

**INSTITUTO
FEDERAL**

Paraíba

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

CAMPUS GUARABIRA

CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

LUCAS XAVIER DIAS

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDAS
NA EMPRESA JOÃO ANSELMO NETO**

GUARABIRA/PB
2025

LUCAS XAVIER DIAS

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDAS
NA EMPRESA JOÃO ANSELMO NETO**

Relatório técnico-científico apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus Guarabira, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

**GUARABIRA/PB
2025**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

D541r

Dias, Lucas Xavier

Relatório de atividades de estágio desenvolvidas na empresa João Anselmo Neto / Lucas Xavier Dias.- Guarabira, 2025.
28f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2025.

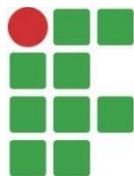
"Orientação: Profa. Ma. Marusa Hitaly da Silva Cunha."

Referências.

1. Atendimento ao cliente. 2. Gestão comercial. 3. Software de vendas.
4. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658.56(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB 000676



**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 II**

Na condição de orientadora do aluno **Lucas Xavier Dias** - matrícula 202223800047, declaro para os fins que se fizerem necessários que avaliei o Relatório de Estágio II intitulado “**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDAS NA EMPRESA JOÃO ANSELMO NETO**”, e que o Relatório foi aprovado com a seguinte nota: 100 (cem).

Guarabira (PB), 21 de Agosto de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **MARUSA HITALY DA SILVA CUNHA**
Data: 21/08/2025 12:08:13-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profª. Marusa Hitaly da Silva Cunha
Matrícula SIAPE 1688132

TERMO DE APROVAÇÃO

Aluno: Lucas Xavier Dias

Curso: Gestão Comercial

Período/Ano: 2025/1

Tipo de Documento: Relatório técnico-científico

Modalidade: Estágio

Título: Relatório de Atividades de Estágio Desenvolvidas na Empresa João Anselmo Neto

PARECER

O Relatório de Atividades de Estágio II foi submetido para análise e aprovado em 21/08/2025.

Documento assinado digitalmente
 **MARUSA HITALY DA SILVA CUNHA**
Data: 21/08/2025 12:01:27-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Marusa Hitaly da Silva Cunha

Professor Orientador

Documento assinado digitalmente
 **MARUSA HITALY DA SILVA CUNHA**
Data: 21/08/2025 12:02:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Marusa Hitaly da Silva Cunha

Coordenadora de Estágio


João Anselmo Neto
Supervisor de Estágio

AGRADECIMENTOS

Gratidão a Deus por ter me capacitado para a conclusão do estágio. Aos meus pais por todo o apoio ao longo de mais uma etapa. Aos professores pelos ensinamentos e também aos amigos pelo apoio.

RESUMO

O presente relatório tem como objetivo apresentar as atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado realizado na empresa João Anselmo Neto, no período de 14 de novembro de 2024 a 14 de fevereiro de 2025. A prática profissional foi conduzida no setor de vendas, abrangendo funções relacionadas ao atendimento ao cliente, emissão e venda de passagens, comercialização antecipada e organização de encomendas. O estágio permitiu a aplicação dos conhecimentos adquiridos nas disciplinas do curso de Gestão Comercial, como Marketing, Logística e Sistemas de Informação. O referencial teórico foi construído com base em autores renomados como Kotler (2000, 2005, 2012), Chiavenato (2014), Laudon (2011), Ballou (2006), entre outros, e abordou temas como atendimento ao cliente, software de vendas e gestão de encomendas. A caracterização da organização revelou tratar-se de uma empresa de pequeno porte, com atuação terceirizada na venda de passagens intermunicipais e interestaduais, localizada no Terminal Rodoviário de Guarabira/PB. As atividades desenvolvidas permitiram compreender a importância do atendimento humanizado, da tecnologia na operação comercial e da organização logística como pilares do bom desempenho empresarial. A vivência prática proporcionou experiências significativas, contribuindo para o aprimoramento das habilidades técnicas, interpessoais e operacionais do estagiário, além de permitir uma reflexão crítica sobre os desafios e aprendizados enfrentados no ambiente real de trabalho. Por fim, as considerações finais evidenciam a relevância do estágio supervisionado como elo entre a formação acadêmica e a inserção no mercado profissional, favorecendo o desenvolvimento de competências fundamentais para a atuação na área de Gestão Comercial.

Palavras-chave: Estágio supervisionado; Atendimento ao cliente; Software de vendas; Logística; Gestão Comercial.

ABSTRACT

This report aims to present the activities developed during the supervised internship carried out at the company João Anselmo Neto, from November 14, 2024, to February 14, 2025. The professional practice took place in the sales department, covering tasks related to customer service, ticket issuance and sales, advance sales, and parcel management. The internship enabled the practical application of knowledge acquired in the Commercial Management course, including subjects such as Marketing, Logistics, and Information Systems. The theoretical framework was based on renowned authors such as Kotler (2000, 2005, 2012), Chiavenato (2014), Laudon (2011), Ballou (2006), addressing topics such as customer service, sales software, and parcel management. The organizational profile revealed a small-sized business operating under third-party agreements for intercity and interstate bus ticket sales, located at the Guarabira/PB State Bus Terminal. The activities carried out made it possible to understand the importance of humanized service, the role of technology in commercial operations, and logistical organization as key elements of business performance. The practical experience provided meaningful learning, contributing to the development of technical, interpersonal, and operational skills, and enabled a critical reflection on the challenges and insights gained in a real work environment. Finally, the concluding remarks highlight the relevance of the supervised internship as a bridge between academic education and professional insertion, fostering essential skills for working in the field of Commercial Management.

