



**INSTITUTO
FEDERAL**
Paraíba

**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO COMERCIAL**

SIDNEY DA SILVA CASSIANO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO: PRÁTICAS DE GESTÃO
COMERCIAL NA MICROEMPRESA SSC TRANSPORTES**

GUARABIRA - PB

2026



SIDNEY DA SILVA CASSIANO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO: PRÁTICAS DE GESTÃO
COMERCIAL NA MICROEMPRESA SSC TRANSPORTES**

Relatório de Estágio apresentado à
Coordenação de Estágio do Instituto
Federal da Paraíba (IFPB), Campus
Guarabira, como requisito parcial para a
conclusão do curso Superior Tecnólogo
em Gestão Comercial.

GUARABIRA - PB

2026

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

C345r Cassiano, Sidney da Silva
Relatório de estágio supervisionado: práticas de gestão comercial na
microempresa SSC Transportes / Sidney da Silva Cassiano - Guarabira,
2026.
20f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). –
Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2026.

"Orientação: Prof. João Paulo de Lima Silva"

Referências.

1. Administração de empresa. 2. Microempresa 3. Empreendedorismo.
4. Atendimento ao cliente 5. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB/15 - 676

**MEC – SETEC
SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

DECLARAÇÃO DE APROVAÇÃO DE RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Na condição de orientador do aluno Sidney da Silva Cassiano (202113800044) no Curso Superior Tecnólogo em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba - Campus Guarabira. Declaro para os fins que foram cumpridas por ele todas as atividades e carga horária previstas para o Estágio Obrigatório para conclusão do curso, tendo o aluno apresentado a versão final do relatório de estágio intitulado o Práticas de Gestão Comercial na Microempresa SSC Transportes, protocolado para versão final. Desta forma, o relatório foi aprovado em 28 de Janeiro de 2026 e definiu-se a seguinte nota: 95.

Guarabira/PB, 04 de Fevereiro de 2026.

PROF. João Paulo de Lima Silva
SIAPE N°. 3468996

SIDNEY DA SILVA CASSIANO

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO: PRÁTICAS DE GESTÃO
COMERCIAL NA MICROEMPRESA SSC TRANSPORTES**

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

Aprovado em fevereiro de 2026.

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente

JOAO PAULO DE LIMA SILVA

Data: 04/02/2026 18:41:30-0300

Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. João Paulo de Lima Silva
(Orientador - IFPB)

Prof. Tobias Apolônio Batista da Silva
(Coordenador de Estágio - IFPB)



A Deus, por permitir chegar até aqui, e a Nossa Senhora, por iluminar minha trajetória, DEDICO.



AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a realização deste estágio e para a elaboração deste relatório.

Ao meu orientador de estágio, João Paulo de Lima Silva, e à minha professora da disciplina de Estágio II, Renata Braga Berenguer de Vasconcelos, deixo meu profundo agradecimento pelo acompanhamento, orientação, disponibilidade e pelos conhecimentos compartilhados ao longo deste período.

Aos professores do IFPB – Campus Guarabira, agradeço pela formação, apoio e incentivo durante todo o meu percurso acadêmico.

Aos colegas e colaboradores que, direta ou indiretamente, contribuíram para o meu desenvolvimento e aprendizagem, o meu muito obrigado pela partilha de conhecimentos, apoio e companheirismo.

Agradeço à minha família e, em especial, à minha esposa, Vitória, pelo apoio incondicional, pela dedicação, compreensão e paciência demonstradas ao longo desta caminhada. Seu incentivo constante foi fundamental para que eu pudesse superar desafios e concluir esta importante etapa da minha formação. Agradeço também ao meu irmão, pelos ensinamentos, apoio e auxílio prestados na elaboração deste relatório.



“Ser empreendedor é muito mais que ter a vontade de chegar ao topo de uma montanha; é conhecer a montanha e o tamanho do desafio; planejar cada detalhe da subida, saber o que você precisa levar e que ferramentas utilizar; encontrar a melhor trilha, estar comprometido com o resultado, ser persistente, calcular os riscos, preparar-se fisicamente; acreditar na sua própria capacidade e começar a escalada.” (Bandeira, 2001, p.9).

