



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

JOSIELE COSTA DA SILVA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA EMPRESA
SIGA PRIME LTDA**

GUARABIRA – PB
2025

JOSIELE COSTA DA SILVA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA EMPRESA
SIGA PRIME LTDA.**

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

S586r Silva, Josiele Costa da
Relatório de estágio de atividades desenvolvidas na empresa Siga Prime
Ltda / Josiele Costa da Silva.- Guarabira, 2025.
21f.; il.; color.

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

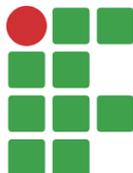
"Orientação: Profa Ma. Ana Beatriz Bernardes Oliveira."

Referências.

1. Administração de vendas. 2. Marketing digital. . 3. Controle de
estoque. 4. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658.811(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

Na condição de orientadora da aluna **Josiele Costa da Silva** - matrícula 202223800040. Declaro para os fins que se fizerem necessários que avaliei o relatório de estágio intitulado **RELATÓRIO DE ESTÁGIO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA EMPRESA SIGA PRIME LTDA**, protocolado para avaliação final. Desta forma, o relatório foi aprovado e definiu-se a seguinte nota: 95.

Guarabira (PB), 21 de Agosto de 2025

Documento assinado digitalmente
gov.br ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA
Data: 21/08/2025 20:13:27-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Ana Beatriz Bernardes Oliveira
Matrícula SIAPE 1055179

TERMO DE APROVAÇÃO

Aluno: Josiele Costa da Silva

Curso: Gestão Comercial

Período/Ano: 2025/1

Tipo de Documento: Relatório técnico-científico

Modalidade: Estágio

Título: Relatório de Estágio de atividades desenvolvidas na empresa Siga Prime LTDA

PARECER

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

Documento assinado digitalmente
gov.br ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA
Data: 21/08/2025 19:36:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Ana Beatriz Bernardes Oliveira

Professora Orientadora

Documento assinado digitalmente
gov.br MARUSA HITALY DA SILVA CUNHA
Data: 21/08/2025 14:01:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Marusa Hitaly da Silva Cunha

Coordenadora de Estágio



Elenildo Xavier de Assunção

Supervisor de Estágio

RESUMO

O presente relatório apresenta as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular obrigatório realizado na empresa Siga Prime LTDA, localizada em Guarabira-PB, no período de 14 de setembro de 2024 a 05 de abril de 2025. O estágio teve como principal objetivo proporcionar experiências práticas no setor de comércio varejista de roupas e acessórios, permitindo a aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso de Gestão Comercial. As atividades desenvolvidas incluíram práticas de vendas, organização e controle de estoque, bem como ações de marketing digital. Durante o estágio, foi possível aprimorar habilidades de atendimento ao cliente, técnicas de vendas e estratégias de marketing voltadas para redes sociais. Também foi realizada a organização do estoque, garantindo maior controle e eficiência no fluxo de mercadorias. Além das atividades práticas, foram observadas algumas dificuldades estruturais e operacionais na empresa, como a necessidade de atualização dos equipamentos de informática e reestruturação do espaço físico do estoque. Com base nessas observações, foram apresentadas propostas de melhorias para contribuir com o desenvolvimento da empresa. O estágio proporcionou aprendizado significativo, promovendo o desenvolvimento profissional e ampliando a visão sobre o funcionamento do setor varejista.

Palavras-chave: Estágio supervisionado; Vendas; Marketing digital; Gestão de estoque; Atendimento ao cliente.

ABSTRACT

This report presents the activities developed during the mandatory internship at Siga Prime LTDA, located in Guarabira, Paraíba, from September 24, 2024, to April 5, 2025. The internship's main objective was to provide practical experience in the clothing and accessories retail sector, enabling the application of theoretical knowledge acquired throughout the Commercial Management course. The activities included sales practices, inventory organization and control, as well as digital marketing initiatives. During the internship, it was possible to hone customer service skills, sales techniques, and social media marketing strategies. Inventory organization was also carried out, ensuring greater control and efficiency in the flow of goods. In addition to the practical activities, some structural and operational difficulties were observed at the company, such as the need to update IT equipment and restructure the physical warehouse space. Based on these observations, improvement proposals were presented to contribute to the company's development. This internship provided significant learning, fostering professional development and broadening the understanding of how the retail sector operates.