Key-words: Supervised internship; Customer service; Sales software; Logistics; Commercial Management.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Imagem do guichê de vendas da empresa.....	17
Figura 2 - Fluxograma Auxiliar no Atendimento ao cliente.....	20
Figura 3 - Imagem do sistema Buson PVD da empresa.....	22
Figura 4 - Imagem do sistema SmartBus da empresa	22
Figura 5 - Fluxograma Emissão e Venda de Passagens	23
Figura 6 - Fluxograma Acompanhar a realização de encomendas.....	25
Figura 7 - Imagem da área de encomendas da empresa	26

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados sobre o estágio	11
Quadro 2 – Dados da empresa	16

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL.....	11
1.2	OBJETIVOS	11
1.3	JUSTIFICATIVA.....	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1.	ATENDIMENTO AO CLIENTE.....	13
2.2.	SOFTWARE DE VENDAS	13
2.3.	GESTÃO DE ENCOMENDAS	14
3	CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	16
3.1	DADOS GERAIS	16
3.2	EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO	16
3.3	IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	17
4	RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	19
4.1	ATIVIDADE 1 – AUXILIAR NO ATENDIMENTO AO CLIENTE	19
4.2	ATIVIDADE 2– ACOMPANHAR A EMISSÃO E VENDA DE PASSAGENS ...	21
4.3	ATIVIDADE 3 – ACOMPANHAR A REALIZAÇÃO DE ENCOMENDAS.....	23
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
6	REFERÊNCIAS.....	28

1 INTRODUÇÃO

De acordo com a Lei do Estágio - Lei nº 11.788, de 25 de Setembro de 2008, o estágio

é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos.

O presente relatório tem a finalidade de apresentar as atividades desenvolvidas no período de 14/11/2024 a 14/02/2025 na empresa João Anselmo Neto, mais especificamente no setor de comércio.

As atividades desenvolvidas durante o programa de estágio foram: auxiliar no atendimento ao cliente, acompanhar a emissão de passagens e acompanhar a realização de encomendas. Essas atividades foram desenvolvidas tendo como base as disciplinas técnicas ofertadas durante os três anos de curso. Tais disciplinas são: Fundamentos da Administração, Gestão da Qualidade, Gestão de Pessoas, Gestão de Marketing, Comportamento Organizacional, Técnicas de Vendas e Negociação, Legislação Trabalhista, Tributária e Empresarial, Estratégia Empresarial, e Matemática Comercial e Financeira.

Durante meu período de estágio, atuei no setor de vendas, no horário das 07:00 às 12:00, de segunda a sexta-feira. Meu supervisor foi o proprietário João Anselmo Neto, que também foi responsável pelo meu treinamento.

No início do estágio, recebi instruções diretamente do supervisor sobre como auxiliar no atendimento ao cliente e acompanhar a emissão de passagens. Esse treinamento foi fundamental para que eu pudesse desempenhar minhas funções com segurança e eficiência.

Desde o primeiro dia, fui muito bem recepcionado pelo proprietário da empresa, que se mostrou disposto a compartilhar conhecimentos. O ambiente de trabalho foi bastante colaborativo, o que contribuiu significativamente para minha adaptação e aprendizado.

Este relatório apresenta, inicialmente, os dados gerais que caracterizam a empresa e um breve histórico da sua atuação no mercado. Em seguida, o trabalho traz a descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio. E, por fim, as principais conclusões acerca da experiência vivida pelo aluno na prática profissional de estágio.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL

Quadro 1 – Dados sobre o estágio

Área de atuação	Finanças, gestão de pessoas, logística
Local de estágio	Empresa João Anselmo Neto
Departamento/Setor	Vendas
Período	De 14/11/2024 a 14/02/2025
Carga horária semanal e total	25 horas

Fonte: Autoria própria (2025)

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Descrever as atividades realizadas durante o estágio supervisionado na empresa João Anselmo Neto, evidenciando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso de Gestão Comercial.

1.2.2 Objetivos específicos

Relatar as atividades desenvolvidas no setor de atendimento ao cliente.

Relatar as atividades desenvolvidas na Emissão e Venda de Passagens.

Relatar as atividades desenvolvidas na realização de encomendas.

1.3 JUSTIFICATIVA

O estágio supervisionado representa uma etapa essencial na formação acadêmica, pois proporciona ao estudante a oportunidade de aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso. No caso específico da graduação em Gestão Comercial, a vivência na empresa João Anselmo Neto contribuiu significativamente para o desenvolvimento de competências voltadas ao ambiente corporativo, com foco em habilidades práticas valorizadas pelo mercado de trabalho.

Durante o estágio, atividades como o atendimento ao cliente, a emissão e a venda antecipada de passagens, além do acompanhamento de encomendas, possibilitaram ao estagiário compreender com mais profundidade os processos comerciais de uma empresa de transporte rodoviário. Essa experiência, além de favorecer a assimilação da rotina operacional do setor, também aprimorou competências interpessoais, como a comunicação, a escuta ativa e a resolução de conflitos, consolidando assim a formação profissional em um contexto real.

No setor de transporte rodoviário, é importante destacar que a venda de passagens interestaduais e internacionais é regulamentada pela Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). A Resolução nº 4.282/2014 estabelece que essa comercialização deve ser realizada por transportadoras ou agentes autorizados, podendo ocorrer de forma presencial ou eletrônica. Esse marco regulatório assegura a organização e a segurança na prestação do serviço ao consumidor.

Complementando esse cenário, o Decreto nº 2.521/1998 define as normas para a exploração dos serviços de transporte rodoviário de passageiros, estabelecendo critérios operacionais e regras para a emissão de bilhetes. Dessa forma, o comércio no setor de transporte rodoviário exige não apenas conhecimento técnico-operacional, mas também compreensão legal e regulatória para garantir o cumprimento das exigências do mercado e dos órgãos fiscalizadores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. ATENDIMENTO AO CLIENTE

O atendimento ao cliente tem sido apontado por diversos estudiosos como um dos principais diferenciais competitivos das organizações na atualidade. De acordo com Kotler e Keller (2012), os consumidores atribuem valor não apenas ao produto ou serviço em si, mas à experiência como um todo — da aquisição ao pós-venda. O atendimento eficaz, nesse sentido, vai além da resolução de problemas: trata-se de criar vínculos e gerar valor percebido ao cliente. Essa percepção é construída por meio da empatia, da comunicação clara e da capacidade de antecipar e suprir necessidades, mesmo não expressas diretamente pelo consumidor.

Kotler (2000) já enfatizava que os consumidores baseiam suas decisões de compra em expectativas de valor, as quais são influenciadas por experiências anteriores, indicações e promessas feitas pelas marcas. Quando essas expectativas são atendidas ou superadas, ocorre a fidelização — e, em casos de excelência no atendimento, o cliente torna-se promotor espontâneo da marca.