RESUMO

O estágio supervisionado é um componente essencial no processo formativo dos discentes, visto que atua como uma oportunidade de integração entre a teoria vista ao longo do curso e a prática a ser exercida pelo futuro profissional. Sendo assim, este relatório tem como objetivo geral relatar as atividades desenvolvidas na empresa SSC Transportes, voltadas à gestão comercial no setor administrativo da empresa. Como objetivos específicos, buscou-se: descrever as principais atividades administrativas realizadas; apresentar as características e a evolução histórica da empresa SSC Transportes; e avaliar os conhecimentos práticos adquiridos durante a experiência como empreendedor. Para este estudo, utilizaram-se os pressupostos teóricos de Chiavenato (2003) para a discussão sobre administração de micro e pequenas empresas, e de Kotler (2000) no que diz respeito ao marketing empresarial. As atividades desenvolvidas envolveram organização de agenda, controle financeiro, emissão de notas fiscais, atendimento aos clientes, divulgação dos serviços nas redes sociais e coordenação de colaboradores terceirizados. Durante a execução dessas tarefas, foi possível aplicar conhecimentos adquiridos em disciplinas como Fundamentos da Administração, Administração de Marketing e Empreendedorismo, relacionando a teoria estudada com as demandas reais de uma microempresa. Conclui-se, portanto, que o estágio supervisionado foi fundamental para consolidar os conhecimentos teóricos do curso e compreender os desafios enfrentados em uma microempresa do setor de transportes, reforçando a relevância do gestor comercial como agente de planejamento e crescimento organizacional.

Palavras-chave: Estágio Supervisionado. Gestão Comercial. Microempresa. SSC Transportes.



ABSTRACT

The supervised internship is an essential component in the students' formative process, as it serves as an opportunity to integrate the theory studied throughout the course with the practice to be performed by the future professional. Thus, this report aims to describe the activities developed at SSC Transportes, focused on commercial management within the organization's administrative sector. The specific objectives sought to: describe the main administrative activities performed; present the characteristics and the historical evolution of the company SSC Transportes; evaluate the practical knowledge acquired during the experience as an entrepreneur. This study is based on the theoretical assumptions of Chiavenato (2003) regarding the administration of micro and small enterprises, and Kotler (2000) concerning business marketing. The activities performed involved schedule organization, financial control, issuance of invoices, customer service, social media promotion, and coordination of outsourced collaborators. During these tasks, it was possible to apply knowledge from subjects such as Fundamentals of Administration, Marketing Administration, and Entrepreneurship, linking theory to the real demands of a microenterprise. In conclusion, the supervised internship was fundamental to consolidate the theoretical knowledge of the course and to understand the challenges faced within a microenterprise in the transportation sector, reinforcing the relevance of the commercial manager as an agent of planning and organizational growth.

Key-words: Supervised Internship. Commercial Management. Microenterprise. SSC Transportes.



SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3 REFERENCIAL TEÓRICO	12
4 RELATO DE ESTÁGIO	15
4.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA	15
4.1.1 Dados referentes ao estágio	15
4.1.2 Perfil da empresa	16
4.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	17
4.2.1 Gestão administrativa	17
4.2.2 Atendimento e Gestão de Pessoas	17
4.2.3 Marketing Digital	17
4.2.4 Contribuição do estágio para a formação profissional	18
5 CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20

1 INTRODUÇÃO

O estágio supervisionado se apresenta de forma necessária, visto que é por meio dele que se dá o primeiro contato prático do futuro profissional com o mercado de trabalho, depois dos conhecimentos teóricos obtidos ao longo do curso.

Segundo Zabalza (2014), há uma dificuldade em se definir o estágio, levando-se em consideração as variações de acordo com a época, as profissões, entre outras. Entretanto, o autor afirma que é por meio do estágio que há uma complementação da teoria vista pelos discentes nas instituições de ensino. O autor também afirma que o estágio constitui um dos componentes curriculares dos programas formativos.

