



OTÁVIO MELO ÁLVARES MARTINS

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR
ADMINISTRATIVO EM UMA EMPRESA DO COMÉRCIO DE
LAVRAS-MG**

LAVRAS-MG

2019

OTÁVIO MELO ÁLVARES MARTINS

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR ADMINISTRATIVO EM UMA
EMPRESA DO COMÉRCIO DE LAVRAS-MG**

Relatório de estágio supervisionado
apresentado à Universidade Federal de Lavras,
como parte das exigências do Curso de
Administração, para obtenção do título de
Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2019

OTÁVIO MELO ÁLVARES MARTINS

**EXECUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR ADMINISTRATIVO EM UMA
EMPRESA DO COMÉRCIO DE LAVRAS-MG**

Relatório de estágio supervisionado
apresentado à Universidade Federal de Lavras,
como parte das exigências do Curso de
Administração, para obtenção do título de
Bacharel.

APROVADO em ____ de _____ de 2019.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS-MG

2019

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela oportunidade de aprendizado e evolução neste mundo;

Agradeço a toda minha família, principalmente meu pai Anderson, minha mãe Valquíria e minha irmã Isabela, que por todos esses anos se mostraram como suporte essencial na minha trajetória;

Aos meus amigos e a Lídia, por todo auxílio e companhia durante todo meu período de graduação;

Agradeço também ao meu professor orientador André Lima, por todo empenho e dedicação aplicados em meu aprendizado, que foram essenciais para minha formação acadêmica;

A todos os professores do Departamento de Administração e Economia por todo conhecimento compartilhado e por todo tempo investido em minha educação.

Ao meu coorientador José Willer pelo auxílio e disponibilidade para realização de meu projeto;

A Universidade Federal de Lavras, pela oportunidade de ensino qualificada que me proporcionou uma formação qualificada;

A todos, fica minha imensa gratidão por fazer parte de mais uma conquista da minha trajetória pelo mundo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estrutura hierárquica da papelaria.....	8
Figura 2 - Imagem da empresa.....	9
Figura 3 - Projeto reforma papelaria Alvorada.....	9
Figura 4 - Programa da empresa.....	12
Figura 5 - Caderno de controle de fluxo de caixa.....	14
Figura 6 - Planilha Excel fluxo de caixa.....	14
Figura 7 - Fluxo de caixa mensal.....	15
Figura 8 - Planilha de compras.....	16
Figura 9 - Antigo caderno de pedidos.....	18
Figura 10 - Novo programa de pedidos.....	19
Figura 11 - Aplicativo de mensagens instantâneas da empresa.....	21
Figura 12 - Programa de entrada de notas fiscais.....	22
Figura 13 - Programa para emissão de notas fiscais.....	24
Figura 14 - Página Instagram da papelaria.....	25
Figura 15 - Página Instagram influenciadora.....	27
Tabela 1 - Descrição das atividades desenvolvidas.....	10

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DO ESTÁGIO	7
2.1 Histórico Geral da Empresa.....	7
2.2 Estrutura Organizacional e Quadro de Funcionários da Papelaria Alvorada.....	8
2.3 Descrição do Espaço Físico.....	8
3. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	10
3.1 Controle das Atividades Financeiras	11
3.2 Elaboraões do Fluxo de Caixa	13
3.3 Gestões das Compras com Fornecedores da Empresa	16
3.4 Atendimentos de Clientes de Balcão e Empresas	20
3.5 Cadastros de Notas Fiscais de Produtos	21
3.6 Elaboraões das Notas Fiscais de Saída e Boletos Bancários	23
3.7 Estruturação e Realização das Tarefas de Marketing	25
3.8 Auxílio no Projeto da Reforma da Empresa.....	28
4. SUGESTÕES PARA MELHORIAS	29
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS.....	32

1. INTRODUÇÃO

É fato que o mundo evoluiu, fazendo assim com que em situações para ser um bom competidor não se mostra suficiente apresentar apenas o poder sobre os ambientes físicos e tangíveis do meio empresarial. Atualmente se faz necessário apresentar uma nova percepção de conhecimento, sem a qual a transformação do meio tangível não é possível. Cada vez mais a informação se mostra importante para o sucesso da organização, pois é através da interpretação dessas informações que o gestor toma suas decisões e formula os planos que vão ser norteadores para o futuro da empresa (FERNANDES, 2004).

Nesse sentido, o que diferencia um administrador de um simples executor de tarefas é que enquanto o segundo está preocupado em realizar as tarefas que aprendeu mecanicamente, o primeiro tem conhecimento de como analisar e resolver situações com cenários problemáticos. Em síntese, o administrador tem a função de ser criativo, inovador, enquanto o executor de tarefas apenas imita e copia algo já existente (CHIAVENATO, 2013).

Na matriz de componentes curriculares do curso de administração da Universidade Federal de Lavras (UFLA) se faz necessário a realização de um estágio obrigatório para a conclusão do curso. Com isso pode-se definir que o estágio supervisionado tem como meta, fazer com que o aluno de graduação tenha um contato com o campo real do exercício de sua profissão, que seja então capaz de somar com a teoria adquirida durante toda a graduação do estudante (UFLA, 2017).

A respeito do estágio pode-se descrever que este foi realizado em uma empresa de pequeno porte do setor do comércio da cidade de Lavras que tem como nome Papelaria Alvorada. Com isso, este relatório tem como objetivo essencial expor detalhadamente as atividades realizadas na empresa, sempre analisando criticamente estas e ampliando o ponto de vista dos gestores da organização.

Em primeiro plano no relatório, serão apresentadas as características gerais da empresa, assim como sua descrição completa como o histórico, a estrutura organizacional e também a descrição do espaço físico que a papelaria apresenta. Em continuidade, será descrita detalhadamente todas as atividades realizadas pelo estagiário no interior da organização, sendo que cada atividade será respaldada por uma fundamentação teórica e uma visão crítica sobre todas as tarefas realizadas. Posteriormente será descrito no relatório um tópico relacionado com as sugestões e melhorias vistas pelo estagiário, e por fim, serão apresentadas as considerações finais do estagiário sobre o período de estagio vivenciado na empresa em questão.

2. DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DO ESTÁGIO

As atividades desenvolvidas no período de estágio foram realizadas na Papelaria Alvorada, empresa de pequeno porte da cidade de Lavras-MG, que apresenta um portfólio de produtos diversificado, apresentando tanto materiais de papelaria quanto de outros segmentos, como por exemplo, produtos de artesanato, artigos de presentes, decoração e também materiais de informática.