Chiavenato (2014), por sua vez, aborda o atendimento ao cliente sob a perspectiva da gestão de pessoas. O autor argumenta que a eficiência no atendimento está diretamente relacionada à motivação e ao preparo dos colaboradores. Ele destaca que organizações que investem na capacitação da equipe e em ambientes de trabalho positivos colhem resultados na forma de maior produtividade e relações mais saudáveis com o público externo.

Com a intensificação da concorrência e a transformação digital, o cliente tornou-se mais exigente, informado e sensível à qualidade do relacionamento com as marcas. Nesse cenário, como afirmam Kotler e Keller (2012), a excelência no atendimento é condição essencial para a sobrevivência empresarial um investimento contínuo e estratégico que determina a sustentabilidade da organização no mercado.

2.2. SOFTWARE DE VENDAS

A utilização de softwares de vendas representa uma das principais transformações tecnológicas ocorridas no ambiente corporativo nas últimas décadas. Esses sistemas automatizam tarefas operacionais como cadastro de clientes, emissão de passagens, registro de encomendas, controle de estoque e relatórios gerenciais. Para Laudon e Laudon (2011), os sistemas de informação gerenciais são ferramentas estratégicas que auxiliam na eficiência das decisões empresariais, permitindo respostas rápidas às mudanças do mercado e às demandas dos consumidores.

No contexto do estágio realizado, foram utilizados os sistemas Buson (PVD) Ponto de venda e SmartBus, ambos voltados ao setor de transporte rodoviário. O primeiro permitia a emissão de passagens para diferentes destinos, com conferência de dados do passageiro, formas de pagamento e controle de assentos. Já o segundo era específico para vendas da empresa Guanabara, e exigia conexão com servidores para liberar os bilhetes. As plataformas, embora eficientes, apresentavam desafios técnicos, como travamentos e problemas em pagamentos via Pix ou cartão situações que exigiam do estagiário proatividade para registrar e relatar ocorrências, além de buscar soluções junto à equipe.

Beluzi e Andrade (2025) destacam que a digitalização dos processos de vendas tem contribuído significativamente para a melhoria do relacionamento com o cliente, promovendo uma experiência mais fluida e confiável. As empresas que adotam sistemas integrados e automatizados conseguem atender com mais agilidade, reduzir erros e oferecer canais diversificados de atendimento. Além disso, essas ferramentas geram dados importantes sobre o comportamento dos consumidores, auxiliando na construção de estratégias mais eficazes de marketing e fidelização.

A vivência com os softwares de vendas no estágio proporcionou um aprendizado técnico valioso, demonstrando como a tecnologia pode otimizar a rotina comercial. Contudo, também revelou a importância do conhecimento humano para lidar com imprevistos e garantir que, mesmo diante de falhas no sistema, o cliente não seja prejudicado. A integração entre tecnologia e capacitação profissional mostrou-se essencial para a eficiência dos processos.

2.3. GESTÃO DE ENCOMENDAS

A gestão de encomendas é um processo que envolve organização, controle e rastreabilidade no envio de mercadorias, sendo essencial para garantir a eficiência da logística e a satisfação do cliente. Segundo Ballou (2006), a logística empresarial moderna exige precisão em todas as etapas da movimentação de produtos, o que inclui desde a coleta das informações básicas até a entrega ao destinatário. Esse processo deve ser conduzido com responsabilidade e transparência, pois envolve bens pessoais e expectativas de prazo.

Durante o estágio na empresa João Anselmo Neto, foi possível atuar diretamente nesse processo, desde o recebimento das encomendas, o registro no sistema Buson (PVD) ponto de venda, a cobrança conforme o destino e a entrega ao agente responsável pelo transporte. As informações necessárias, como nome, documento de identidade e telefone do remetente e destinatário, eram obrigatórias e deveriam ser cuidadosamente registradas para evitar falhas. O não cumprimento desses detalhes poderia gerar atrasos, perdas ou prejuízos para o cliente.

De acordo com Bowersox e Closs (2001), o gerenciamento eficiente das encomendas é decisivo para a reputação da empresa, especialmente em tempos de alta concorrência. Com o crescimento do comércio eletrônico e a exigência por entregas rápidas e seguras, empresas de transporte precisam investir não apenas em tecnologia, mas em procedimentos padronizados que garantam a rastreabilidade das entregas e a confiança do consumidor.

No estágio, também ficou evidente que, além da organização, a comunicação com o cliente é vital para o sucesso da gestão de encomendas. Esclarecer prazos, horários e formas de envio ajuda a alinhar expectativas e prevenir insatisfações. O conhecimento de leis e normas do setor como as regulamentações da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) também é importante, pois define os limites operacionais e jurídicos da atividade.

Portanto, a experiência no setor de encomendas contribuiu significativamente para o desenvolvimento de habilidades como responsabilidade, atenção aos detalhes, organização e clareza na comunicação — competências fundamentais no exercício da profissão de gestor comercial.

3 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

3.1 DADOS GERAIS

Quadro 2 – Dados da empresa

Razão social	JOÃO ANSELMO NETO
Nome fantasia	JOÃO ANSELMO NETO
Endereço	TERMINAL RODOVIARIO S/N GUARABIRA
Área geográfica de atuação	PARAÍBA
Produtos e serviços oferecidos	EMIÇÃO DE PASSAGENS RODOVIÁRIAS
Quantidade de colaboradores	1 COLABORADOR E 1 ESTAGIÁRIO

Fonte Autoria própria (2025)

3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO

A empresa João Anselmo Neto iniciou suas atividades em 2018, atuando no setor de serviços de transporte. Trata-se de uma empresa privada, que atualmente conta com 1 funcionário e 1 estagiário.