Key-words: Supervised internship; Sales; Digital marketing; Inventory management; Customer service.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da empresa Siga Prime LTDA	16
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados sobre o estágio.....	10
Quadro 2 – Dados da empresa.....	15

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL.....	100
2 OBJETIVOS	10
3 JUSTIFICATIVA	11
4 REFERENCIAL TEÓRICO	12
4.1 VENDAS	12
4.2 MARKETING	13
4.3 ESTOQUE.....	13
5 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	15
5.1 DADOS GERAIS	15
5.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO	15
5.3 IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	16
6 RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	18
6.1 ATIVIDADE 1: VENDAS	18
6.2 ATIVIDADE 2: MARKETING	18
6.3 ATIVIDADE 3: ESTOQUE	19
6.4 PROPOSTAS DE INTERVENÇÃO	19
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS	21

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 como finalidade apresentar as atividades desenvolvidas no período de 14/09/2024 a 05/04/2025, na empresa SIGA PRIME LTDA, especificamente no setor de Vendas.

As atividades realizadas durante o programa de estágio envolveram práticas de venda, controle de estoque e ações de marketing. Essas atividades foram fundamentadas nas disciplinas técnicas ofertadas ao longo dos três primeiros anos do curso, a saber: 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.

Inicialmente, será apresentada uma caracterização da empresa, desde sua criação até os dias atuais, contemplando seus dados gerais, competências e estratégias utilizadas para manter-se no mercado varejista. Em seguida, será apresentado um referencial teórico e relatado o desenvolvimento das atividades realizadas, bem como os resultados obtidos.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL

Quadro 1 - Dados sobre o estágio

Área de atuação	Comércio Varejista de roupas e acessórios
Local de estágio	Empresa Siga Prime
Departamento/Setor	Vendas
Período	De 14/09/2024 a 05/04/2025
Carga horária semanal e total	30h

Fonte: Autoria Própria (2025).

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral:

Analisar e relatar as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular supervisionado na empresa Siga Prime Ltda., evidenciando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso de Gestão Comercial e identificando oportunidades de melhoria nos setores de vendas, marketing e gestão de estoque.

2.2 Objetivos específicos:

- Descrever as práticas e procedimentos adotados no setor de vendas, destacando técnicas de atendimento, negociação e fidelização de clientes.
- Apresentar as estratégias e ações de marketing realizadas, com ênfase na utilização de mídias sociais e na integração com o ponto de venda físico.
- Detalhar os processos de organização, controle e reposição de mercadorias no estoque, relacionando-os a indicadores de desempenho.
- Identificar desafios e propor intervenções que contribuam para otimizar processos, melhorar a eficiência operacional e elevar a satisfação do cliente.

3 JUSTIFICATIVA

O estágio supervisionado na empresa Siga Prime Ltda. teve como propósito fundamental a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso de Tecnologia em Gestão Comercial, possibilitando o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais essenciais para a atuação no varejo de moda. As atividades realizadas nos setores de vendas, marketing digital e gestão de estoque permitiram vivenciar de forma integrada os processos internos da organização, compreendendo desde o atendimento direto ao cliente até o controle logístico das mercadorias.

Em vista disso, essa experiência proporcionou a oportunidade de analisar o comportamento do consumidor, aplicar estratégias de vendas, aprimorar práticas de marketing voltadas para redes sociais e implementar métodos de organização e controle de estoque. Além disso, possibilitou identificar pontos de melhoria que impactam diretamente a eficiência operacional e a satisfação do cliente, reforçando a importância da gestão orientada por resultados.

A vivência no ambiente empresarial contribuiu significativamente para o meu crescimento profissional, fortalecendo habilidades como comunicação, trabalho em equipe, capacidade analítica e tomada de decisão. Concernente a isso, estagiar na Siga Prime Ltda. representou, portanto, não apenas um exercício prático de conhecimentos teóricos, mas também um passo relevante para a construção de uma carreira sólida e alinhada às demandas do mercado varejista.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 VENDAS

A atividade de vendas deve ser compreendida não apenas como o fechamento de uma transação, mas como um processo integrado de criação de valor para o cliente que articula conhecimento do produto, capacidade de leitura das necessidades do cliente e ações de pós-venda capazes de consolidar a lealdade. Em perspectiva gerencial, as vendas compõem um desdobramento operacional do marketing: são o ponto de contato final em que o valor ofertado pela empresa é apresentado, negociado e convertido em compra (Kotler; Keller, 2025).