2.1 Histórico Geral da Empresa

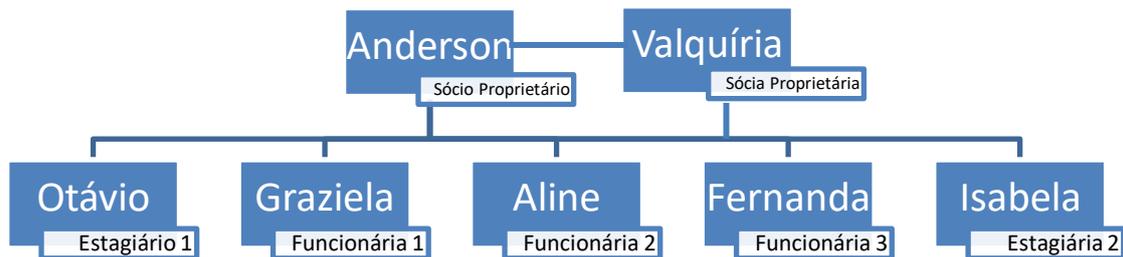
Fundada em primeiro de agosto de 1972 pelo antigo proprietário Laelson Botrel, a Papelaria Alvorada tinha como objetivo único à venda de artigos de papelaria para a população da cidade de Lavras. Sua primeira loja foi fundada na Rua Santana número 233 e contava com uma estrutura de 25 metros quadrados. Após 10 anos surgiu à possibilidade do antigo proprietário se mudar para uma loja maior na Rua Raul Soares número 125, contendo uma estrutura de 100 metros quadrados, na qual ficou instalado durante 12 anos. Com uma nova oportunidade, o antigo proprietário teve a iniciativa de construir um cômodo comercial na Rua Cincinato de Pádua, número 74 podendo assim não ter mais que pagar aluguéis e ter uma loja mais ampla com estoque melhor planejado. Prestados 45 anos o antigo dono resolveu vender a empresa, por motivos de saúde e adquirir uma maior tranquilidade para sua vida, com isso Anderson Arcangelo Martins e Valquíria Fernandes de Melo Martins realizaram a compra de toda a loja, com todo o estoque e a marca da empresa. É digno de nota que a atual sócia Valquíria já estava inserida no mercado de papelarias na cidade, por ter gerenciado a Papelaria e Livraria Crepaldi por 25 anos. Realizada então a mudança de gestão, os novos sócios ampliaram os produtos e serviços que seriam oferecidos na empresa. Atualmente após dois anos da compra, além de um maior e mais rico portfólio de produtos do segmento de papelaria, a empresa conta com produtos de artesanato, artigos de presentes, decoração e também materiais de informática.

A empresa ainda não apresenta uma identidade organizacional definida, mas os proprietários prezam por valores como honestidade, comprometimento e um bom atendimento, e tem como meta o aumento do fluxo de venda, ampliação do número de lojas e também a inserção no mercado de plataformas digitais, como Instagram, Sites de compras e aplicativos.

2.2 Estrutura Organizacional e Quadro de Funcionários da Papelaria Alvorada

A empresa conta com um pequeno número de funcionários, por ainda ter uma loja física de pequeno porte. Sendo assim a organização têm em sua estrutura organizacional de funcionários, dois sócios proprietários que realizam funções distintas dentro da empresa e demais funcionários. O primeiro sócio proprietário, Anderson, é o gestor responsável pelas compras e controle do estoque dos papéis e bobinas, e também responsável pelos recebimentos no caixa da empresa. Já a gestora, fica com a responsabilidade do serviço de compra e controle dos demais materiais, realização do movimento de caixa, emissão de notas fiscais entre outros serviços da área financeira da empresa. Além desses sócios proprietários, a papelaria tem no seu quadro de funcionários, três vendedoras, sendo uma delas realizando a função de gerencia sobre as vendas no balcão, e dois estagiários, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – Estrutura hierárquica da papelaria



Fonte: Elaborada pelo Autor (2019)

É fato que a empresa apresenta uma estrutura hierárquica simples, pelo fato de apresentar poucos colaboradores. Mesmo sendo apenas estagiários, estes apresentam mesmo grau de poder de decisão e de opinião frente aos demais funcionários, fato que é de extrema valia para maior aprendizado durante todo o período de estágio na organização.

2.3 Descrição do Espaço Físico

Encontrada na Rua Cincinato de Pádua, número 74, a organização possui uma área de 160 metros quadrados o que proporciona uma ótima estrutura para a comercialização de seus produtos. A empresa ainda apresenta um amplo estoque para o armazenamento de suas mercadorias, um escritório, uma cozinha e dois banheiros, conforme observado na Figura 2.

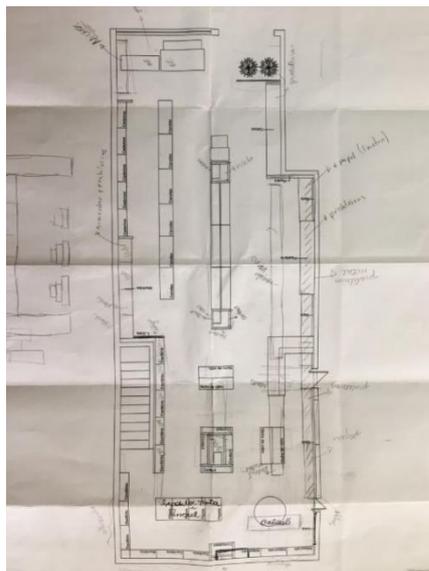
Figura 2 – Imagem da empresa



Fonte: Arquivos da Papeleria Alvorada

Após o início de estágio, foi realizado um estudo para que a empresa passasse por reformas para que o atendimento fosse melhor realizado, que houvesse um maior aproveitamento do espaço e ampla visibilidade dos produtos. Na Figura 3 pode-se observar o projeto da reforma da empresa.

Figura 3 – Projeto reforma papeleria Alvorada



Fonte: Arquivos da Papeleria Alvorada

Pelo fato de nos meses de estágio a empresa apresentar um movimento maior, não foi possível realizar a reforma completa da loja, mas observa-se que todo o projeto já foi realizado. É importante se destacar que o estagiário auxiliou os gestores nas reuniões com a presença da arquiteta para a elaboração do projeto.

3. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O estágio realizado na Papelaria Alvorada teve no total uma carga horária de 40 horas semanais, contabilizando assim 640 horas, sendo as atividades desenvolvidas do período de 7 de fevereiro até 25 de junho de 2019. Na Tabela 1, observam-se as atividades realizadas pelo estagiário, uma breve descrição e as horas dedicadas nas mesmas.

Tabela 1 - Descrição das atividades desenvolvidas

Atividades Realizadas	Descrição	Horas
Controle das atividades Financeiras	Separação e encaminhamento para pagamento dos compromissos bancários	50 Horas
Elaboração e controle do fluxo de Caixa	Análise financeira da empresa e controle de entrada e saída do caixa.	80 Horas
Gestão das compras com fornecedores da empresa	Cotação e realização de pedidos de produtos para a venda na Papelaria	100 Horas
Atendimento aos Clientes de balcão e empresas	Realização de vendas no balcão da empresa, e registro de necessidades de produtos por parte clientes e empresas	100 Horas
Cadastro de notas fiscais de produtos	Cadastro no Sistema de Gerenciamento da empresa de notas fiscais referentes a produtos comprados para a venda	150 Horas
Elaboração das Notas fiscais de saídas e Boletos bancários	Emissão de notas fiscais e boletos bancários para clientes ou empresas de produtos comprados na papelaria	60 Horas
Estruturação e realização das tarefas de Marketing	Visibilidade da empresa nas redes sociais e também participação de eventos e parcerias com cartões de fidelização de clientes.	70 Horas
Auxílio no projeto da reforma da empresa	Participação na elaboração do novo projeto da Papelaria Alvorada, juntamente com os gestores e a arquiteta.	30 Horas
TOTAL DE HORAS TRABALHADAS		640 Horas

Fonte: Elaborada pelo autor (2019)

Em suma, essas eram as atividades realizadas mensalmente pelo estagiário com o apoio da gestora da empresa. Sendo assim, dando continuidade no trabalho, os próximos tópicos abordarão detalhadamente como as atividades eram desenvolvidas.

