificação Estatística da Operação (COE)  (excepto para Transferência Nacional)

## 2 - TRANSFERÊNCIA NACIONAL - EUR

Referência Ordenador  Aviso  Sim  Não

Código de Operação  Ordenados  Pensão  Outros

Periodicidade  Pontual  Mensal  Bimestral  Trimestral  Semestral  Anual

Data de Início  N.º prestações  Data de Fim

## 3 - TRANSFERÊNCIA IBOS / INTERNACIONAL (Consultar informação do seu interesse no verso da última folha do impresso)

BIC  Banco  Localidade/País

Refer. Ordenador  INTC - Intra-Companhia/Grupo  (Só aplicável em operações IBOS)

Inform. Adicional (a)

Despesas (b)  (SHA) Partilhadas  OUR - Sem despesas para o Beneficiário \*(Declaração para Operações ao abrigo da Directiva nº 2007/64/CE)  BEN - A cargo do Beneficiário (apenas permitidas para operações não abrangidas pela Directiva nº 2007/64/CE)

\* Declaro serem estas as condições acertadas com o Beneficiário e existir uma operação cambial associada.

## 4 - TRANSFERÊNCIA SEPA (Consultar informação do seu interesse no verso da última folha do impresso) (c)

BIC

Refer. Ordenador

Inform. Adicional (a)

Código de Operação  Ordenados  Renda Casa  Transferência  Fornecedores  Reemb. IVA

## A PREENCHER PELO BANCO (Transferências e Cheques com conversão de Moeda)

N.º Cat.:  N.º Aut. C.º:  Câmbio:  N.º Aut. D/V:

A Data de Recepção será o momento da entrega desta requisição em Ordem, a ser cumprida se entregue até às 14,00 horas. Para além dessa hora será considerado como Dia de Recepção o dia útil bancário seguinte.

Assinatura(s)	Recebido por: (Assin./N.º Emp.)	Autorizado
Data <input type="text"/>	Hora <input type="text"/> Data <input type="text"/>	Data <input type="text"/>

(a) Preencher somente quando se pretenda que seja transmitido ao beneficiário. Máximo 140 caracteres  
 (b) No caso de omissão do tipo de despesas ou de regime não aplicável, o Banco procederá à execução da transferência com o regime de despesas partilhadas (SHA).  
 (c) Nas transferências SEPA as despesas são sempre partilhadas

BANCO SANTANDER TOTTA S.A. - Capital Social: 620.104.983 € - C.R.C. Lisboa com o NIPC 500 844 321 - Sede Social: Rua do Ouro, nº 88 1100-063 LISBOA

Mod. 10308277 (10/04)

# **Anexo 6 - Impresso de Extrato de Conta**



# **Anexo 7 - Impresso de Comunicação de Cliente**



**COMUNICAÇÃO DE CLIENTE**

Data	Balcão	N.º Conta
------	--------	-----------

Nome

Pela presente solicito(amos) que:

Anexo/s

Assinatura(s) do(s) Cliente(s)

(Conforme Ficha de Assinaturas)

Zona Reservada ao Banco

Conferido por:  
(Assinatura/Nº Emp)

Data

BANCO SANTANDER TOTTA S.A. - Capital Social: 620.104.983 € - C.R.C. Lisboa com o - NIPC 500 844 321  
Sede Social: Rua de Ouro, nº 88 - 1100-063 LISBOA

Mod. 10307/96 (10/10)

# **Anexo 8 - Cartazes Publicitários**

# Super Poupança Protecção

Protecção e rentabilidade com total disponibilidade

Poupança sempre disponível sem penalização de juros

Máximo de € 25.000€

4% TAMS (no Fim)

Reservado para aplicar as condições de remuneração base dos depósitos a prazo tradicionais a 30 dias.

Santander Totta

## Soluções Ordenado

Damos mais valor ao seu ordenado

Estaremos presentes nas instalações da **Bluepharma** no dia **26 de Abril** entre as **11h00** e as **16h00**

Descubra todas as vantagens que o **Protocolo Santander Totta** lhe oferece!

TAEG 0% no desconto autorizado



# Anexo 9 - Panfleto

## Protecção Ordenado



Proteja-se de um futuro incerto

Para mais informações consulte o seu Balcão ou:



Proteja o que é mais importante na sua vida

Santander Totta

## Viva com mais tranquilidade e segurança

Sabemos que o seu emprego é muito importante para a sua vida. Assim como o bem-estar que representa para si e para o seu agregado familiar. Por isso, criámos o Plano Protecção Ordenado<sup>(1)</sup>.