No varejo de moda – cenário do estágio – a habilidade do vendedor passa a abranger competências consultivas: escuta ativa, identificação de necessidades explícitas e latentes, sugestão de combinações e encaminhamento para prova/experiência de uso. Esse enfoque consultivo aumenta a probabilidade de fechamento e amplia o *ticket* médio ao transformar o vendedor em um orientador que agrega utilidade ao produto (Lambin, 2025).

Concernente a isso, a literatura prática para micro e pequenos empreendimentos destaca que a venda consultiva é aplicável e recomendável também no contexto do comércio de loja física: prepara o vendedor para distinguir *prospects* qualificados, personalizar ofertas e reduzir devoluções por inadequação – fatores decisivos para fidelização em ambientes de baixo número de colaboradores. Em setores pequenos, procedimentos padronizados de abordagem (saudação, sondagem, sugestão, fechamento e acompanhamento) tornam-se ferramentas para a consistência do atendimento (SEBRAE, 2025c).

Além disso, experiências sucessivas ao longo da jornada de compra formam o julgamento final do cliente sobre a empresa – isto é, a satisfação e a fidelidade decorrem da soma das interações e não de um único momento (Meyer; Schwager, 2025). Em nossa visão, isso significa que técnicas de aproximação e cuidado no pós-venda (contato, registro de preferências, ofertas direcionadas) devem acompanhar a rotina de caixa e reposição como práticas rotineiras de vendas.

4.2 MARKETING

É importante refletir que o conceito contemporâneo de marketing enfatiza processos que criam, comunicam e entregam valor aos clientes e à sociedade, além de gerir relacionamentos de longo prazo. Por exemplo, a *American Marketing Association*¹ sintetiza essa visão e destaca que marketing é atividade, instituições e processos que possibilitam trocas de valor (AMA, 2025).

Na visão estratégica, o marketing organiza decisões sobre produto, preço, praça e promoção (os “4Ps”) de modo a estabelecer conexões entre oferta e demanda; para o varejo, isso implica traduzir segmentação e posicionamento em sortimento, *layout* de loja, política de preços e comunicação coerente com o público-alvo (Kotler; Keller, 2025; Lambin, 2025). O planejamento deve articular: (a) entendimento do consumidor local; (b) seleção de mix de produtos compatível com a proposta de valor (ex.: moda evangélica, fitness, infantil); (c) mensuração de resultados por indicadores simples (taxa de conversão, ticket médio).

Com a penetração das redes digitais, o *marketing* do varejo exige integração entre ponto de venda físico e canais digitais – o chamado *marketing* multicanal ou *omnichannel*². Por conseguinte, a adoção de mídias sociais e conteúdo digital permite ampliar o alcance, trabalhar provas sociais e facilitar o contato direto com o cliente, sendo particularmente eficaz para pequenos negócios quando baseadas em consistência de mensagens e mensuração de resultados (Tiago; Veríssimo, 2025). Para lojas como a Siga Prime, isso significa usar vídeos curtos, *posts* de produto com *calls-to-action*³ e respostas rápidas no atendimento online para converter interesse em visita e venda.

4.3 ESTOQUE

A gestão de estoques combina decisões operacionais e financeiras: garantir disponibilidade de produto para atender demanda sem imobilizar capital excessivo. Em Administração de Operações, a função de estoques é apresentada como elemento-chave para o equilíbrio entre nível de serviço e custo de manutenção (Heizer; Render, 2025).

Para o varejo, técnicas práticas como o registro de entradas/saídas diário, inventários periódicos e a classificação por Curva ABC (priorizando itens que representam a maior parcela do faturamento) são ferramentas de baixo custo com alto impacto. Nessa ótica, o

¹Associação Americana de Marketing (Tradução nossa).

²É uma estratégia que visa integrar todos os canais de contato de uma empresa (online e offline) para oferecer uma experiência coesa e consistente ao cliente (Pesquisas do google).

³“Chamadas para ação” (Tradução livre).