3.1 Controle das Atividades Financeiras

Durante o período de estágio desenvolvido na Papelaria Alvorada, uma das atividades que era de responsabilidade do estagiário era a de controle dos pagamentos que a empresa tinha, tanto com seus fornecedores, colaboradores e até mesmo no aluguel da empresa. Um dos valores cobrados pela equipe de gestão era sempre o pagamento em dia de suas obrigações, para que a empresa tivesse credibilidade de seus fornecedores e valorização de seus empregados.

De acordo o site do (SEBRAE 2019) as contas a pagar são as obrigações assumidas pela organização e que estas podem ser representadas como a compra de mercadorias, máquinas, serviços, impostos, alugueis e entre outros. Com isso, ainda e indicado pelo mesmo órgão que o controle financeiro seja algo rotineiro dentro do ambiente organizacional, para que as decisões possam ser tomadas com mais precisão e confiabilidade.

Para que o controle de contas a pagar seja bem realizado, é indicado pelo SEBRAE, que a empresa siga alguns passos, e que eram totalmente respeitados e realizados pelos gestores da Papelaria Alvorada. Esses passos indicados, então seriam: a) identificação das contas a serem pagas; b) verificação das obrigações não pagas; c) não permitir que se perdessem prazos; d) fornecer informações para a elaboração do fluxo de caixa.

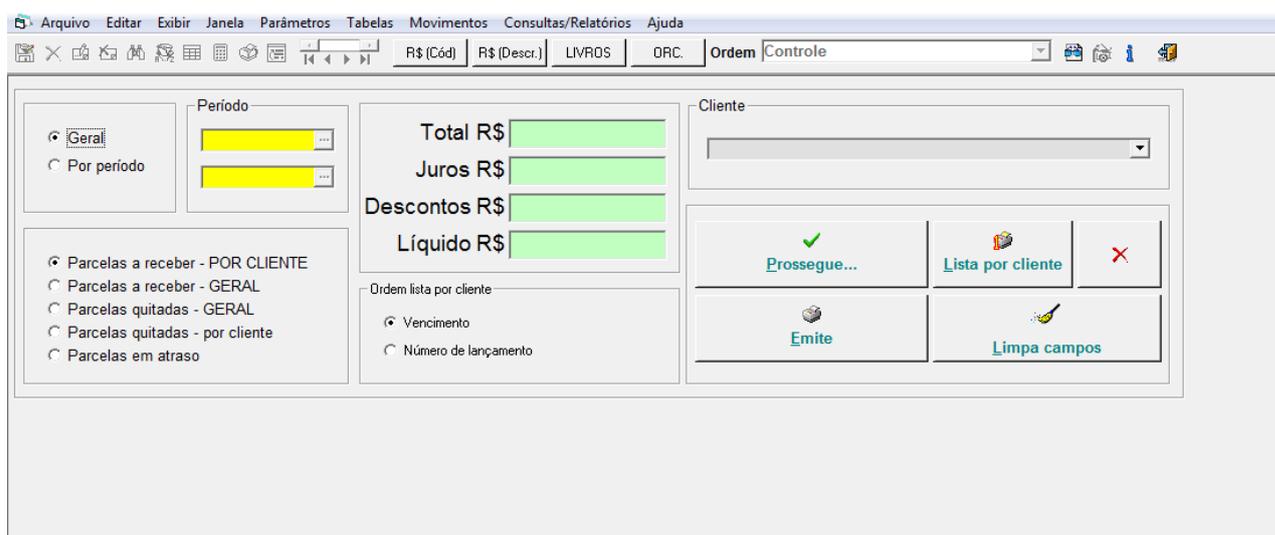
Na atual conjuntura do mercado globalizado e competitivo, planos estratégicos de forma correta e no devido tempo, são fatores de extrema importância para o sucesso das empresas. Independente do tamanho da empresa é fundamental que esta apresente um planejamento e controle bem elaborado para que se antecipem oportunidades e possíveis ameaças a sua organização (SILVA, JONES 2016).

Nesse tocante, era de responsabilidade do estagiário que as duplicatas estivessem sempre organizadas na mesa do sócio proprietário para que este mesmo realizasse pagamento. Sendo assim, era necessários uma organização e um planejamento para que todos os fornecedores fossem pagos no dia do vencimento da duplicata, para que juros não fossem cobrados e possibilidade de descontos em compras futuras com os mesmos. Além de organizar os documentos para o gestor, ainda era necessário que fossem somadas todas as obrigações da semana, para que o proprietário se organizasse para o pagamento.

O pagamento dos colaboradores era realizado todo quinto dia útil do mês, com isso era contabilizada na soma semanal das contas com os fornecedores, tudo para que o gestor tivesse uma maior preparação para que o capital necessário fosse levantado em cada dia dos seus respectivos pagamentos. Além dos colaboradores, o aluguel também era pago na primeira semana de cada mês, fazendo com que o gestor estivesse bem preparado para o pagamento dos mesmos.

É válido de se ressaltar que todos os pagamentos das obrigações eram colocados em uma planilha no Excel e no programa de gestão da empresa, para que na hora da realização do fluxo de caixa mensal todas essas informações se mostrassem com maior facilidade para os gestores e o próprio estagiário da papelaria. A imagem abaixo mostrará o programa de onde eram retiradas as informações para que essas fossem anexadas na planilha do Excel.

Figura 4 – Programa da empresa



Fonte: E Arquivos do programa da Papelaria Alvorada

A utilização das duas plataformas se fazia necessária, pois o programa da empresa da figura acima (5) não era de fácil visualização das origens das obrigações a serem pagas, nem de quando deveriam ser pagas, por isso a necessidade de uma planilha de Excel mais detalhada, contendo nela o dia dos pagamentos, qual era o fornecedor, número de parcelas da compra e quando seriam realizadas o pagamento.

Referente a essas atividades realizadas, não foi observado pelo estagiário possível mudanças na forma com que estas devem ser realizadas, pois como são atividades operacionais e simples, não seriam necessárias mudanças. Fica notável que a orientação de uma maior organização para o proprietário facilitaria o trabalho e não permitiria atrasos em

pagamentos e perdas de duplicatas, situações que já aconteceram anteriormente na organização.

3.2 Elaborações do Fluxo de Caixa

Atualmente a elaboração do fluxo de caixa se mostra de extrema importância para todas as organizações. Nesse sentido, os sócios proprietários da papelaria Alvorada prezam por um fluxo de caixa bem elaborado e simplificado, que demonstre com precisão e maior facilidade a situação financeira que a empresa apresenta.

Na esteira desse processo, de acordo Pivetta (2004), o fluxo de caixa é uma demonstração dinâmica, que proporciona ao gestor uma bagagem de informações que o auxiliará na tomada de suas decisões. O fluxo de caixa então representa o controle, a previsão e o registro de todas as movimentações financeiras durante certo período de tempo, contendo recursos para a análise da vida financeira da organização.