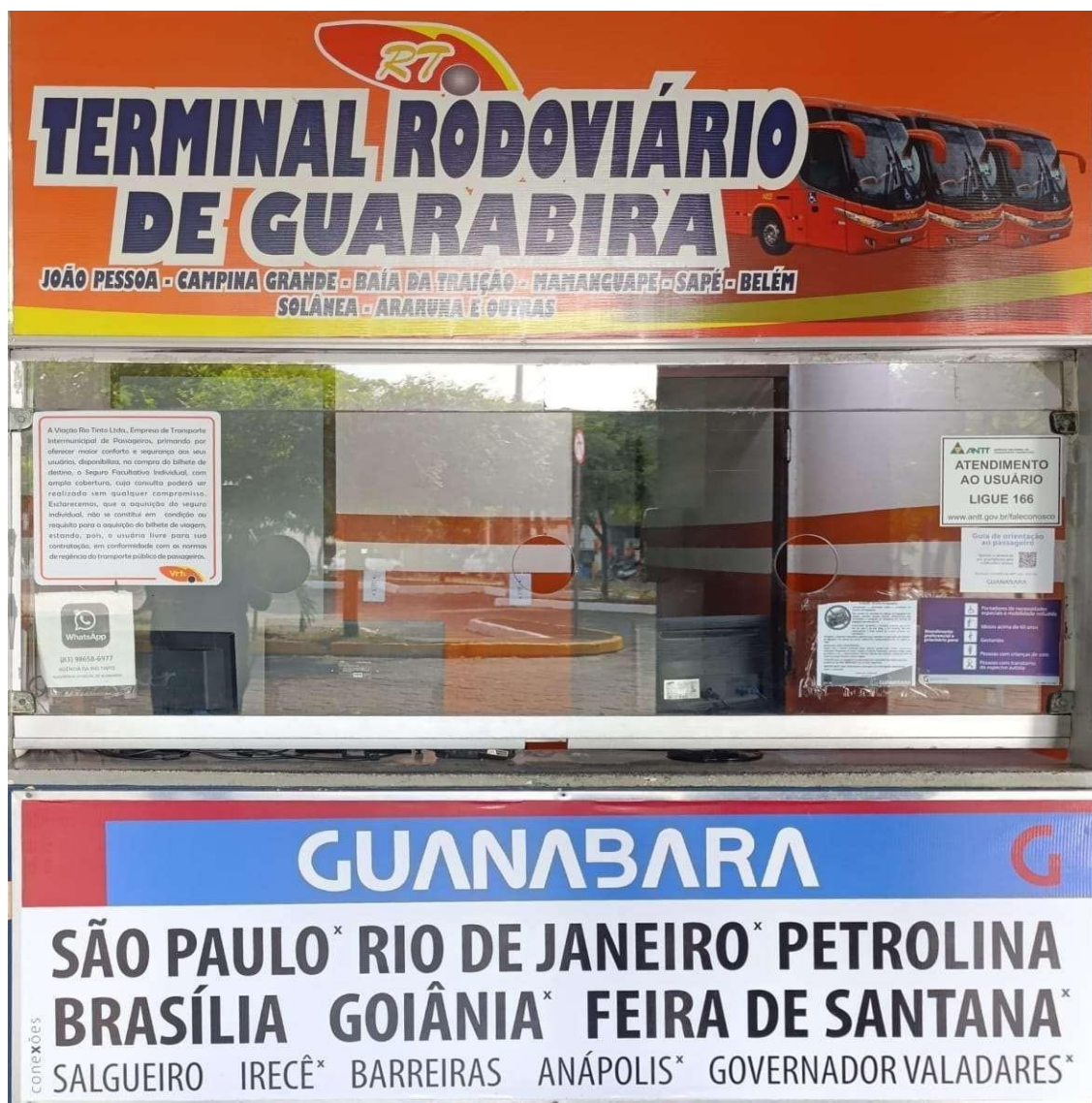
Sua sede de atendimento está localizada no guichê do Terminal Rodoviário Estadual de Guarabira, no estado da Paraíba (PB). Este guichê já passou por diversos proprietários desde a inauguração do terminal, ocorrida em 26 de janeiro de 1986. A localização estratégica no terminal facilita o acesso dos clientes aos serviços de transporte oferecidos pela empresa.

A empresa João Anselmo Neto enfrenta a concorrência dos guichês que prestam serviços para empresas São José Linhas Intermunicipais, que atua no transporte entre cidades da região, e a Itapemirim, especializada em linhas interestaduais.

A empresa presta serviços terceirizados no setor de transporte, colaborando com reconhecidas empresas de ônibus como a Viação Rio Tinto linhas intermunicipais e a Viação Guanabara linhas Interestaduais.

A empresa opera suas vendas de forma presencial no guichê do terminal rodoviário da cidade de Guarabira-PB, e também no aplicativo Buson Passagens, é ativa também em aplicativos de troca de mensagens, para facilitar o relacionamento com os clientes, de modo mais acessível e personalizado para garantir o maior número de vendas.

Figura 1: Imagem do guichê de vendas da empresa.



Fonte: Autoria própria (2025)

3.3 IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A identidade organizacional refere-se à maneira como a empresa se apresenta a ela mesma e aos seus diversos stakeholders e ao modo como ela se distingue das outras companhias, tornando-se única dentro do ambiente empresarial.

A empresa João Anselmo Neto presta serviços de atendimento ao cliente não só nas vendas, mas também orientando sobre o percurso da viagem, horário de saída e chegada no destino final e resolvendo problemas, tal como nos casos de bagagem extraviada ou objeto esquecido no ônibus, por meio do suporte para o cliente.

O organograma é uma representação visual da estrutura organizacional de uma empresa ou instituição, mostrando a hierarquia e as relações entre diferentes cargos e departamentos. Ele facilita a compreensão de como a organização está estruturada e quem é responsável por cada área (CHIAVENATO, 2014). Assim, pode-se compreender que o organograma da empresa João Anselmo Neto se trata de uma estrutura hierárquica enxuta, com cargos bem definidos a saber:

- CEO: é o proprietário da empresa e também foi o supervisor de estágio. Ele é responsável por gerenciar o estabelecimento, fazer visita semanalmente para verificar o andamento dos trabalhos realizados pelo agente de viagem e do estagiário.
- Agente de viagens: responsável pelo atendimento ao cliente, emissão de passagens e venda de encomendas destinadas aos destinatários. Requisitos: ensino médio completo e conhecimentos básicos em informática. Atua na empresa há 3 anos.
- Como estagiário atuei auxiliando nas funções de Auxiliar no Atendimento ao Cliente, acompanhar a Emissão e Venda de Passagens, Auxiliar na Venda de Passagens Antecipadamente e Acompanhar a realização de encomendas.

4 RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Durante o período de estágio na empresa João Anselmo Neto, recebi instruções diretamente do supervisor sobre como auxiliar no atendimento ao cliente, em como acompanhar a emissão de passagens, em como auxiliar no processo de venda de passagens antecipadamente e na realização de encomendas. O treinamento foi fundamental para que eu pudesse desempenhar minhas funções com segurança e eficiência.

