



**INSTITUTO
FEDERAL**
Paraíba

**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
CAMPUS GUARABIRA
GESTÃO COMERCIAL**

SAMARA SIMPLÍCIO

**UMA EXPERIÊNCIA NO SETOR DE VENDAS DE UMA EMPRESA VAREJISTA DE
VESTUÁRIO CALÇADOS E ACESSÓRIOS**

GUARABIRA - PB

2023



SAMARA SIMPLÍCIO

UMA EXPERIÊNCIA NO SETOR DE VENDAS DE UMA EMPRESA VAREJISTA DE VESTUÁRIO CALÇADOS E ACESSÓRIOS

Relatório de Estágio apresentado à Coordenação de Estágio do Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, como requisito parcial para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

GUARABIRA - PB

2023



FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

S612e Simplício, Samara

Uma experiência no setor de vendas de uma empresa varejista de vestuário calçados e acessórios/ Samara Simplício.- Guarabira, 2023.
23f.: il.; Color.

Relatório de Estágio (Tecnólogo em Gestão Comercial) – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2023.

“Orientador: Prof. Me. José Augusto Lopes Viana”.

Referências.

1. Técnicas de Vendas. 2. Treinamento em Vendas.
3. Equipe. 4. Liderança. I. Título.

CDU 658.85(0.067)



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
Campus Guarabira
Rua Prof. Carlos Leonardo Arcoverde, S/N, Km 02, Pb-057, CEP 58200-000, Guarabira (PB)
CNPJ: 10.783.898/0011-47 - Telefone: (83) 98195-6465

DECLARAÇÃO DE AVALIAÇÃO DO RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Na condição de orientador da aluna **SAMARA SIMPLICIO** - matrícula 202023800039. Declaro para os fins que se fizerem necessários que avaliei o relatório de estágio intitulado **UMA EXPERIÊNCIA NO SETOR DE VENDAS DE UMA EMPRESA VAREJISTA DE VESTUÁRIO CALÇADOS E ACESSÓRIOS**, protocolado para avaliação final. Desta forma, o relatório foi aprovado e definiu-se a seguinte nota: **95** (noventa e cinco).

Guarabira (PB), 28 de junho de 2023



Documento assinado digitalmente
JOSE AUGUSTO LOPES VIANA
Data: 28/06/2023 21:22:12-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Me. José Augusto Lopes Viana
Matrícula SIAPE - 2181435



DEDICATÓRIA

Dedico este relatório a todos os meus sonhos e objetivos, e a todos que contribuíram em minha caminhada até aqui, mãe, irmão e família.



AGRADECIMENTOS

Acima de tudo, agradeço a Deus pelo discernimento e por sempre conduzir meus passos, agradeço também a todos que me ajudaram durante esse caminho, com muito carinho agradeço a minha família, aos meus professores, que compartilharam seus conhecimentos e se tornaram ponte para realização de sonhos, e ao IFPB campus Guarabira. Agradeço pela oportunidade, por ter sido casa e por me mostrar novos sonhos que poderei concretizar, a todos, meus sinceros muito obrigada!



RESUMO

Neste relatório de estágio, foi descrita uma primeira experiência profissional no setor de vendas de uma organização varejista de vestuário, calçados e acessórios, localizada na cidade de Alagoa Grande-PB. No qual foi comparado o conhecimento obtido no curso de Gestão Comercial com a realidade da empresa, além de expor os desafios do comércio varejista e sua importância para a economia. Foi também explicado o motivo que influenciou a realização do estágio no segmento escolhido, especificando todas as atividades desenvolvidas durante o período do mesmo, bem como os objetivos específicos que foram apontados para orientar o desenvolvimento do relatório, a experiência contada detalhadamente em cada setor realizado, os aspectos positivos e negativos observados, levando em consideração o que é descrito na literatura com a realidade vivenciada no estágio, mais ainda sobre as dificuldades encontradas, e o que pode ser retirado do estágio como aprendizado e o que se entendeu após sua conclusão.

Palavras-chave: Vendas; Treinamento; Equipe; Liderança.



ABSTRACT

In this internship report, a first professional experience in the sales sector of a clothing, footwear and accessories retail organization, located in the city of Alagoa Grande-PB, was described. In which the knowledge obtained in the Commercial Management course was compared with the reality of the company, in addition to exposing the challenges of retail trade and its importance for the economy. It was also explained the reason that influenced the realization of the internship in the chosen segment, specifying all the activities developed during the period of the same, as well as the specific objectives that were pointed out to guide the development of the report, the experience told in detail in each sector carried out, the positive and negative aspects observed, taking into account what is described in the literature with the reality experienced in the internship, even more about the difficulties encountered, and what can be removed from the internship as learning and what was understood after its conclusion.