Era então responsabilidade do estagiário o acompanhamento e elaboração do fluxo de caixa da empresa. Na organização era realizado um fluxo de caixa diário e um mensal. Como era uma atividade que os gestores demonstravam muita importância, o estagiário realizava sempre com a orientação de sua supervisora, que era a sócia proprietária da empresa.

O fluxo de caixa diário era realizado no caderno da empresa, que após cada semana seriam transferidos para uma planilha do Excel. Neste fluxo eram colocadas todas as atividades de movimentações financeiras realizadas na empresa no dia em questão, sendo elas de saídas de caixa, entradas por parte das vendas e também recebimentos de clientes ou empresas compradoras da papelaria. Era então no começo do dia marcado o dia que o fluxo representaria, e no passar do dia as retiradas realizadas, como: compra de sacolas plásticas, padaria, supermercado, ou ate mesmo retiradas dos gestores eram colocadas no caderno. Os recebimentos dos clientes e das empresas eram marcados em um lugar separado da folha do dia, para que não houvesse confusão na hora de acertar o caixa diário, essa forma de controle da empresa será exemplificada na imagem da Figura 5.

No final de cada mês, após a realização dos fluxos de caixa diários, era necessária a realização do fechamento do fluxo de caixa mensal. O fechamento mensal era realizado em uma planilha do Excel, que continha todas as movimentações financeiras diárias. O fluxo de caixa mensal apresentava à entrada de vendas no dinheiro, cartões das diferentes bandeiras e bancos que a empresa tinha conta, as duplicatas pagas no mês, o gasto mensal que a família dos proprietários tinha e no final os saldos de caixa apresentado no respectivo mês, como será representado na Figura 7 anexada.

Figura 7 – Fluxo de caixa mensal

ENTRADAS:				
RECEBIMENTOS:	-			
VENDA A VISTA:	-			
CHEQUE PRE (ENTRADA):	-			
	-			
CARTAO CEF	-			
CARTAO BB	-			
	-			
SUBTOTAL:	-			
SAIDAS				
DUPLICATAS	-			
DESPESAS	-			
	-			
	-			
SUBTOTAL:	0,00			
TOTAL DO FECHAMENTO DO MÊS	0,00			
			cef	
			poupança	
			BB	
			cheque pre	
			dinheiro	
saldo sem saldo do ano	0,00			
TOTAL GERAL	0,00			
	-			

Fonte: Arquivos do programa da Papelaria Alvorada

Sobre o fluxo de caixa, ficou claro para o estagiário que os sócios proprietários da empresa apresentavam dificuldade em controlar o fluxo de compras com seus fornecedores, nesse sentido, foi proposto para os mesmos que realizassem um controle mais exato das compras que gerariam obrigações futuras para a empresa. Com a permissão para a elaboração do programa, o estagiário elaborou uma planilha no programa Excel para que todas as compras realizadas fossem inseridas na tabela. Nesta foram colocados campos referentes ao dia que foi realizada a compra, a data de pagamento, o fornecedor dos materiais, o número de parcelas que foi dividida a compra e por fim o valor referente a compra total ou o valor da parcela do mês subsequente. No final tabela teria o somatório de todos os valores a serem pagos no próximo mês, o que faria que a gestora de compras tivesse mais informações para o auxílio no fechamento do fluxo de caixa e também se organizasse para ter um maior controle sobre as compras efetuadas. Na Figura 8 encontra-se a planilha de compras.

produtos para a venda era uma atividade que o estagiário necessitava de auxílio da supervisora, para que tudo ocorresse da melhor forma.

Simões e Michel (2004) dissertaram que a realização das compras na empresa são fatores determinantes para a atividade de uma empresa, pois dependendo de como esta tarefa é realizada, pode-se gerar uma melhoria nos lucros e a obtenção de uma queda nos custos. Ainda relatam que as compras podem representar entre 50% até 80% da receita bruta das empresas, o que demonstra o quão significativo é uma gestão bem elaborada desse setor em uma empresa.

Diante de tudo que foi exposto, era então de responsabilidade do estagiário juntamente com sua supervisora o atendimento dos fornecedores para que a compra dos materiais fossem realizadas. No início as compras eram efetuadas mediante anotações das funcionárias em um caderno de pedidos. Neste caderno as colaboradoras anotavam apenas o material que estava em baixa no estoque e que era de demanda dos clientes ou das empresas. Semanalmente os fornecedores de atacado passavam na empresa, sendo assim, os materiais com urgência de pedido e aqueles que representavam pouca expressão de uma marca, eram já negociados com os vendedores de atacado. Os produtos que não necessitavam de entrega imediata, o estagiário e a supervisora deixavam acumular, até que uma grande quantidade de produtos da marca contabilizasse o pedido mínimo da empresa, para que assim o compra fosse realizada diretamente.

Analisando todo esse processo que era executado para que as compras fossem efetuadas, o estagiário percebeu que o processo continha algumas falhas o que refletia em produtos com elevado valor no balcão e excesso de estoque na empresa de alguns produtos. Dentre as falhas notadas pelo estagiário pode-se destacar que, o caderno de pedidos era mal organizado pelas funcionárias da empresa, que nas anotações não estavam presentes o nome dos clientes que tinham urgência no pedido e também não era mensurado o estoque que a empresa disponibilizava dos produtos que estavam prestes a ser pedidos.

Todas essas falhas no processo geravam perdas para a empresa. Em relação a má organização do caderno, notava-se que na hora da realização dos pedidos a gestora ou o estagiário ficavam perdidos, não sabendo ao certo o que era necessário, o que era de caráter de urgência, qual fornecedor pedir. A não visibilidade dos clientes que solicitavam produtos fazia com que alguns não ficassem satisfeitos, pela demora ou não feedback da empresa para com eles. E por fim, a não mensuração do estoque, fazia com que muita das vezes por erro das funcionárias, algum produto fosse pedido mesmo já constando na loja, o que gerava um alto valor de mercadorias parado e problemas para a logística do estoque a empresa. Como é

possível de se observar na Figura 9, o antigo caderno de pedidos era extremamente confuso, o que dificultava o trabalho tanto dos funcionários quanto da gestora para realização dos pedidos.