Diversas atividades foram desempenhadas com o objetivo de desenvolver habilidades comerciais e operacionais essenciais para a formação acadêmica e profissional. As principais atividades realizadas foram:

4.1 ATIVIDADE 1 – Auxiliar no Atendimento ao Cliente

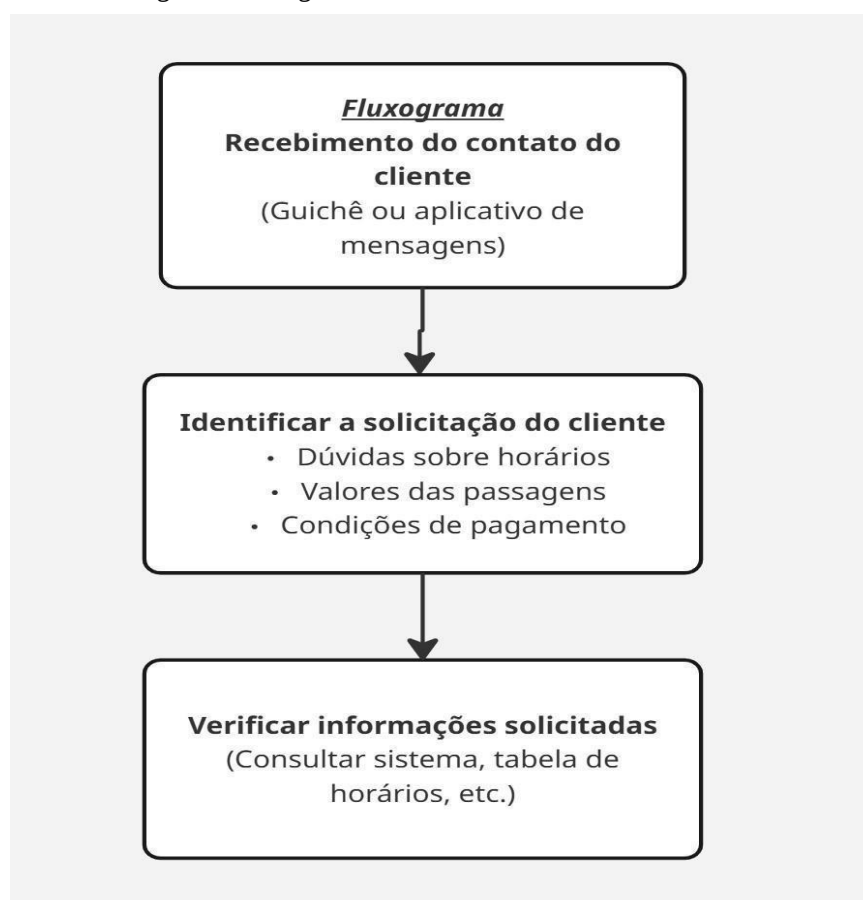
O atendimento ao cliente foi uma das principais atividades que desempenhei durante o estágio. Essa função envolveu a interação direta com os consumidores para esclarecer dúvidas sobre os serviços oferecidos, fornecer informações sobre os horários dos ônibus, valores das passagens e condições de pagamento. Realizei esse atendimento tanto de forma presencial, no guichê, quanto por meio de aplicativos de mensagens, garantindo maior acessibilidade e agilidade na comunicação. Moreira (2021) afirma que investir no treinamento dos funcionários melhora o nível de capacidade, o desempenho e a produtividade dos mesmos, isto elevará a qualidade do atendimento, e poderá aumentar as vendas da empresa.

Essa vivência prática me permitiu compreender, na realidade do dia a dia, como o atendimento ao cliente é um fator determinante para o sucesso de uma empresa. Para se destacar em mercados cada vez mais competitivos, conquistar e manter a lealdade dos clientes tornou-se uma missão que exige planejamento estratégico e atenção constante. Em meio à ampla concorrência presente em praticamente todos os segmentos da economia, os consumidores contam com múltiplas alternativas, o que os leva a valorizar marcas que lhes entregam mais do que apenas produtos: eles buscam experiências significativas. Nesse sentido, Kotler (2000, p. 56) destaca que os consumidores criam uma expectativa de valor e baseiam suas decisões de compra nela. A repetição da compra e a satisfação do cliente dependerão de o produto ou serviço conseguir, de fato, corresponder a essa expectativa. Importante ressaltar que o valor percebido pelo cliente vai além do preço — ele está ligado aos benefícios e à experiência obtida com a marca.

Complementando essa perspectiva, Kotler (2005, p. 159) afirma que o marketing vai muito além de estratégias para vender o que se produz — trata-se da habilidade de gerar valor real para o cliente. Ele ressalta que "o marketing é a arte de ajudar seus clientes a ficar numa

situação melhor", e enfatiza que os pilares dessa prática são qualidade, serviço e valor. Com a globalização dos mercados e a intensificação da concorrência, a oferta de produtos e serviços similares se tornou ainda mais presente. Ao mesmo tempo, o avanço das tecnologias de comunicação e informação contribuiu para a formação de consumidores mais exigentes e bem informados. Nesse novo cenário, oferecer qualidade e bons preços não é mais um diferencial competitivo, mas uma exigência básica.

Figura 2: Fluxograma Auxiliar no Atendimento ao cliente



Fonte: Autoria própria (2025)

4.2 ATIVIDADE 2 – Acompanhar a Emissão e Venda de Passagens

Outra atividade fundamental que executei foi a emissão e venda de passagens. Para isso, utilizei sistemas Buson PVD e SmartBus para o registro e controle das vendas, garantindo a correta alocação de assentos e a conferência de informações importantes, como datas e destinos. Essa atividade permitiu que eu desenvolvesse habilidades técnicas no manuseio de software de vendas, além de aprimorar minha agilidade no atendimento.