Key-words: Sales; Training; Team; Leadership.



LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca da empresa	17
Figura 2 - Fachada da empresa.....	17



LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e estatística

PB - Paraíba



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	14
2.1 OBJETIVO GERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3. RELATO DE ESTÁGIO	15
3.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA.....	16
3.1.1 <i>Local do estágio e aspectos físicos da empresa.</i>	16
3.1.2 <i>Dados referentes ao estágio</i>	16
3.1.3 <i>Perfil da empresa</i>	16
3.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	18
4. CONCLUSÃO.....	22
REFERÊNCIAS	23

1. INTRODUÇÃO

O comércio varejista é um dos mais abrangentes para economia e empregabilidade dos países capitalistas. Entretanto, é um setor com ampla concorrência e exige constantemente inovações e criatividade para manter o destaque no mercado e a fidelidade dos clientes. O segmento registra crescimento de vendas no mercado de 1,4% comparado ao ano 2020. Contudo, aponta-se em 2021 o quinto ano consecutivo de resultados positivos para o grande número de vendas no varejo, apresentando o aumento de 6,7% na primeira parte desse ano (IBGE, 2022).

O varejo é uma das práticas mais ancestrais da sociedade, as quais estão relacionadas a venda, troca e serviços pertinentes à satisfação de uma necessidade do consumidor. Esse efeito toma forma principalmente porque as pessoas estão mudando os comportamentos que geram novas necessidades e prioridades que por consequência modificam o comprar (BRANDALISE, 2019).

O processo de vendas, de acordo com Castro Neves (2006), é aquilo que se deve realizar para efetuar a venda de algum produto. Partindo-se de diferentes cenários e realidades do mercado, a venda pode ser identificada como uma sequência de passos com objetivo único de atender a demanda e satisfazer o cliente por completo, mesmo quando aquilo que ele procura não esteja disponível, e para que isso aconteça de forma eficaz e natural, é preciso conhecimento, técnica e malícia.

A motivação para a realização do estágio foi a de obter a experiência prática na área comercial e sobre as disciplinas que foram ensinadas durante o curso, analisar se o ambiente empresarial apresentava as condutas de treinamento, liderança, gestão de estoque e trabalho em equipe. Ademais, falar da importância e necessidade das condutas citadas acima para se ter um ambiente de trabalho agradável e produtivo.

A liderança no atual mundo corporativo é uma questão fundamental a ser estudada e discutida, isso porque a figura do líder torna-se um elemento chave na condução das equipes, uma vez que ele é o responsável não só por criar as estratégias organizacionais, como também por desenvolver e motivar seus liderados para juntos atingirem os resultados pretendidos. Os profissionais esperam cada vez mais trabalhar de forma colaborativa, bem como os líderes relatam investir mais de 50% do seu tempo em ações relacionadas ao trabalho em equipes. Porém, apesar da percepção latente sobre os benefícios que estes grupos parecem proporcionar, as

empresas ainda relatam uma defasagem dos profissionais com relação às competências necessárias para obterem uma atuação conjunta (VIEIRA, 2018).

A comunicação dentro de uma organização promove o máximo de interação entre a empresa e seus empregados. Assim, os principais objetivos são: Informar e integrar todos os colaboradores; divulgar aos colaboradores as transformações ocorridas tanto no ambiente de trabalho como no ambiente externo; facilitar a comunicação empresarial, deixando-a clara e objetivo para o público interno; ajudar na construção de um comportamento empresarial necessário; conhecer os sentimentos e opiniões das pessoas e criar embaixadores da empresa (ANGELONI, 2010).

Segundo Cardoso (2006), no âmbito interno das organizações empresariais, os tipos de relação com os empregados, os diferentes estilos administrativos, assim como as ações humanas, demandam novos rumos de gestão que superem os modelos lineares, verticais e impositivos e alcancem novas formas de ação administrativa que envolva e valorize o trabalho em equipe baseado na maior participação e autonomia dos envolvidos.