Figura 9 – Antigo caderno de pedidos

2/10/03			
Fecconi			
16x22 avo (Cimeca brisa)	2		✓
16x22 branco - 1 caixa	2		✓
16x22 pardo	15		
18x25 branco - 3 caixas	5		
18x25 pardo - 8 caixas	15		
20x28 - branco	6		
20x28 - pardo	12		
22x32 - pardo - 9 caixas	25		
22x32 branco - 1 caixa	4		
24x34 branco - 2 caixas	3		
24x34 pardo - 3 caixas	6		
carta 1/1 ep	3		
opreio 1/1 ep.	5		
colorido carta			
az. marinho - 4 caixas	rosa - 2 caixas	verde	
az. claro - 5 caixas	azul escuro	rosa escuro	am
marrom - 2 caixas	preto	rosa	brn
laranja - 1 caixa	verde	verde claro	brn
	amarelo	verde esc.	
unidade			
branco	turquesa - 1 caixa	verde - 1 caixa	
rosa claro - 1 caixa	preto - 2 caixas	verm. - 1 caixa	
rosa escuro, amarelo, azul escuro	verde claro	palha / edith	
verde	verde	verde	
amarelo - 6 caixas	rosa escuro - 5 caixas	verde	
laranja - 3 caixas	laranja - 1 caixa	verde	

Fonte: Arquivos da Papelaria Alvorada

Analisado todos esses problemas, foi proposto para os gestores que fosse realizado um programa para que as funcionárias lançassem os pedidos que deveriam ser executados. Neste lançamento estariam presentes campos que continham o nome do produto, o fornecedor, o caráter de urgência, quantidade necessária e o cliente que solicitou com o telefone. Para os gestores seriam elaborado relatórios com os pedidos lançados, todos estes separados por fornecedores, e que no relatório de cada empresa, estaria presente os produtos que eram necessários, a quantidade, o caráter de urgência, o preço de custo da ultima compra, o estoque atual da empresa referente ao material e o nome do cliente.

A ideia proposta pelo estagiário foi acatada pelos gestores, e já esta sendo colocada em pratica. Após um treinamento com as funcionárias o caderno de pedidos parou de ser

utilizado, e o processo de realização de compras ficou mais dinâmico e mais fácil de ser efetuado, pode-se observar o novo programa na Figura 10 anexada.

Figura 10 – Novo programa de pedidos

CÓDIGO	NOME DO FORNECEDOR	QT. PEDIDOS
02047	INDUSTRIA GRAFICA FORONI	1
02069	LABATE PAPEIS, MAQUINAS E SUPRIMENTOS LTDA	1
02724	MASTER COMERCIO, IMPORT E EXPORT LTDA	6
02725	OFF PAPER IND. DE PAPEIS ESPECIAIS EIRELI	3
02096	PENTEL DO BRASIL IMP. EXP. IND. COM. LTDA	14
02613	PILOT	19
02173	REVAL ATACADO DE PAPELARIA LTDA	2
02628	RIO BRANCO COM. E IND. DE PAPEIS LTDA	2
02170	SOCIEDADE DE PLASTICOS DAC LTDA	9
02190	SOUZA & CIA LTDA	7

DATA	CÓD.	NOME CLIENTE	TEL.	CÓDIGO	DESCRIÇÃO DO ITEM	QTD	ESTOQUE	CUSTO	STATUS	EXCLUIR?
13/06/2019	02691	CLIENTE A VISTA		12.0001	MERCADORIAS	1,000	2.329,000	1,04	Pendente	Não

Fonte: Arquivos do programa da Papelaria Alvorada

A respeito do programa destacado na Figura 10, nota-se a presença do máximo de informações relevantes sobre os produtos a serem pedidos pelos gestores, para que a decisão de compra seja realizada com mais informações e conseqüentemente aconteça de uma forma mais fácil e eficiente.

Com a implementação do novo programa na empresa, foi possível de se observar que a forma com que os pedidos eram realizados pela gestora se tornou mais fácil e rápido trazendo maior eficiência na execução da tarefa. Foi notório que com esta nova plataforma os produtos pedidos pelos clientes se tornaram mais visíveis para a gestora, o que trouxe uma resposta mais rápida e precisa para os consumidores, culminando assim, em uma maior satisfação destes. Os colaboradores da empresa também analisaram a mudança como positiva, pois permitiu uma melhor organização do trabalho deles e facilitou a forma com que eram realizados os levantamentos para pedidos na empresa. Em síntese a mudança realizada já demonstrou pontos que positivos que melhoram na gestão da empresa, como maior eficiência para elaboração de pedidos, maior satisfação tanto dos clientes como colaboradores e também um maior controle dos materiais necessários para se comprar na papelaria.

3.4 Atendimentos de Clientes de Balcão e Empresas

Assim como as outras atividades exercidas pelo estagiário, o atendimento dos clientes e das empresas que compravam os produtos da papelaria era de grande valor para que a empresa continuasse seu crescimento. A cobrança por parte dos gestores com todos seus funcionários era que os clientes representavam a chave para o sucesso da empresa, e que deveriam ser tratados da melhor forma possível. A postura, simpatia, uniforme e boa conversa eram pontos que sempre eram enfatizados nos treinamentos, para que a empresa se tornasse referência de bom atendimento na cidade de Lavras.

O autor Pinto (2005) definiu que para que as empresas atualmente se tornem bem sucedidas é necessário que estas reformulem seus processos internos voltados para a abordagem do mercado, tendo como objetivo principal a satisfação do seu cliente, pois este, de acordo com os autos, determina o preço do produto ou do serviço prestado pela organização. Pinto (2005) ainda discorre que uma das estratégias para o sucesso da empresa é a fidelização do cliente, pois o cliente sendo fiel sempre estará retornando a loja e trará novos clientes junto com ele, no marketing boca a boca.

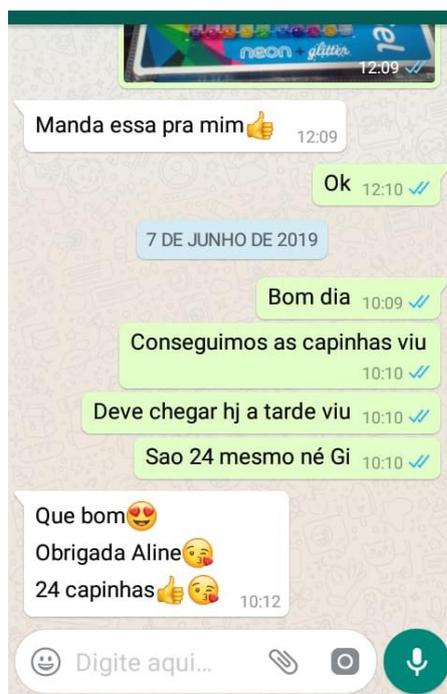
Com isso, o atendimento na papelaria era realizado de forma bem simples, o cliente chegava à papelaria e era função dos colaboradores a realização da abordagem para entender qual a necessidade do cliente. Era extremamente orientado que o cliente não ficasse esperando e que se não houvesse o produto desejado que se mostrasse produtos que poderiam ser adequados para que o cliente realizasse a compra, e em último caso, era anotado o nome do cliente e o produto que ele não encontrou, para que posteriormente fosse dado um retorno, informado se foi realizado o pedido com o fornecedor e quando chegaria.

Foi observado pelo estagiário uma necessidade de um marketing de relacionamento com os clientes, para que estes tivessem uma maior comodidade para realização de pedidos e que também fosse possível a criação de um novo ambiente para que os produtos fossem ofertados. Com relação ao marketing de relacionamento, Pinto (2005) corroborou mostrando que esse relacionamento pelas redes virtuais é imprescindível para obtenção de dados históricos detalhados, e que com esses pode-se chegar a uma vantagem competitiva frente aos concorrentes.