SEBRAE (2025b) recomenda justamente esses procedimentos como primeiros passos para micro e pequenas lojas: inventário periódico, mapeamento de *lead time*⁴ de fornecedores, e uso da Curva ABC para direcionar atenção e investimento em sortimento (SEBRAE, 2025b).

Além disso, indicadores simples tornam a gestão do estoque transparente e acionável: giro de estoque (quantas vezes o estoque se renova), tempo médio de reposição e taxa de rupturas. No tocante a isso, esses indicadores permitem tomar decisões de compra mais precisas e reduzir perdas por obsolescência – medidas especialmente relevantes para a Siga Prime diante do espaço reduzido e do giro variado entre segmentos: fitness, praia, infantil (SEBRAE, 2025a).

⁴“Tempo de espera” (Tradução livre).

5 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

5.1 DADOS GERAIS

Quadro 2: Dados da empresa

Razão social	Siga Prime Ltda
Nome fantasia	Siga Prime
Endereço	Avenida Dom Pedro II, 316, Centro
Área geográfica de atuação	Guarabira-PB
Produtos e serviços oferecidos	Roupas e acessórios
Quantidade de colaboradores	3
Logomarca	

Fonte: Autoria própria (2025).

5.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO

A Empresa SIGA PRIME LTDA foi criada no ano de 2022, por Elenildo Xavier e Eliclecia Maria, no intuito de atuar no segmento de vestuário varejista, com foco na moda evangélica. A loja foi inaugurada na Avenida Dom Pedro II, Centro de Guarabira-PB, ao lado da Igreja Congregacional, e segue até hoje nesse endereço.

De acordo com Lanning (1998), a evolução das lojas de roupas reflete as mudanças nas necessidades dos consumidores, as inovações no varejo e a adaptação às transformações culturais e econômicas ao longo do tempo.

Assim, em 2023, a loja começou a diversificar seus produtos, trazendo variação no setor feminino e masculino, inserindo, posteriormente, o setor infantil e moda praia. Com o objetivo de aumentar o seu público-alvo e satisfazer suas necessidades, oferecendo produtos de qualidade.

Sua proposta de ambiente foi criada e adaptada ao rústico, suas paredes feitas em tijolos manuais e iluminação amarela, trazendo ao ambiente um ar de elegância, sofisticação e acolhimento.

5.3 IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Empresa SIGA PRIME LTDA, adota uma cultura organizacional de forma clara e objetiva, que destaca o quão importante é oferecer aos seus clientes um atendimento bom, com excelência. Oferecendo produtos de qualidade, com preços justos e acessíveis. Enfatizando o desejo de satisfação das necessidades de seu público-alvo.

- **Missão:** Proporcionar ao nosso Público-alvo uma experiência de compra única, oferecendo roupas modernas, com peças de alta qualidade e preços acessíveis, satisfazendo as necessidades dos nossos clientes, garantindo satisfação e estilo para todas as idades.
- **Visão:** Ser a principal referência de moda, consolidando nossa marca como símbolo de qualidade, estilo e confiança.
- **Valores:** Comprometidos com a qualidade e preços acessíveis, oferecemos atendimento personalizado e atencioso. Valorizamos a inovação, ética e transparência em todas as nossas ações.

A empresa possui uma estrutura hierárquica verticalizada e possui um gerente e dois estagiários.

Figura 1: Organograma da empresa Siga Prime LTDA.



Fonte: Autoria própria (2025).

- CEO: Responsável pela formulação de estratégia organizacional e grandes decisões, influenciando no futuro da empresa. Estabelecem metas de curto prazo e direciona inovação de produtos. Também é responsável pela compra de mercadorias, levando em conta sua demanda de mercado.
- Gerente: É responsável pela loja, enquanto o CEO está ausente. Fica responsável pelo registro de vendas no sistema, realizado pelos estagiários, garantindo que as transações sejam registradas de forma correta.
- Tem a função de auxiliar os estagiários no setor de vendas, e abordagem ao cliente. Influência nas ideias e estratégias de marketing da loja, sendo a decisão final do CEO.
- Estagiários: Tem a função de atendimento ao cliente, proporcionando uma experiência única. São responsáveis pela organização e reposição de mercadorias, expondo-as na ombreira, de modo que as peças fiquem acessíveis para os clientes. Também auxiliam no marketing, com vídeos interativos e atendimento online.