É válido ressaltar que, quando falamos em estágio supervisionado, existem três agentes fundamentais neste processo, conforme apresenta o pesquisador Zabalza (2014) ao afirmar que:

Há três agentes envolvidos no processo: a universidade, os empregadores (aquele conjunto de instituições, empresas ou agências em que os estudantes cumprem seu período de estágio) e os próprios estagiários. Cada um deles desempenha funções relevantes para que a experiência possa ser efetiva (Zabalza, 2014, p. 41).

Dessa forma, para que a experiência do estágio seja vivida de forma íntegra e positiva, é necessário a participação de todos os agentes envolvidos no processo: a empresa que acolhe os discentes em formação, a instituição na qual os discentes estão vinculados, e principalmente o comprometimento e a responsabilidade dos estagiários. É válido salientar também que em cada país há leis que regem os estágios, e cada campo profissional possui suas próprias regras e caminhos a seguir.

Sendo assim, o presente relatório tem a finalidade de apresentar as atividades desenvolvidas no estágio realizado pelo discente como requisito para a conclusão do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial. O estágio foi realizado no período de 15/10/2025 a 29/12/2025, na Empresa SSC Transportes, no setor de administração e marketing. No âmbito do IFPB, o discente foi orientado pelo Professor João Paulo de Lima Silva.

As atividades desenvolvidas durante o programa de estágio foram: administração, marketing e gestão de pessoas. As atividades foram desenvolvidas tendo como base teórica as disciplinas ofertadas no decorrer do curso, tais como: Fundamentos da Administração, Administração de Marketing, Empreendedorismo.

Dessa forma, justificamos a escolha por realizar o estágio na minha empresa de Transportes e Viagens se deu pela oportunidade de aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Gestão Comercial, contribuindo para o aprimoramento das minhas competências profissionais e para o desenvolvimento das atividades da empresa.

O presente relatório está estruturado da seguinte forma: nesta seção inicial, são apresentadas a caracterização da prática profissional e introdução. Na segunda seção, serão apresentados os objetivos geral e específicos, bem como a justificativa. Na terceira seção, encontra-se o referencial teórico em que se fundamenta a prática profissional realizada. Na quarta seção, teremos o relato de estágio, no qual será apresentada a caracterização da empresa, seguida de um breve histórico acerca da sua atuação no mercado e da identidade e estrutura organizacionais; ainda nesta seção, serão relatadas as atividades desenvolvidas em consonância com a fundamentação teórica. Por fim, a quinta seção trará as considerações finais do presente relatório de estágio.

Para esta pesquisa, o embasamento fundamentou-se nos pressupostos teóricos de Chiavenato (2003), para a discussão sobre administração de micro e pequenas empresas, e Kotler (2000), no que diz respeito ao marketing empresarial.

2 OBJETIVOS

Os objetivos deste relatório têm como propósito apresentar, de forma clara, o que se pretende alcançar com a realização do estágio na empresa SSC Transportes. Assim, foram organizados em geral e específicos, de modo a evidenciar tanto a visão ampla da experiência quanto os aspectos mais detalhados do aprendizado.

2.1 Objetivo geral

Relatar as atividades desenvolvidas na empresa SSC Transportes, voltadas à gestão comercial no setor administrativo da empresa.

2.2 Objetivos específicos

- Descrever as principais atividades administrativas realizadas durante o estágio;
- Apresentar as características e a evolução histórica da empresa SSC Transportes;
- Avaliar os conhecimentos práticos adquiridos durante a experiência como empreendedor.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é a base que sustenta este relatório de estágio, pois é a partir dele que se relaciona a prática vivenciada na empresa com os conceitos estudados ao longo do curso. Nesta seção, encontra-se fundamentado o referencial teórico que fundamenta este estudo, baseado principalmente nos pressupostos de Chiavenato (2003), autor que se destaca por suas contribuições à área da Administração de Empresas. Dessa forma, busca-se demonstrar como a teoria dialoga diretamente com a realidade do setor de transporte de passageiros, área em que o estágio foi realizado, destacando a importância de uma gestão eficiente, do uso de estratégias de marketing e da inovação para garantir competitividade no mercado.