Nesse tocante, foi proposto para os gestores a criação de um Whatsapp comercial da empresa, para o relacionamento direto com os clientes de balcão e também as empresas que rotineiramente realizavam pedidos de produtos. À medida que os funcionários já apresentavam informações precisas sobre os clientes fieis, eram enviados para os mesmos, produtos novos e promoções referentes a cada perfil, para que isso se tornasse outra

ferramenta para a fidelização dos clientes. A relação do pós-venda também foi introduzida, tendo como exemplo o do período de compras de materiais escolares, sendo que mensagens foram enviadas aos responsáveis desejando um ótimo retorno para seus filhos, o que se mostrou outra tentativa para que o cliente se sentisse satisfeito com a experiência de compra na empresa. Pode-se observar o contato com o cliente na Figura 11.

Figura 11 – Aplicativo de mensagens instantâneas da empresa



Fonte: Arquivos da Papelaria Alvorada

O contato com o cliente pelo aplicativo de mensagens se fez muito positivo para o relacionamento com os mesmos, pois possibilitou um novo meio para divulgação de produtos para os clientes como demonstrado na Figura 11.

3.5 Cadastros de Notas Fiscais de Produtos

Dentre todas as atividades realizadas dentro da empresa pelo estagiário, é fato que a função de cadastro de notas fiscais dos produtos comprados se mostrava o mais cobrado por parte dos gestores, pois esta representava a principal e a primeira função aprendida ao entrar na organização. Com a chegada das notas fiscais e conseqüentemente das mercadorias, era sempre fundamental que o cadastro fosse realizado o mais rápido possível, para que o produto pudesse ser alocado em seu devido espaço na prateleira ou no estoque, e que este se apresentasse pronto para a venda ou para a entrega a clientes com pedidos pendentes.

Não são apenas esses os principais fatores que fazem esse cadastro se tornar fundamental para o bom funcionamento da organização, pois de acordo os autores Pedroso e Zwicker (2008) as informações contidas no cadastro eletrônico dos produtos são de extrema importância, uma vez que, demonstrada formulações inadequadas ou erros de informação podem gerar inconsistência nas transações comerciais ocasionando assim, ineficiência na cadeia de suprimentos. Os autores ainda exemplificam dissertando que uma informação incorreta no cadastro dos produtos pode provocar erros na emissão de ordens de venda e compra, bem como incoerências nos processos de faturamento, recebimentos, contas a pagar, entre outros.

O processo então era concebido da seguinte forma, com a chegada da mercadoria na empresa era de responsabilidade do estagiário que tomasse conhecimento da nota fiscal e emitisse uma segunda via para que as funcionárias colocassem os códigos dos produtos a fim de facilitar o cadastro dessas mercadorias no sistema da empresa. Ao receber as notas fiscais já com os códigos, era necessário que se entrasse no site da receita federal para baixar o XML da nota, e conseqüentemente começar o cadastro.

Figura 12 – Programa de entrada de notas fiscais

Fonte: Arquivos do programa da Papelaria Alvorada

Como observado na Figura 12, vários eram os campos a serem preenchidos em cada produto, sendo os principais: o código da mercadoria, a quantidade, a taxa de despesa e a taxa de lucro desejada no produto. Em relação à quantidade era orientado ao estagiário atenção, pois as notas sempre vinham com quantidades em caixa, e como eram vendidas separadamente muitas delas no balcão, era necessária uma nova conta com a quantidade exata para que não houvesse incoerência de preço com os concorrentes. Já em relação à taxa de despesa, era sempre colocado 15% referente aos gastos da empresa, como frete, funcionários, aluguel e também nesse mesmo campo eram somados impostos de diferença estadual que algumas notas fiscais apresentavam.

A respeito desse processo, foi proposto uma simples mudança em relação a atividade realizada. Muitas das vezes era observado que as funcionárias colocavam códigos em produtos já salvo pelo sistema da empresa, o que mostrava que era um trabalho desnecessário por parte das colaboradoras, sendo assim, primeiro o estagiário dava entrada no sistema e conferia os itens que estavam salvos no sistema e os que não estavam salvos ou que eram novos, marcando apenas os que eram necessários, aprimorando assim o processo e facilitando o serviço dos funcionários da loja. Mas em sentido geral, a atividade não demandava alterações, por se qualificar como um processo padrão e operacional dentro de todas as organizações.

3.6 Elaborações das Notas Fiscais de Saída e Boletos Bancários

A prática de uma gestão transparente e certificada sempre se mostrou de grande importância para os administradores da Papelaria Alvorada. Na esteira desse processo, uma das funções do estagiário era a emissão das notas fiscais eletrônicas solicitadas pelos clientes e empresas da organização. Assim como nas notas fiscais de entrada, as notas emitidas de saídas de produtos da empresa eram devidamente armazenadas para serem entregues ao contador da empresa ao final de cada mês.

A nota fiscal eletrônica modelo digital de documento fiscal, em substituição do modelo tradicional de papel, recebe destaque pelo fato de oferecer maior transparência em todo procedimento de emissão e recebimento de documentos fiscais, concedendo assim, de modo simultâneo a averiguação das operações realizadas pelos órgãos arrecadadores e os órgãos de fiscalização. No cotidiano, isso significa que, as entidades contribuintes passem a utilizar um sistema digital, online, permitindo que todos os arquivos armazenados em uma única base sejam compartilhados por órgãos autorizados, que podem então, acessar livremente e diretamente o sistema e obter qual a informação que almeja (SILVA et al., 2014).

A atividade desenvolvida era realizada da seguinte forma, sempre que solicitado no balcão da empresa por clientes a emissão da nota fiscal eletrônica, um recibo comum era impresso pelo sistema geral da empresa pela funcionária que estivesse realizando a venda ao cliente, e este mesmo recibo era utilizado como base pelo estagiário que acessava o sistema responsável pela elaboração das notas fiscais eletrônicas, que fosse autorizado pelos órgãos fiscalizadores. Com a nota fiscal pronta no programa, o estagiário mandava para aprovação na receita, comunicação que demorava poucos segundos para que fosse aprovado, ou qual a

revisão necessária para que esta fosse emitida. Na Figura 13, será anexada uma foto de como era o programa para a elaboração das notas fiscais da empresa;

Figura 13 – Programa para emissão de notas fiscais

The screenshot shows a software application window for issuing fiscal notes. The interface is organized into several sections:

- Top Bar:** Menu options (Arquivo, Editar, Exibir, Janela, Parâmetros, Tabelas, Movimentos, Consultas/Relatórios, Ajuda) and a title bar with 'R\$ (Cód.)', 'R\$ (Descr.)', 'LIVROS', 'ORC.', and 'Ordem Nº da nota'.
- Dados da NF:** A large section with multiple input fields and dropdown menus for:
 - Client information: NOTA, DATA, NOME DO CLIENTE, MODELO, SÉRIE, TOTAL ÍTEM R\$, BASE ICMS, VR. ICMS R\$, FRETE R\$, SEGURO R\$.
 - Operational details: OUTRAS DESP. R\$, DESC. R\$, TOTAL DA NF R\$, DATA DA SAÍDA, FINALIDADE, PRESEÇA DO CLIENTE, TIPO DE INSCRIÇÃO.
 - Transaction details: NATUREZA DA OPERAÇÃO, NORMAL/CONTINGÊNCIA, FRETE, TRANSPORTADORA.
 - Payment and other: PLACA, PRAZO, QUANTIDADE, ESPÉCIE, FORMA DE PAGAMENTO, CARTÃO, SEFAZ / SISTEMA.
- Carta de correção:** A section for correction details, currently empty.
- ÍTEM DA NOTA Table:** A table with columns: CODIGO, DESCRIÇÃO DO ITEM, CFOP, CSOSN, QUANTIDADE, UNITÁRIO R\$, TOTAL R\$, BASE ICMS, ALIQ ICMS%, VALOR IC. The first row is highlighted in yellow and contains an asterisk (*).
- Bottom Section:** Fields for 'Devolução referente a NF-e:', 'STATUS', and 'CANCELADA?'.