6 RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Durante o estágio na empresa Siga Prime Ltda, recebi orientações da supervisora sobre a cultura organizacional, além de treinamento específico sobre a organização e reposição de estoque, estratégias de marketing e métodos de abordagem e atendimento ao cliente.

Com base nesse treinamento e nos conhecimentos adquiridos durante o Curso de Gestão Comercial, tive a oportunidade de aplicar de forma prática o aprendizado teórico, oferecendo um atendimento de qualidade e desempenhando todas as funções a mim atribuídas com eficiência, contribuindo para criar um ambiente acolhedor e humanizado.

6.1 ATIVIDADE 1: VENDAS

No setor de Vendas, após o treinamento e alinhamento com os valores da Empresa, foram desenvolvidas a atividade de atendimento ao cliente, concluindo com o fechamento da venda. De modo que foi inserido a técnica de venda e negociação, identificando a necessidade do nosso público-alvo, proporcionando um produto de qualidade e preço justo. Com o objetivo de fidelizar clientes e aumentar nossa demanda de mercado.

Realiza-se essa atividade de forma cordial, com conversa entre vendedor e cliente. Na abordagem o estagiário exhibe as peças ofertadas, e observa a característica do cliente para oferecer produtos parecidos ou iguais a descrição para ele passada, com a escolha da peça, o estagiário guia o cliente até o provador, ligando o ventilador. Com isso, enquanto o cliente prova a peça, o estagiário procura peças que possam agradá-lo. Após a escolha da peça, o cliente é conduzido até o caixa, para efetuar o pagamento.

6.2 ATIVIDADE 2: MARKETING

No setor de Marketing, o estagiário fica responsável pelas postagens e atendimento online. Mostrando ao seu público-alvo seu produto e serviço ofertado. Proporcionando uma experiência única, de diferenciação e maior satisfação.

Mas, para se ter uma base de postagem, o mesmo analisa seu ambiente, cliente e concorrente, no intuito de mostrar ao consumidor produtos atrativos, que impactam e influenciando em sua tomada de decisão.

Além de exibir os produtos ofertados, há criação de vídeos interativos e animados, com intuito de influenciar na comunicação e interação com os clientes.

6.3 ATIVIDADE 3: ESTOQUE

No setor de organização de estoque, o estagiário organiza semanalmente o estoque na loja, verificando quais mercadorias estão com maior giro. As peças são posicionadas, por cor e tamanho. E são exibidas uma de cada cor, evitando acúmulo em prateleiras e expositores.

As peças que se encontram guardadas no estoque são peças que já se encontram expostas nas araras, e para evitar acúmulos de mercadorias, são colocadas no estoque. Assim que essas peças são esgotadas nas araras, os estagiários identificam a peça, e repõem.

Quando o produto se esgota em toda a loja, é acrescentado a lista de pedidos. Produtos ofertados em loja: moda fitness masculina e feminina, t-shirts, calças, shorts, vestidos adultos e infantis. Atualmente, o setor moda fitness gerou um aumento em vendas, tendo buscas por mercadorias e reposições constantes.

6.4 PROPOSTAS DE INTERVENÇÃO

Durante o estágio na empresa Siga Prime Ltda., foi possível observar que, apesar de ser um ambiente agradável, algumas dificuldades impactam diretamente a eficiência das atividades operacionais.

Um dos principais problemas identificados está relacionado à área de informática. O equipamento utilizado, especificamente o computador, encontra-se desatualizado e apresenta diversos anúncios indesejados que interferem na tela de vendas. Além disso, o sistema operacional demonstra lentidão, ocasionando atrasos no processamento dos registros de vendas. No setor de Estoque, constatou-se que o espaço destinado ao armazenamento de novas mercadorias é insuficiente, o que compromete a organização do ambiente, tornando-o desorganizado e dificultando a visualização e identificação dos produtos.

Outro ponto relevante refere-se à logística de entrega. Foi verificado que há atrasos frequentes na entrega das mercadorias, o que tem gerado insatisfação por parte dos clientes.