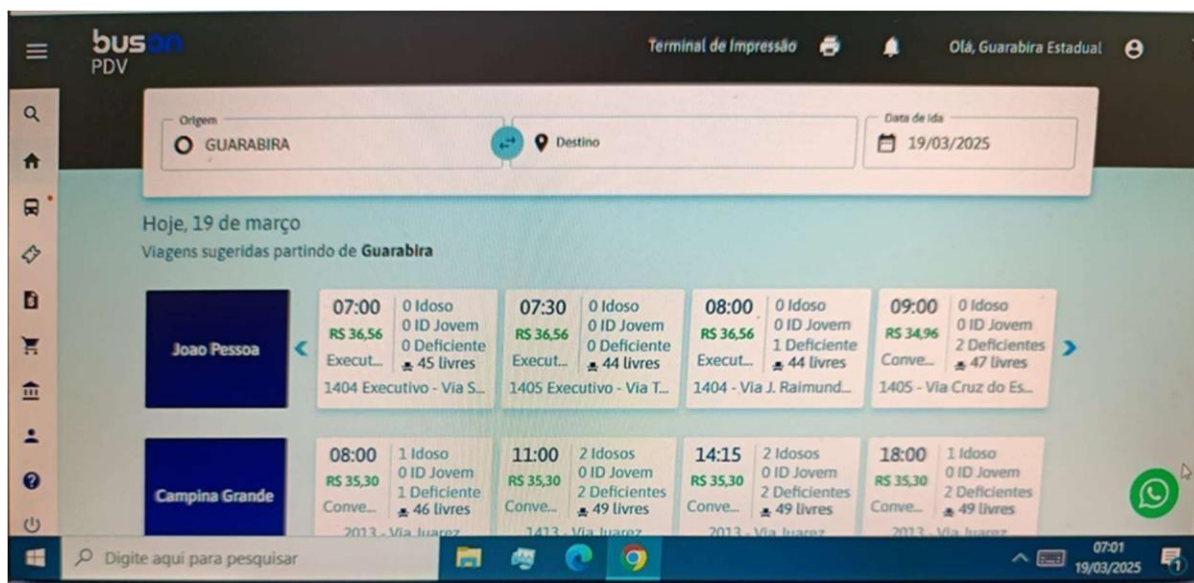
A aplicação de sistemas tecnológicos no atendimento ao cliente tornou-se uma estratégia indispensável para empresas que desejam oferecer um serviço ágil, eficiente e personalizado. O uso de soluções baseadas em inteligência artificial, como chatbots e assistentes virtuais, permite atender um grande volume de solicitações simultaneamente, reduzindo o tempo de espera e otimizando os recursos humanos. Essas ferramentas tornam o processo de atendimento mais dinâmico e acessível, proporcionando ao cliente uma experiência mais fluida e satisfatória, o que contribui para a construção de uma imagem positiva da marca.

Além da agilidade operacional, os sistemas também auxiliam na coleta e análise de dados, permitindo que as empresas compreendam melhor o comportamento dos consumidores e personalizem seus serviços. De acordo com Beluzi e Andrade (2025), o uso de tecnologias baseadas em *machine learning* tem potencial para transformar o relacionamento com o cliente, promovendo interações mais assertivas e eficazes. Essa inovação não apenas fortalece o vínculo entre empresa e consumidor, mas também representa um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais exigente e digitalizado.

Dificuldade no sistema Buson (PVD): em alguns casos, ao realizar o pagamento por cartão ou Pix, o valor é debitado da conta do cliente, mas a passagem não é emitida. Quando isso ocorre, emitimos uma passagem de gratuidade, tiramos foto do comprovante de pagamento do cliente e da gratuidade emitida, e enviamos as imagens no grupo da empresa para registro.

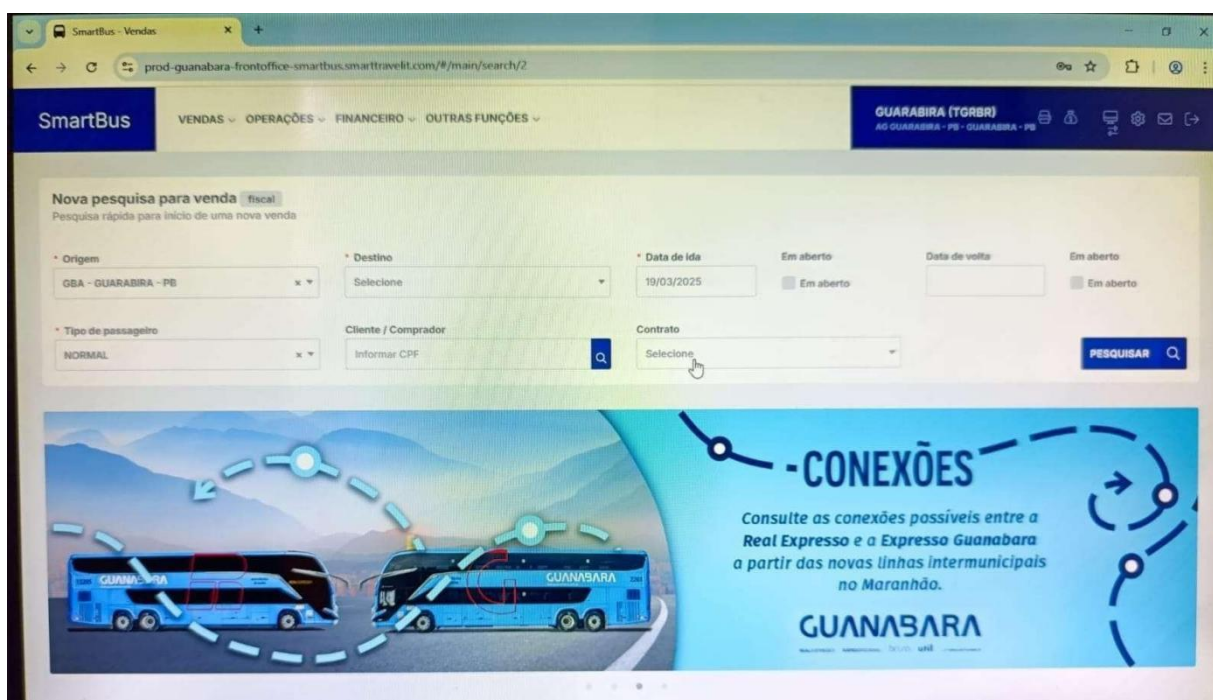
O sistema SmartBus, às vezes, apresenta instabilidade, impedindo a realização de vendas. Nesses casos, é necessário aguardar a equipe de TI da própria Guanabara resolver o problema, o que costuma levar cerca de 30 minutos, para que as vendas possam ser retomadas.

Figura 3: Imagem do sistema Buson PVD da empresa.