Fonte: Arquivos do programa da Papelaria Alvorada

Além da emissão das notas fiscais de saída, era responsabilidade do estagiário a elaboração dos boletos bancários para pagamento dos clientes ou das empresas. Na maioria das vezes, apenas eram emitidos boletos para as empresas para que estas tivessem uma maior comodidade de pagamento. Então, logo após a emissão da Nota fiscal eletrônica, o estagiário acessava o site do banco da papelaria e processava o boleto, função que se demandava muita atenção, pois qualquer cancelamento gerava uma multa para a empresa.

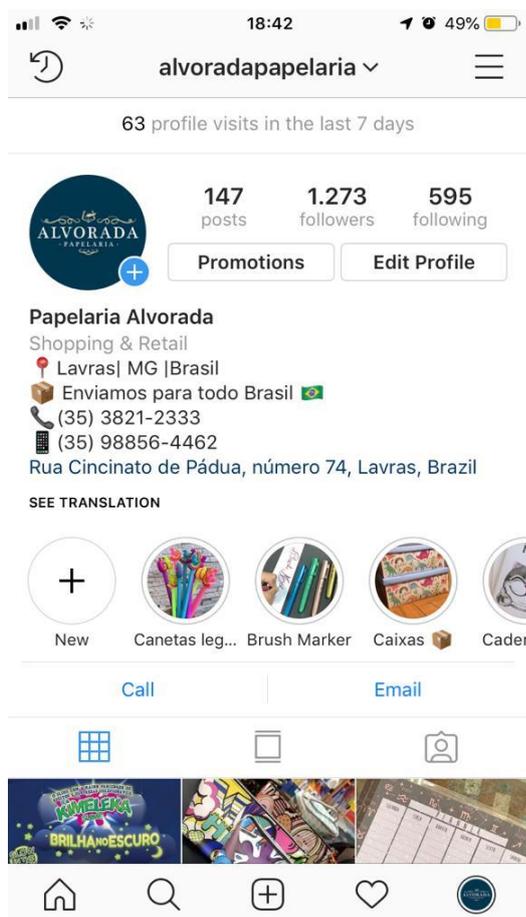
Em síntese, todas essas atividades citadas no tópico eram fáceis de ser realizadas e não apresentavam necessidade de mudança, pelo simples fato de serem totalmente operacionais, e também atividades que dependiam da regulamentação governamental, representando assim, pouca, ou quase nenhuma possibilidade de manutenção.

3.7 Estruturação e Realização das Tarefas de Marketing

A realização e estruturação das tarefas vinculadas ao marketing da Papelaria Alvorada são desenvolvidas pelo estagiário e pela filha dos gestores da empresa, pois ambos apresentam um maior conhecimento sobre as ferramentas das redes sociais atuais. A empresa no início não apresentava nenhuma ferramenta social de comunicação, tudo era realizado por meio da página pessoal da sócia proprietária. Nesse sentido, a primeira ação realizada foi a criação de uma página comercial no Facebook e uma página da empresa no Instagram.

Já com as páginas criadas, os responsáveis prezam por produzir um conteúdo que apresente promoções, novidades, notícias e os demais produtos presentes no portfólio da papelaria. Também é necessário que as mensagens enviadas pelos clientes sejam devidamente respondidas em curto espaço de tempo, e que todas as respostas apresentem uma linguagem adequada para cada situação, levando sempre em consideração o segmento em que o cliente esta inserido. Na Figura 14, pode-se observar a página no Instagram da empresa.

Figura 14 – Página Instagram da papelaria



Fonte: Arquivos da Papelaria Alvorada

De acordo o autor Ricca (2005) o marketing e simplesmente uma ciência que tem como objetivo principal as relações de trocas, em síntese então, onde houver um relacionamento que haja troca, estará lá o marketing.

Na esteira desse processo, de acordo D´Angelo, Shneider e Larán (2006) o Marketing de relacionamento surgiu nas últimas décadas, como um dos campos mais propícios a investigação. Ademais, se tornou alvo de interesse gerencial, pois esta prática pode proporcionar para a empresa melhores resultados por meio do desenvolvimento relacionamento de longo prazo.

É interessante de se ressaltar que o conceito de concorrência nesse novo mercado esta alterando, onde as marcas tradicionais de alto volume estão mudando para os nichos e baixo volume, pois com a internet não se tem mais o constrangimento logísticos físicos de empresas e marcas pequenas. Todo esse processo permite com que empresas entrem em setores que antigamente não teriam possibilidade de ter entrado, permitindo assim oportunidades para o crescimento de novas empresas (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

No contexto da organização, observou-se que alguns pontos poderiam ser melhorados no tocante ao marketing de relacionamento, principalmente pelo fato dos gestores não acreditarem e não terem a cultura de se comunicar por plataformas digitais. Com isso, o estagiário sempre propõe medidas para que o alcance das mídias sociais cresça para que isto se transforme em lucro para a empresa e assim mudar a concepção tradicionalista e antiquada dos proprietários da empresa.

Desde o início com as atividades de marketing de relacionamento, foram inseridas algumas medidas para que a empresa se torne conhecida nesse meio digital. Uma das medidas propostas e aceita pelos donos foi a utilização de uma influenciadora para a propagação dos produtos da empresa. Após um estudo realizado pelo estagiário, ficou decidido que a parceira seria uma professora, que tinha em seu perfil mais de seis mil seguidores. A escolha da parceira foi esta, pelo fato dela atingir precisamente o segmento de cliente desejado pela papelaria, que seriam seus alunos, mães e professoras do meio educacional. Um exemplo de postagem realizada no perfil da influenciadora pode ser observado na Figura 15.

Figura 15 – Página Instagram influenciadora



Fonte: Arquivos da Papeleria Alvorada

Outra medida adotada no marketing de relacionamento foi a elaboração de sorteios para que a página do Instagram da Papeleria Alvorada fosse mais conhecida e tivesse um maior número de seguidores, medida que se tornou bastante comum nas páginas empresariais das redes sociais. Também nessa publicação houve a contribuição em sua página pessoal da influenciadora parceira da papeleria

A partir do momento em que as atividades nas redes iniciais se iniciaram foi notório que esta era um forma de comunicação muito valiosa para a empresa, pois logo de início vendas foram concretizadas, pessoas visitavam a empresa em busca de produtos postados, e clientes se tornaram fieis, sempre pedindo mais postagens, mais produtos e promoções na página da papeleria. O que mais se observou resultado foi no período de natal, sendo que ocorreram muitas vendas e muitas reservas de produtos para clientes, que até então não tinham muito conhecimento pela papeleria.