Outro conceito que deverá fazer parte é o treinamento nas empresas e a prática da educação contínua aos seus colaboradores, seja ela institucionalizada ou não, com o intuito de capacitá-las para o desenvolvimento de atividades específicas na organização em que atuam. Os objetivos do treinamento, nesse ponto de vista, são mais restritos e imediatistas, ou seja, visam preparar os funcionários para o exercício de uma função imediata, de forma rápida e eficiente e pode ser aplicado em diversos níveis ou setores, dentro da empresa (CHIAVENATO, 2003).

Para Borges Andrade (2002), o treinamento é uma atividade planejada que tem como principal objetivo possibilitar a aquisição de habilidades necessárias para o desenvolvimento de estratégias importantes no dia a dia de uma organização por parte do funcionário, ou seja, tal iniciativa visa aperfeiçoar conhecimentos dos trabalhadores tornando-os aptos a desenvolverem suas tarefas de forma satisfatória.

Segundo Almeida (2007) as finalidades de treinamento e desenvolvimento de pessoas nas organizações conquista um papel de preparação de indivíduos para o desempenho satisfatório de suas atribuições, especificamente no cargo que ocupam. Atualmente observa-se que no treinamento e no desenvolvimento uma forma



adequada para ampliação de capacidade que amplia a produtividade e a criatividade, como também, antagonista no atual mercado.

É evidente que os objetivos de treinamento abrangem muito mais que uma mera capacitação de modo superficial, pois é através desse processo de treino que as competências e habilidades prévias dos colaboradores são aprimoradas e novos conhecimentos são adquiridos, fazendo com que, dessa forma, a empresa consiga atingir as metas almejadas a partir da contribuição desses funcionários (CARVALHO, 1993).

Nesse contexto, este relatório tem por finalidade apresentar uma experiência profissional no estágio obrigatório, com o objetivo de descrever as atividades desempenhadas como atuante no setor de vendas, na empresa comercial São Luiz LTDA.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo do presente relatório é descrever uma primeira experiência profissional vivenciada no setor de vendas de uma empresa varejista de vestuário, calçados e acessórios na cidade de Alagoa Grande (PB).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Relatar as relações entre os setores da empresa na perspectiva da eficiência do setor de vendas;
- Expor os desafios do setor de vendas e do segmento varejista;
- Descrever a importância do treinamento e do trabalho em equipe;
- Sugerir possíveis melhorias para a empresa.

3. RELATO DE ESTÁGIO

As relações entres os setores da empresa têm ligação direta com as vendas, pois é necessário o bom funcionamento de todos esses setores para se obter um melhor desempenho, tanto no atendimento ao cliente quanto na realização das demais funções.

Os desafios do setor de vendas e do comércio varejistas são muitos, como por exemplo, a concorrência, o aumento no valor dos produtos, a situação econômica do país, o aumento e a diminuição das vendas de acordo com as festividades ocorridas durante o ano, a carga tributária elevada, a burocracia e a infraestrutura precária são obstáculos que dificultam o crescimento do setor, e além disso ter que lidar diretamente com pessoas, o que nem sempre é uma tarefa fácil, esse universo é complexo e repleto de muitos desafios diários.

O treinamento de equipe é indispensável quando se almeja bons resultados dos funcionários, pois os capacita a executar com excelência as suas funções e são as pessoas que fazem a teoria se tornar efetivamente em prática e, para conseguir isso, é imprescindível o treinamento e o desenvolvimento das pessoas (VOLPE, 2009). Já o trabalho em equipe, por sua vez, torna o ambiente de trabalho mais agradável, facilitando a realização das atividades, onde se trabalha satisfeito, melhora-se o desempenho, agrega-se mais valor, obtém-se melhores resultados e se promove maior progresso para a empresa, pois ao informar e integrar todos os colaboradores, divulgando aos colaboradores as transformações ocorridas tanto no ambiente de trabalho como no ambiente externo, facilita-se a comunicação empresarial deixando-a clara e objetiva para o público (ANGELONI, 2010).

A liderança tem a capacidade de motivar e aumentar o engajamento dos funcionários, decerto relevante e de fato necessário se o que se deseja alcançar seja a melhoria dos resultados já que no âmbito interno das organizações empresariais, os tipos de relação com os empregados, os diferentes estilos administrativos, assim como as ações humanas, demandam novos rumos de gestão (CARDOSO, 2006).