Por apenas 7€ por mês<sup>(2)</sup> garante a sua protecção e a dos seus familiares em caso de Desemprego Involuntário, Incapacidade Temporária Absoluta ou Falecimento.

O Banco Santander Totta, S.A., com o capital social de 656.723.824€ - C.R.C. Lisboa 1ª Secção, nº 500.844.321 (anterior nº 1587) - NIPC 500.844.32, com a sede social na Rua do Ouro, nº 88, 1100-063 LISBOA, encontra-se registado junto do Instituto de Seguros de Portugal como Mediador de Seguros Ligado, Nº 207.235.886, com Data de Registo de 7 de Novembro de 2007. Autorização para intermediação de seguros para o Ramo Vida e Ramo Não Vida, no que respeita aos Seguros de Acidentes Pessoais, a título exclusivo, do Segurador Santander Totta Seguros - Companhia de Seguros de Vida, S.A. e para os Ramos Não Vida para os Seguradores Génesis Seguros Generales - Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros - Sucursal em Portugal, Generali - Companhia de Seguros S.A. Sucursal em Portugal e AXA Portugal, Companhia de Seguros, S.A. Informações e outros detalhes do registo disponíveis em [www.isp.pt](http://www.isp.pt). Na qualidade de Mediador de Seguros Ligado, o Banco Santander Totta SA não se encontra autorizado a receber prémios para serem entregues à(s) empresa(s) de seguro, pelo que qualquer pagamento a este título por parte do Tomador referente a contratos de seguro mediados pelo Banco Santander Totta deverá ser realizado na conta aberta da respectiva Companhia de Seguros. A intervenção do Mediador envolve a prestação de assistência ao longo do período de vigência do contrato de seguro, não podendo celebrar contratos em nome da Santander Totta Seguros. O mediador de seguros não assume a cobertura de riscos.

(1) O Plano Protecção Ordenado é um seguro de vida que cobre a morte, a incapacidade temporária absoluta para os trabalhadores por conta própria e o desemprego involuntário para trabalhadores por conta de outrem, tem um prazo inicial de 5 anos e é automática e sucessivamente renovado por períodos de 1 ano. O Plano Protecção Ordenado é disponibilizado pela Santander Totta Seguros e comercializado pelo Banco Santander Totta.

(2) O presente contrato pode ser celebrado em simultâneo com um empréstimo bancário concedido pelo Banco Santander Totta, SA, a uma taxa anual nominal de 0%, TAEG única de 0.237%, para um empréstimo de €420 a 60 meses, com prestações mensais de €7. Caso opte por não utilizar este financiamento, o prémio de €420 é pago no início do contrato, de uma só vez, para o primeiro período contratual de 5 anos. Nos períodos seguintes o prémio é anual e pago em frações mensais, sem qualquer crédito associado. O Segurador informará o Tomador do Seguro, do valor do prémio anual e do valor de cada fracção mensal, com uma antecedência mínima de 30 dias relativamente aos termos dos primeiros 5 anos do contrato.

Esta comunicação impressa não constitui qualquer proposta de seguro, sendo apenas objecto informativo e não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.

### O que é o Plano de Protecção Ordenado?

É um seguro de vida e desemprego, por um prazo inicial de 5 anos, automática e sucessivamente renovado por períodos de 1 ano. Destina-se a todo os trabalhadores por conta própria ou de outrem com a sua retribuição mensal domiciliada no Banco Santander Totta, cujas idades estejam compreendidas entre os 18 e os 65 anos, com um limite de idade máximo de 60 anos à data da adesão.

### Um seguro com três tipos de coberturas

Seja trabalhador por conta própria ou por conta de outrem, com o Plano Protecção Ordenado pode garantir um rendimento mínimo que lhe permitirá fazer face aos imprevistos da vida:

- **Em caso de Desemprego Involuntário** dos trabalhadores por conta de outrem, quando prolongável por um período superior a 30 dias consecutivos, será efectuado mensalmente<sup>(3)</sup> o reembolso de 25% do salário líquido da pessoa segura, no máximo de 625€ por mês.
- **Em caso de Incapacidade Temporária Absoluta** dos trabalhadores por conta própria, quando prolongável por um período superior a 30 dias consecutivos, será efectuado mensalmente<sup>(3)</sup> o reembolso de 25% da retribuição mensal da pessoa segura, no máximo de 625€ por mês.
- **Em caso de Morte:** Permite receber 6 vezes o salário líquido da pessoa segura, limitada a um máximo de 2.500€ por mês.

### Subscreva o Plano Protecção Ordenado.

Viva em pleno e com mais tranquilidade o seu dia-a-dia em família.



(3) Com um limite máximo de 12 meses.