3.1 ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

As micro e pequenas empresas (MPEs) constituem um dos pilares do desenvolvimento econômico no Brasil, especialmente no setor de serviços. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2023), as MPEs representam mais de 90% dos empreendimentos brasileiros, sendo responsáveis por grande parte da geração de empregos e pela movimentação econômica do país.

Ainda de acordo com o SEBRAE (2023), “O pequeno negócio oferece maiores oportunidades para o ingresso no mundo do empreendedorismo, pois apresenta menor risco financeiro e mais possibilidade de aprendizado no processo de abertura”. Dessa forma, pode-se inferir que as MPEs tornam o empreendedorismo mais acessível, uma vez que apresentam menor burocracia e não requerem alto investimento inicial.

Nesse contexto, destaca-se a importância da gestão e administração mesmo em pequenas empresas a fim de assegurar um crescimento e uma maior lucratividade. Chiavenato (2003, p.2) argumenta que “o administrador define estratégias, efetua diagnósticos de situações,

dimensiona recursos, planeja sua aplicação, resolve problemas, gera inovação e competitividade.”

A administração de pequenos negócios exige que o gestor desempenhe múltiplas funções, atuando de forma integrada no planejamento, na organização, no controle financeiro, no marketing e no relacionamento com clientes.

Além do papel administrativo e estratégico, o comportamento empreendedor é fundamental para o sucesso das micro e pequenas empresas. Conforme salientam Souza e Guimarães (2006, p. 12-13):

“A essência da característica empreendedora está em saber lidar com as incertezas e que qualquer indivíduo que tenha à sua frente uma decisão importante a ser tomada pode comportar-se de forma empreendedora, desde que tenha conceitos e teorias dando suporte aos seus atos. Além disso, o empreendedor vê a mudança como norma e como saída, sendo ele mesmo o provocador da mudança.”

Nesse sentido, compreende-se que essa perspectiva reforça a importância do gestor assumir uma postura proativa e inovadora, encarando os desafios e as transformações do mercado como oportunidades para o crescimento do negócio.

3.2. O MARKETING NAS MPES

O marketing pode ser compreendido como um conjunto de atividades voltadas para a criação de valor para a satisfação das necessidades dos clientes, com o objetivo de fortalecer o relacionamento entre a empresa e o mercado (Kotler, 2000).

De acordo com Kotler (2000, p. 25) “quando as pequenas empresas alcançam o sucesso, elas inevitavelmente passam a adotar procedimentos de marketing mais profissionais”. Dessa forma, entende-se que o marketing assume um papel fundamental no contexto da divulgação das micro e pequenas empresas (MPes), pois possibilita que os negócios de menor porte se destaquem no mercado. Além disso, é importante destacar que vivemos em uma sociedade altamente conectada, na qual a

participação e o destaque nas mídias sociais constituem fatores decisivos no processo de compra, especialmente entre o público jovem.

3.3 Empreendedorismo, Inovação e Competitividade no Setor de Transportes

Pode-se dizer que o setor de transportes de passageiros é altamente competitivo, pois é marcado pela diversidade de empresas que oferecem serviços semelhantes e pela constante necessidade de fidelizar clientes. Nesse contexto, o empreendedorismo assume um papel estratégico, uma vez que o gestor deve identificar oportunidades e adaptar o negócio às demandas do mercado, buscando a estabilização e o crescimento da empresa.

A inovação nesse segmento está fortemente associada à qualidade no atendimento e à utilização de ferramentas digitais que facilitem a comunicação com o cliente. Segundo Kotler e Armstrong (2018), a personalização dos serviços e a aproximação com o consumidor são fatores que aumentam a competitividade das empresas de menor porte.

No caso do transporte de passageiros, isso pode ocorrer por meio do uso de redes sociais para divulgação, sistemas de reserva de vagas e meios de pagamento digitais, que oferecem praticidade e agilidade, atraindo e fidelizando clientes, principalmente jovens que buscam mais rapidez e facilidade em seu dia a dia.