Diante dessas observações, sugere-se como proposta de intervenção: Atualização ou substituição dos equipamentos de informática utilizados no ponto de venda; Implementação de ferramentas que evitem anúncios indesejados e otimizem o desempenho do sistema; Reorganização do espaço físico do estoque, com a possível ampliação da área de armazenamento; Reavaliação do processo logístico, visando maior pontualidade nas entregas aos clientes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio realizado na empresa Siga Prime Ltda., no período de 24/09/2024 a 05/04/2025, possibilitou a integração entre teoria e prática, permitindo a aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Tecnologia em Gestão Comercial. As atividades desenvolvidas nos setores de vendas, marketing digital e gestão de estoque ofereceram um panorama prático do funcionamento do varejo de vestuário, confirmando a importância de procedimentos organizados e de um atendimento centrado no cliente para a manutenção da competitividade da empresa.

Durante o estágio, houve aprimoramento de competências essenciais à atuação comercial, tais como técnicas de atendimento e negociação, organização e controle de mercadorias, além da elaboração e publicação de conteúdos para redes sociais. Essas vivências contribuíram para o desenvolvimento de habilidades comunicativas, para a capacidade de análise do comportamento do consumidor e para a tomada de decisões mais alinhadas às necessidades do público-alvo da Siga Prime.

Foram identificadas limitações operacionais que interferem no desempenho cotidiano da loja, destacando-se, por exemplo: equipamentos de informática desatualizados e com problemas, espaço físico de estoque insuficiente e recorrência de atrasos na logística de entrega. Em função disso, as propostas de intervenção apresentadas – atualização ou substituição dos equipamentos, implantação de medidas para melhoria do desempenho do sistema, reorganização do espaço de armazenamento e reavaliação dos processos logísticos – são medidas factíveis e com potencial de gerar ganhos em eficiência, velocidade de atendimento e satisfação do cliente.

Como recomendações finais, sugere-se que a direção da empresa priorize as atualizações tecnológicas do ponto de venda e a reorganização do estoque, implemente indicadores simples de desempenho (por exemplo: giro de estoque, tempo médio de reposição, taxa de conversão de vendas) e acompanhe a efetividade das intervenções ao longo do tempo. Para minha formação profissional, o estágio representou um importante campo de experimentação e aprendizagem, consolidando conhecimentos teóricos e ampliando minha visão sobre práticas gerenciais no varejo. Além disso, essa experiência reforça a necessidade de articulação contínua entre formação acadêmica e prática empresarial para a construção de soluções que promovam a sustentabilidade e o crescimento do negócio.

REFERÊNCIAS

AMA, AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. **What is marketing? – The definition of marketing**. Disponível em: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>. Acesso em: 11 ago. 2025.

HEIZER, Jay; RENDER, Barry. **Operations Management**. 11. ed. Pearson, 2013. Disponível em: https://books.google.com/books/about/Operations_Management_11_e.html?id=ZcbODAAAQBAJ. Acesso em: 11 ago. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Disponível em: <https://biblioteca.unisced.edu.mz/bitstream/123456789/2100/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2C%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2025.

LAMBIN, Jean-Jacques. **Marketing estratégico**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2012. Disponível em: https://www.gettextbooks.com/author/Jean_Jacques_Lambin (página de edição/consulta). Acesso em: 11 ago. 2025.

LANNING, Michael J. **The market-oriented organization**. 1. ed. [S.l.]: [Editora], 1998.

MEYER, Christopher; SCHWAGER, André. Understanding customer experience. **Harvard Business Review**, Feb. 2007. Disponível em: <https://hbr.org/2007/02/understanding-customer-experience>. Acesso em: 11 ago. 2025.

SEBRAE. **Melhore o controle de estoque do seu varejo**. Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/melhore-o-controle-de-estoque-do-seu-varejo%2C66a00558de317810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 11 ago. 2025a.

SEBRAE. **Você conhece a curva ABC para controle de estoque?**. Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-conhece-a-curva-abc-para-controle-de-estoque%2C5524ef559dc9e710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 11 ago. 2025b.

SEBRAE. **Faça vendas consultivas para vender mais e cresça a sua empresa**. Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/faca-vendas-consultivas-para-vender-mais-e-cresca-a-sua-empresa%2C9f59dc8c83575810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 11 ago. 2025c.

TIAGO, M. T. P. M. B.; VERÍSSIMO, J. M. C. **Digital marketing and social media: why bother?** *Business Horizons*, v.57, n.6, p.703–708, 2014. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681314000949>. Acesso em: 11 ago. 2025.