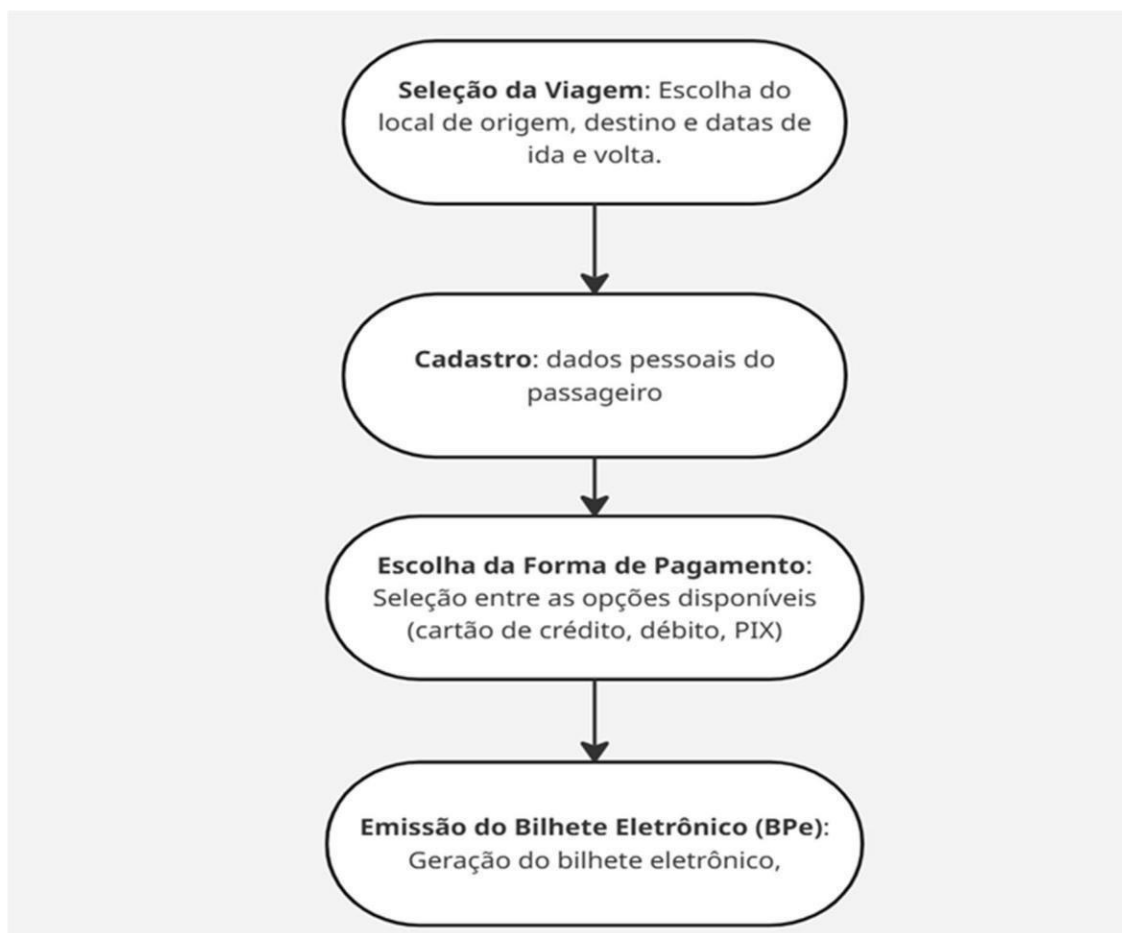
Fonte: Autoria própria (2025)

Figura 4: Imagem do sistema SmartBus da empresa.



Fonte: Autoria própria (2025)

Figura 5: Fluxograma Emissão e Venda de Passagens



Fonte: Autoria própria (2025)

Auxiliei também na venda de passagens antecipadas, o que foi essencial para a organização e planejamento das viagens dos clientes. Realizei atendimentos antecipados, fiz reservas de assentos e conferi pagamentos, garantindo um fluxo eficiente no momento do embarque e proporcionando maior comodidade aos passageiros. Essa experiência contribuiu para o meu desenvolvimento em planejamento e organização de vendas.

4.3 ATIVIDADE 3 – Acompanhar a realização de encomendas

A gestão de encomendas desempenha um papel crucial dentro das operações logísticas, sendo responsável pela organização e pelo controle de todas as etapas envolvidas no envio de mercadorias. Esse processo engloba desde o recebimento e registro dos pedidos até o encaminhamento e entrega ao destinatário final. A eficácia nessa área garante não apenas o bom funcionamento interno das empresas, mas também contribui para a satisfação do cliente, especialmente em um cenário onde a rapidez e a precisão nas entregas se tornaram fatores decisivos para a competitividade no mercado.