Porter (2004) aponta que a diferenciação é essencial em empresas com grande concorrência. No setor de transportes, existem diferenciais que podem ser usados para tornar a experiência do cliente ainda mais satisfatória, como, por exemplo: a pontualidade, conforto, segurança e, principalmente, o relacionamento com os clientes. Dessa forma, observa-se que a combinação entre práticas empreendedoras, inovações nos atendimentos e as estratégias de marketing, são importantes ferramentas para dar visibilidade às empresas, principalmente em se tratando do setor de transportes, além de fortalecer sua presença no comércio regional.

4 RELATO DE ESTÁGIO

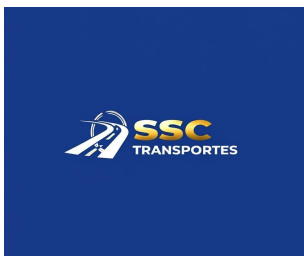
4.1 Identificação da empresa

Nesta subseção, são apresentadas as principais informações institucionais da empresa, reunindo dados fundamentais para sua identificação e compreensão organizacional

Quadro 1. Informações gerais da empresa

Neste quadro, encontram-se organizados elementos como razão social, nome fantasia, endereço, área geográfica de atuação, produtos e serviços ofertados, número de colaboradores e a logomarca da empresa.

Quadro 1 - Informações da SSC Transportes

Razão social:	
Nome fantasia:	SSC Transportes
Endereço:	Rua: Francisco Batista dos Santos
Área geografia de atuação:	Guarabira, Paraíba
Produtos e serviços oferecidos	Viagens turísticas, transporte escolar e locação de vans
Quantidade de colaboradores	3
Logomarca:	

Fonte: elaborado pelo autor (2025)

4.1.1 Dados referentes ao estágio

O estágio foi realizado no setor administrativo da empresa SSC Transportes, no período de 15/10/2025 a 28/12/2025. As atividades tiveram uma duração de 30 horas semanais, sendo realizadas 6 horas por dia, completando um total de 326 horas. Desse modo, concluíram-se as horas

práticas de estágio, sob a orientação do Prof. João Paulo De Lima Silva (IFPB).

4.1.2 Perfil da empresa

Fundada no início de 2022, a SSC Transportes, empresa onde foi realizado o estágio, é uma empresa individual de pequeno porte, especializada em transporte escolar, viagens turísticas e excursões personalizadas. A empresa surgiu após identificar uma carência no setor de transportes escolar e turístico na cidade de Guarabira e região, onde vem crescendo o interesse da população por esses serviços, principalmente em épocas sazonais, como as festas culturais em cidades próximas.

A SSC Transportes tem como principal missão oferecer serviços de transporte de passageiros com qualidade e segurança, proporcionando experiências de viagem confortáveis e confiáveis. A empresa visa se tornar uma referência regional no transporte de passageiros, sendo reconhecida pela excelência no atendimento e pela confiabilidade dos serviços oferecidos. Dessa forma a empresa tem como valores o comprometimento com a segurança e a constante melhoria do conforto dos clientes, ética nas relações comerciais, responsabilidade com clientes e colaboradores, além da pontualidade nos serviços prestados.

No que se refere à estrutura organizacional, a SSC Transportes é registrada como Microempreendedor Individual (MEI), contando com uma estrutura administrativa simplificada. Atualmente, possui apenas três colaboradores diretos, incluindo o proprietário que acumula as funções de gestão, atendimento aos clientes e condução do veículo. Quando necessário, a empresa conta com auxiliares terceirizados para serviços de transporte e manutenção.

4.2 Atividades desenvolvidas

Durante o estágio na empresa SSC Transportes, foi possível vivenciar na prática diversos aspectos da gestão comercial, especialmente nas áreas de administração, marketing e gestão de pessoas. As atividades foram desenvolvidas com base nos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, especialmente nas disciplinas de Fundamentos da Administração, Administração de Marketing e Empreendedorismo.

4.2.1 Gestão administrativa

As atividades compreenderam a organização da agenda de viagens, o controle de pagamentos e a emissão de notas fiscais. Essa rotina exigiu planejamento e controle, conforme os conceitos de Chiavenato (2003) sobre as funções administrativas (planejar, organizar, dirigir e controlar). Na prática, percebeu-se que nem sempre é possível seguir rigidamente todas as etapas do planejamento devido à demanda e à imprevisibilidade do dia a dia, o que mostra uma disparidade entre a teoria e a realidade operacional de microempresas.