Além do treinamento e uma boa liderança, na venda de produtos, executar uma boa gestão de estoque realizando o controle dos produtos e a organização, permite menos despesas com perdas e maior facilidade para encontrar o que se procura no

estoque, pois a acumulação de estoques em níveis adequados é uma necessidade para o funcionamento normal do sistema produtivo (CHIAVENATO, 2014)

3.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

3.1.1 *Local do estágio e aspectos físicos da empresa.*

3.1.1.1 Razão Social: Comercial São Luiz LTDA

3.1.1.2 Nome Fantasia: São Luiz Moda Griffe

3.1.1.3 Localização: Rua Cônego Firmino Cavalcante, 866, Centro Alagoa Grande, PB. Cep: 58.388-000/ Brasil. Tel:(83)3273-2216.
<https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MjE1MjAyNzUxMTAwNjg3?igshid=Yzg5MTU1MDY=>

3.1.1.4 Área geográfica de atuação: A empresa tem sua origem no município de Alagoa Grande, no estado da Paraíba, onde está localizada sua sede, e tem como área geográfica de atuação a região imediata da cidade de Campina Grande-PB.

3.1.2 *Dados referentes ao estágio*

3.1.2.1 Área de atuação – Comercio Varejista

3.1.2.2 Departamento/ Setor – Vendas

3.1.2.3 Período – De 19/12/22 a 08/04/23

3.1.2.4 Carga horária – 25 horas semanais, total de 300 horas

3.1.2.5 Orientador – Prof. Me. José Augusto Lopes Viana

3.1.3 *Perfil da empresa*

A empresa São Luiz Moda Griffe (Figura 1), inscrita com o CNPJ 01.762.01B/0001-60, foi fundada em 14/04/1997 com razão social **Comercial São Luiz LTDA**. Ela está localizada na cidade de Alagoa Grande no estado da Paraíba. Sua atividade principal, conforme registrado na receita Federal, é a 47.81-400 - Comércio Varejista de artigos do vestuário e acessórios.

Figura 1 - Logomarca da empresa



Fonte: Arquivo pessoal (2023)

A situação cadastral atual da empresa é ativa, do tipo Sociedade Empresária Limitada. Ela se mostra como uma das maiores no segmento na cidade de Alagoa Grande-PB (Figura 2), com cerca de 10 colaboradores.

Figura 2 - Fachada da empresa



Fonte: Artigo pessoal (2023)

Em seu ambiente são oferecidos os seguintes produtos e serviços: comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios; comércio varejista de calçados; e comércio varejista de artigos de armarinho.

3.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

No estágio foram desenvolvidas atividades em mais de uma área da empresa, o que possibilitou o entendimento dos processos e como eles se relacionam até a oferta de produtos e serviços aos clientes. As atividades desenvolvidas no estágio foram:

- Vendas – com a abordagem de clientes para oferecimento de produtos e serviços;
- Atendimento ao cliente – com a finalidade de tirar dúvidas sobre os processos da empresa, assim como atividades de pós-venda;
- Organização do estoque – com o trabalho de organização dos itens oferecidos aos clientes de forma que se tenha o controle desses itens e agilidade no atendimento.

Setor de vendas (calçados) – Neste setor foi onde se obteve a maior experiência durante o estágio, tendo o primeiro contato com o cliente, e realizando não só a função da venda, mas também o atendimento ao cliente e o pós-venda.

Detalhadamente, essa função ocorreu desta forma:

- quando o cliente entrava na loja, ele(a) era abordado com cordialidade lhe desejando um bom dia, era então perguntado se poderia ajudar, estando a disposição para tirar qualquer dúvida. O cliente ficava à vontade para circular na loja até escolher o que gostaria de ver (isso ocorria em todas as vendas);
- quando o cliente escolhia o modelo, no caso dos calçados (a maioria dos calçados ficavam expostos na vitrine, e os demais em expositores), o cliente passava o tamanho e o estoque era verificado sobre a numeração e conferição do preço no sistema, caso não houvesse no calçado da vitrine;
- tendo a numeração, o calçado era levado para o cliente provar, caso não houvesse, era levado modelo similar ao que o cliente havia gostado. Era informado o preço do produto e o cliente decidiria se compraria ou não;