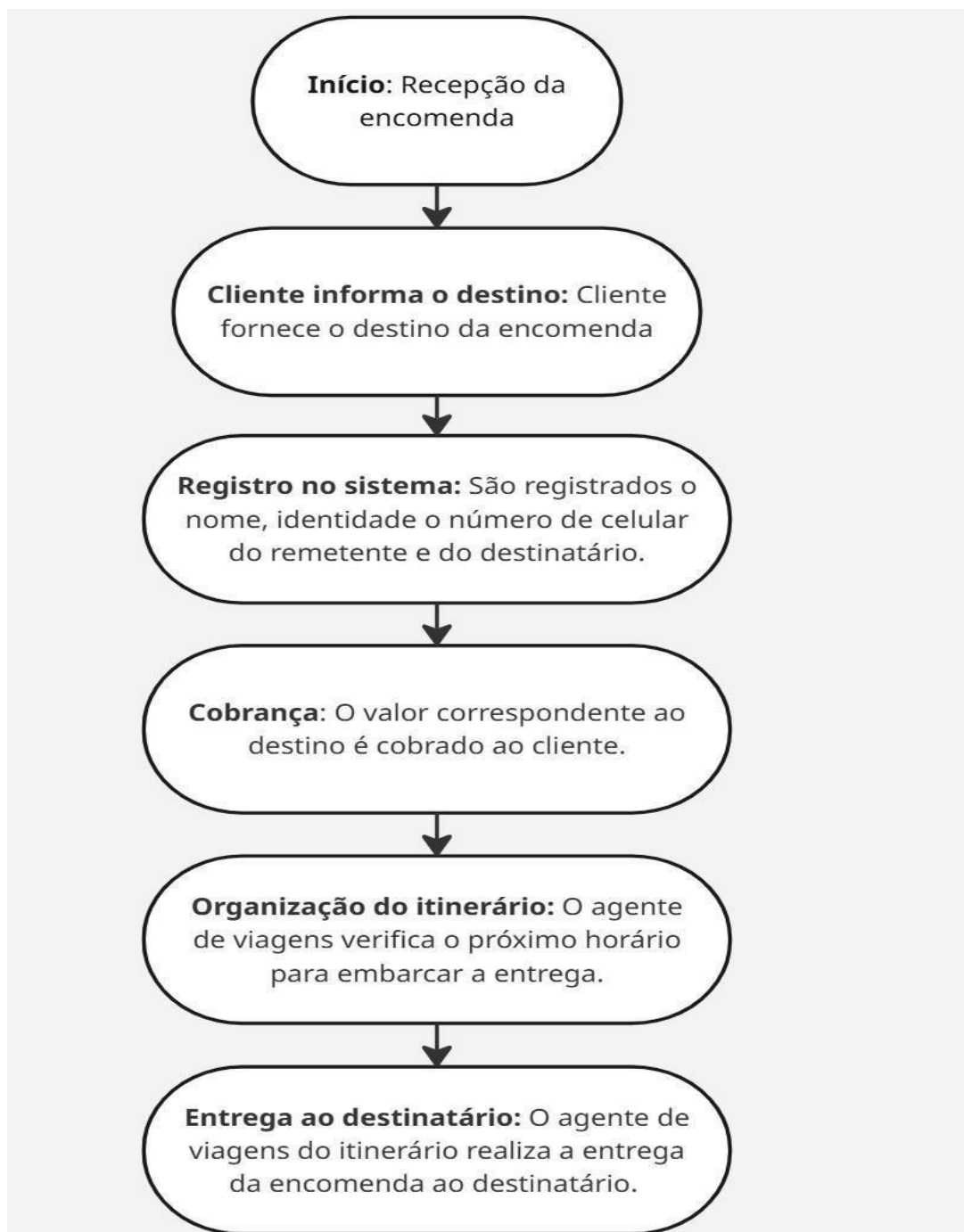
Pesquisas apontam que a adoção de estratégias adequadas e o uso de tecnologias específicas, como sistemas de roteirização e softwares de gestão, têm proporcionado melhorias significativas no desempenho logístico das empresas. Além disso, análises detalhadas dos custos envolvidos no transporte de encomendas ajudam na tomada de decisões mais assertivas e na identificação de oportunidades para reduzir desperdícios. Dessa forma, uma gestão eficiente nesse setor não apenas otimiza recursos, como também fortalece a cadeia de suprimentos, tornando-a mais flexível e preparada para responder às exigências do mercado.

Por fim, acompanhei a realização de encomendas enviadas por meio da empresa. Minhas atividades incluíram a recepção das encomendas, o registro no sistema Buson (PVD), a organização para envio e a conferência da documentação necessária.

O cliente traz a encomenda informando o destino, por exemplo, de Guarabira para Araruna. No sistema, registramos o nome, identidade e o número de celular tanto do remetente quanto do destinatário. É cobrado o valor correspondente ao destino e, em seguida, a encomenda é entregue ao agente de viagens, que faz o itinerário para realizar a entrega.

Essa experiência me ajudou a desenvolver atenção aos detalhes e aprimorar minha organização logística, além de reforçar a importância do cumprimento de prazos e da satisfação do cliente.

Figura 6: Fluxograma Acompanhar a realização de encomendas



Fonte: Autoria própria (2025)

Figura 7: Imagem da área de encomendas da empresa.

pdv-viscaoriotinto.buson.com.br/#/venda-normal

Buson PDV Admin - Gestão de... Calcular idade | inve... Google

Viação Rio Tinto - Executivo 45 poltronas livres
25 bilhetes em pé

ENCOMENDA X

RG

Documento

Nome do passageiro

Observação

☒ Seguro (R\$ 1,20) R\$ 31,56

Venda normal

R\$ 32,76 Continuar

Fonte: Autoria própria (2025)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar o estágio na empresa João Anselmo Neto foi, sem dúvidas, uma experiência marcante na minha trajetória no curso de Gestão Comercial. Quando comecei, confesso que estava um pouco ansioso e sem saber exatamente o que me esperava. Mas, com o passar dos dias, percebi o quanto esse contato com a rotina de uma empresa de transporte rodoviário pode ensinar. Tive a chance de entender na prática como funciona a venda de passagens, o atendimento ao público e o processo de organização de encomendas. Coisas que a gente estuda na teoria ganharam outro significado quando é na prática.

Uma das coisas que mais me marcou foi a importância da atenção aos detalhes, principalmente no setor de encomendas. Registrar corretamente os dados do remetente e do destinatário, conferir a documentação, tudo isso exige cuidado e responsabilidade. Também percebi como o atendimento ao cliente pode ser desafiador, ainda mais em momentos de alta demanda ou quando surgem problemas fora do nosso controle. Teve dias que foram bem repetitivos, sim, e em alguns momentos até cansativos. Mas até nisso houve aprendizado: entendi como é essencial manter a paciência, o profissionalismo e tentar resolver da melhor forma possível. Esse estágio me ajudou a perceber como pequenos gestos no atendimento podem fazer diferença na experiência do cliente.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: logística empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BELUZI, A. G.; ANDRADE, H. P. A melhora do atendimento aos clientes através do uso de machine learning. **Revista Foco**, v. 28, n. 138, p. 1-15, set. 2024. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-melhora-do-atendimento-aos-clientes-atraves-do-uso-de-machine-learning/>. Acesso em: 25 abr. 2025.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística empresarial**: o processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2001.

BRASIL. **Decreto nº 2.521, de 20 de março de 1998**. Dispõe sobre a exploração dos serviços de transporte rodoviário interestadual e internacional de passageiros. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 23 mar. 1998.

BRASIL. **Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm. Acesso em: 10 mar. 2025.

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração e das organizações. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CONTÁBEIS. **Resolução nº 4.282/2014 – ANTT**. 2023. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/legislacao/65828/resolucao-antt-4282-2014>. Acesso em: 25 abr. 2025.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 2000.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais**. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.