4.2.2 Atendimento e Gestão de Pessoas

Ocorreu o atendimento direto aos clientes e o direcionamento de outras viagens aos parceiros terceirizados, aos quais eram passadas todas as informações necessárias sobre os trajetos e passageiros. A experiência demonstrou a importância da comunicação assertiva e da liderança participativa, temas abordados em sala de aula na disciplina de Gestão de Pessoas. Embora a teoria enfatize processos formais de motivação e avaliação, no cotidiano da empresa essas práticas ocorrem de maneira mais simples e direta, o que reforça a necessidade de adaptação das teorias à realidade organizacional.

4.2.3 Marketing Digital

Foram desenvolvidas ações de marketing digital, como a criação de postagens para o perfil do instagram e a distribuição de panfletos. Notou-se

que essas atividades foram essenciais para que a empresa ganhasse mais visibilidade. Além disso, a aplicação prática desses conceitos em uma microempresa requer criatividade e baixo custo, destacando a relevância do marketing digital como estratégia acessível e eficiente.

4.2.4 Contribuição do estágio para a formação profissional

As atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado contribuíram de forma significativa para o crescimento profissional, tanto no desenvolvimento de habilidades técnicas quanto comportamentais. A vivência prática possibilitou o aprimoramento de conhecimentos relacionados à gestão administrativa, controle financeiro, organização de processos, atendimento ao cliente e aplicação de estratégias de marketing digital, conteúdos centrais do curso de Gestão Comercial.

Além disso, as experiências vivenciadas favoreceram o desenvolvimento de habilidades comportamentais essenciais à atuação profissional, como comunicação assertiva, responsabilidade, organização, tomada de decisão, proatividade e liderança. O contato direto com clientes e parceiros terceirizados exigiu postura ética, clareza na transmissão de informações e capacidade de resolver situações imprevistas, aspectos fundamentais para o exercício do gestor comercial.

5 CONCLUSÃO

O estágio supervisionado realizado na empresa SSC Transportes possibilitou o alcance dos objetivos propostos neste relatório. O objetivo geral, que consistia em relatar as atividades voltadas à gestão comercial no setor administrativo da empresa, foi plenamente atingido por meio da prática direta nas áreas de administração, marketing e gestão de pessoas.

Quanto aos objetivos específicos, foi possível descrever as principais atividades administrativas vivenciadas, como o controle de agenda e de pagamentos; apresentar as características e a estrutura da empresa, compreendendo seu funcionamento e desafios; e avaliar os conhecimentos práticos adquiridos, relacionando-os às disciplinas do curso.

Essa vivência permitiu, ainda, observar que, embora as teorias discutidas pelos autores como Chiavenato (2003) e Kotler (2000) forneçam bases importantes para a administração e o marketing, a prática nas microempresas exige flexibilidade, criatividade e adaptação.

Assim, sugere-se como melhoria para a empresa o investimento em estratégias de marketing digital, com maior planejamento de conteúdos para redes sociais e abordagens mais ativas, como, por exemplo, o tráfego pago.

Ressalta-se, também, que este relatório apresenta como limitação o fato de a empresa possuir uma estrutura administrativa simplificada, o que restringe a aplicação de algumas ferramentas teóricas estudadas ao longo do curso.

Dessa forma, o estágio contribuiu para consolidar os conhecimentos teóricos, desenvolver competências profissionais e reforçar a importância da gestão eficiente e do empreendedorismo no dia a dia de um gestor comercial.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Chintia; Sebrae. **Aprender a empreender**. 3.ed. Brasília, DF: Sebrae, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª ed. Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao marketing**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 16. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SEBRAE. **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira**. 2023. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>>. Acesso em: 28 ago. 2025.

SOUZA, Eda Castro Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

ZABALZA, Miguel Angel. O estágio. In: ZABALZA, Miguel Ángel. **O estágio e as práticas em contextos profissionais na formação universitária**. São Paulo: Cortez, 2014.