- o cliente desejando a compra, era perguntado se desejava ver mais alguma coisa, já que a loja oferecia roupas, bolsas e artigos de armarinho também. Caso o cliente não desejasse mais nada, ele era chamado a se dirigir a outra parte da loja, onde era feita a nota para pagamento, era perguntado então a forma de pagamento, a vista, cartão ou no crediário, que eram as formas que a loja oferecia;
- na nota eram colocadas as informações do produto, modelo, marca, referência, código, preço, forma de pagamento, desconto (caso fosse a vista eram 7%, uma vez no cartão 5%), valor total, fechamento da nota, nome do vendedor e do comprador;
- a nota era então entregue ao cliente e ele era direcionado ao caixa para finalizar a compra. Nesse momento, o produto era levado para o caixa, com a conferência da numeração, caso o produto fosse calçado. O produto era colocado em uma sacola e se esperava o cliente finalizar a compra no caixa;
- com a compra finalizada, era entregue o produto ao cliente e informado sobre os 3 dias para efetivar a troca e os 3 meses de garantia, agradecia-se pela compra, desejava-se um bom dia ou bom fim de semana.

Depois disso, poderia ocorrer o pós-venda, que seria a troca do produto, seja por defeito ou por que o cliente não gostou do produto quando chegou em casa. Se estivesse dentro do prazo dos 3 dias era realizada a troca, passado esse prazo, a situação era repassada para o proprietário que tomaria a decisão final. No caso de defeito, o produto era levado para o conserto, caso não houvesse como consertar, o cliente escolheria outro produto ou até mesmo a devolução do dinheiro.

Setor de vendas (vestuário) – Na parte do vestuário, a forma de atendimento era a mesma relatada na de calçados, a diferença era o local (era como se fossem duas lojas, uma com os calçados e artigos de armarinho e a outra com vestuário, o que ligava uma loja a outra era uma passagem no meio da loja). As roupas ficavam dobradas em saquinhos transparentes de forma específica que desse para ver a etiqueta e eram empilhadas de forma que desse para puxar sem desorganizar os produtos. Essas roupas eram colocadas em um planejado na parede que continha

divisões, e eram organizados por gênero, tamanho e referência (tinham peças expostas, mas a maioria ficava nesse planejado).

A venda acontecia da seguinte forma:

- na parte das roupas continha balcões e os planejados, quando o cliente desejava ver roupas ele se direcionava para essa parte da loja, e perguntava se tinha determinada peça, era desejado um bom dia e o atendimento era realizado;
- como exemplo, se o cliente queria ver camisa masculina polo sallo, tamanho M, a vendedora ia até a parte do planejado que estava esse modelo e pegava as peças, retirava dos saquinhos de acordo com a cor que o cliente desejava ver, e o preço que estava disposto a pagar, e as colocava em cima do balcão (todas as peças continham o preço), onde ele escolhia e levava para o provador;
- o cliente desejando realizar a compra, era feita a nota, ela era passada para o cliente, que levava para o caixa, enquanto isso, as peças escolhidas eram dobradas e colocadas na sacola, era esperado o cliente finalizar a compra para lhe entregar o produto;
- com a compra finalizada, a sacola era entregue e eram passadas as informações de troca. A compra era agradecida e desejado ao cliente um ótimo dia (esse processo de venda era realizado para todos os produtos oferecidos na loja).

Setor de estoque – Neste setor foi desenvolvida a função de organização dos modelos pela marca e gênero (feminino, masculino e infantil). As caixas eram sempre empilhadas do final para o começo da prateleira para que sobrasse espaço no começo para novos modelos de calçados. Também era colado o código e a referência em cada caixa, de acordo com a marca e o modelo do produto, para que pudesse ser verificado o preço no sistema.

Para verificação do preço no sistema era feito da seguinte maneira:

- com o sistema já aberto clicava-se nas teclas F8 e F2;
- adicionava-se a referência e o código, pressionava-se a tecla *enter* e automaticamente aparecia o modelo e o preço.

Todas as atividades desenvolvidas ensinaram algo que foram internalizados como aprendizado. Além das atividades relatadas, foram executadas outras, como colocar etiqueta, colocar etiqueta de promoção, limpar balcões, limpar e colocar sandálias em expositor, dobrar roupas, colocá-las em saquinhos e empilhar no planejado.

Com as experiências vivenciadas na empresa, pode-se destacar vários aspectos positivos do empreendimento comercial, como uma grande variedade de marcas de calçados, tanto feminino quanto masculino, muitas marcas de roupas, com modelos sendo atualizados constantemente e várias formas de pagamento, principalmente o crediário, onde se pode parcelar em muitas vezes e efetuar o pagamento da primeira parcela no mês seguinte.

Contudo, alguns aspectos negativos também foram observados, como falta de oferta de treinamento para realização das atividades, já que o treinamento visa aperfeiçoar os conhecimentos dos trabalhadores tornando-os aptos a desenvolverem suas tarefas de forma satisfatória (BORGES ANDRADE, 2002). Ausência de um líder para conduzir e motivar a equipe, haja vista que a liderança é fundamental, pois a figura do líder torna-se um elemento chave na condução das equipes (VIEIRA, 2018), o que se refletia na ausência de espírito de equipe entre os colaboradores, visto que a comunicação tem como papel promover o máximo de interação entre a empresa e seus empregados com o objetivo de informar e integrar todos os colaboradores (ANGELONI, 2010). Alguns aspectos na oferta dos produtos também poderiam ser melhorados, como a etiquetagem de todos os calçados expostos na vitrine.

4. CONCLUSÃO

Na faculdade, existem disciplinas que ensinam na teoria como executar as atividades da melhor maneira no ambiente empresarial, mas não se tem a percepção real de como isso ocorre de verdade no dia a dia e se de fato é aplicado nas empresas. Por isso, o estágio foi essencial para que se pudesse entender melhor e aperfeiçoar os entendimentos como profissional de Gestão Comercial, atuando como parte da empresa no setor de vendas.

Foram aprendidas muitas coisas durante o estágio, inclusive que trabalhar no comércio varejista, especificamente no setor de vendas, não é uma tarefa muito fácil, é necessária muita paciência, pois muitas vezes pela correria do dia a dia e uma grande demanda de clientes, exige-se que se saiba lidar com situações inesperadas e a trabalhar sob pressão.

Percebeu-se que muitas coisas que foram ensinadas no curso de Gestão Comercial como algo indispensável para se ter um ambiente de trabalho harmonioso e para aumentar o progresso empresarial, não eram totalmente realizadas na empresa.

As possíveis melhorias que a empresa poderia adotar para aumentar ainda mais as vendas da empresa seriam: treinamento de equipe em prol de melhorar o desempenho dos funcionários em suas atividades; dar ênfase na liderança para motivar e liderar os funcionários; etiquetagem de todos os calçados para facilitar o processo de vendas. Dessa maneira, a empresa se destacaria muito mais, não apenas pela variedade de produto e formas de pagamento, mas pelo atendimento em diferencial, consequência de um ambiente de trabalho harmonioso onde todos os funcionários realizariam suas funções com excelência e que consequentemente causaria um aumento nas vendas.

Pode-se concluir, então, que o estágio foi uma boa oportunidade para analisar e aperfeiçoar a formação acadêmica. Além de possibilitar uma primeira experiência profissional, pôde ser vivenciado o dia a dia do comércio varejista nos diversos âmbitos, e adquirir uma preparação para o futuro mercado de trabalho. Por fim, pode-se afirmar que o estágio contribuiu significativamente para o desenvolvimento profissional na área da Gestão Comercial.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. A. **Percepção de Gestores e técnicos sobre o processo de Gestão por competências em organizações no Brasil**. 140 f. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília - DF.
- ANGELONI, M. T. **Comunicação nas organizações da era do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2010.
- BORGES ANDRADE, J. E. Desenvolvimento de Medidas em Avaliação de Desempenho. **Estudos de Psicologia**, n. 7, p. 31-43. 2002.
- BRANDALISE, S. P. P. **O comportamento dos indicadores econômico-financeiros de três empresas varejistas da B3 e suas influências na variação dos preços de suas ações**. 2019. 56 f. Trabalhos de Conclusão de Curso - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS.
- CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **RAP**, v. 40, n. 6, p. 1123-44, nov./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/10.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- CARVALHO, A. V. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1993.
- CASTRO, L.T.; NEVES, M.F. **O Processo de Vendas**, in: Administração de vendas: São Paulo: Atlas, 2006.
- CHIAVENATO, I. **Administração de produção**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico: Vendas do comércio varejista crescem 1,4% em 2021**. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2022/02/4983874-ibge-vendas-do-comercio-varejista-crescem-14-em-2021.html>>. Acesso em 17 mai. 2022.
- VIEIRA, R. A. **Papel do líder e do comprometimento no desempenho e aprendizagem de equipes**. 2018. 121 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do trabalho e das Organizações) – Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília - DF.
- VOLPE, R. A. **A importância do treinamento para o desenvolvimento do trabalho**. 2009. Disponível em: <<https://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0136.pdf>>. Acesso em 21 jun. 2023.