Em geral, essas medidas proporcionaram um maior reconhecimento da marca da empresa no mercado e possibilitou vendas por meio dessas redes. Entretanto, observa-se que o trabalho no marketing da empresa pode ser mais bem realizado, tendo publicações constantes e um maior investimento para que essa ferramenta alcance um maior número de clientes e conseqüentemente gere mais lucro para a organização. A determinação de um valor fixo

mensal para Marketing seria uma medida de extrema importância e de grande eficácia, no entanto, ainda é necessário que os proprietários se familiarizem com este novo tipo de interação com os clientes.

3.8 Auxílio no Projeto da Reforma da Empresa

Após dois anos da nova gestão da Papelaria Alvorada, foi observado pelos sócios proprietários a necessidade de uma mudança na organização da empresa, assim como uma reforma dos móveis e uma pintura em toda a empresa. O que mais se fazia necessário era uma melhor exposição de todos os produtos, pois muitos que necessitavam ser visíveis ficavam em lugares escondidos, pela falta de organização e espaço que a empresa apresentava.

É fato que atualmente o varejo passou por várias modificações, e que os novos rumos da economia trouxeram diferentes tipos de clientes. Nesse sentido, fica evidente que se criaram novos segmentos, novos produtos e uma nova concepção de hábito de consumo. Na esteira desse processo a concorrência no setor varejista aumentou significativamente e com isso, certos aspectos das gestões que antigamente eram menosprezados, atualmente se fazem de suma importância para adquirir vantagem competitiva (PONTE 2003).

De acordo Mattar (2011) ambientação física compreende nas propriedades físicas presentes nas situações de compra. Neste ambiente é levado em conta o planejamento consciente do espaço para provocar desejo de compra nos consumidores. O autor ainda corrobora afirmando que é necessário que se projete um local tendo como objetivo de se influenciar positivamente as percepções do consumidor pelo meio dos mecanismos sensoriais como audição, visão, olfato e também o tato.

A respeito do novo projeto para a papelaria, é possível de se afirmar que nas reuniões com a arquiteta, era de interesse do estagiário e dos gestores a busca do máximo de espaço para a exposição de produtos que muitas das vezes não tinha um local adequado, acarretando no baixo número de vendas. Foi pedido no projeto que materiais de informática ficassem em um local próximo ao caixa com o máximo de visibilidade possível. Os materiais de artesanato que fossem realocados em um local com mais acesso, e que houvesse a presença de uma mesa para que os produtos fossem mostrados e manejados facilmente pelos clientes. As cores das paredes e das prateleiras da loja também foram modificações requisitadas, para que o ambiente se tornasse mais leve, favorecendo a exposição dos produtos e também apresentando as cores da logomarca da empresa, fortalecendo assim a imagem da empresa na concepção dos clientes. A presença de mais uma mesa no escritório com outro computador também se

mostrou necessário, pois sempre o estagiário tinha que esperar a gestora terminar o serviço para assim poder começar, fato que atrasava o andamento de algumas atividades da empresa.

Em síntese, era de interesse do estagiário e dos gestores que a loja não perdesse a imagem a original de simplicidade que já era característica para seus clientes, e que a reforma seria necessária para melhor exposição dos produtos, uma reforma no ambiente que já era fundamental, principalmente a pintura, e também algumas modificações para que os funcionários pudessem realizar seu trabalho mais facilmente e os clientes tivessem maior comodidade e acesso dentro da organização.

4. SUGESTÕES PARA MELHORIAS

Como a Papelaria Alvorada se caracteriza como uma empresa de pequeno porte nota-se que a possibilidade de diálogo entre os colaboradores e os gestores é bem positiva, o que proporciona um ambiente de integração e valorização dos funcionários da organização. Na esteira desse processo, muitas melhorias já foram implementadas no cotidiano da empresa, entretanto algumas outras também foram observadas pelo estagiário.

Uma das sugestões para uma maior eficiência da organização listada pelo estagiário seria a elaboração de metas para os funcionários, principalmente pelo fato das vendas serem sua principal função dentro da companhia. Nesse sentido, foi observado que em muitas situações as vendedoras da empresa deixaram de oferecer produtos, ou de tentar convencer o cliente pela falta de incentivo, tanto financeira quanto motivacional dos gestores. A adoção da ferramenta de comissão já foi adotada testada pelos gestores, porem não foi satisfatório, visto que os funcionários não eram instigados a uma possível melhora, pois de qualquer forma já estava ganhando algo a mais em seus salários. Analisando nesse cenário então, demonstrou-se mais viável para o estagiário a colocação de metas para que apenas a partir de um número desejável pelos gestores haja uma bonificação para os empregados da papelaria.

Outra sugestão ponderada pelo estagiário e que seria de extrema importância para a loja, seria a separação entre o capital da empresa e o capital dos sócios. Pois foi observado que os gestores retiram dinheiro do caixa da empresa para compras pessoais da família em todos os tipos de situações. Com isso, para melhoria da gestão financeira da empresa, era indispensável que em cada começo de mês fosse retirado um pró-labore para cada uma dos sócios e que estes pagassem suas obrigações pessoais por meio deste salário retirado. No atual cenário em que se encontra a empresa, essa é uma melhoria fundamental para que seu

crescimento continue se acentuando e sua gestão financeira fique cada vez mais transparente e melhor realizada.

A inserção de capacitações com todo o quadro de funcionários da empresa também seria de grande valia para o melhoramento dos serviços prestados dentro da organização. Desde o início do período de estágio, nenhuma reunião nem treinamento foram efetuados com os empregados, o que dificulta uma melhora contínua dos mesmos. Capacitações de vendas, de controle de estoque e de gestão de pessoas seriam ótimas formas dos sócios proprietários estarem atualizando e melhorando a forma de atuação de seus colaboradores no dia a dia da papelaria.

A realização de um fluxo de caixa projetado para a empresa seria de grande valia para a organização, pois pegando dados de meses passados e os projetando por um período de um ano, mensurando gastos, vendas e resultados da empresa, os gestores teriam um maior embasamento para realização de metas, podendo assim pautar melhor suas decisões referentes a mudança de postura de gestão de vendas e também de melhor controle de gastos.

Por fim foi destacado pelo estagiário no seu período dentro do estabelecimento que era necessário que os gestores da empresa busquem um aperfeiçoamento nas questões das redes sociais, ou então que estes busquem uma empresa de publicidade ou um estagiário nesse setor de marketing, para que a empresa se adentre nesse novo mercado, que se faz de grande importância atualmente. Mesmo com pouco investimento e tempo dedicado ao marketing, já foi possível de se observar melhoras nos números da empresa, nesse sentido, um aperfeiçoamento nesse setor seria de grande valia para um maior crescimento e visibilidade da marca da empresa no mercado de Lavras e região.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Papelaria Alvorada demonstrou-se uma empresa de pequeno porte que procura constantemente a evolução de seus processos e o crescimento no âmbito empresarial da cidade de Lavras. Nesse sentido, foi de grande valia para o estagiário todo tempo vivenciado na organização. O aprendizado mútuo entre as duas partes se fizeram de grande importância para ambas conseguissem seus objetivos.

É fato que a proposta inicial para o período de estágio era a realização de tarefas operacionais que a gestora não conseguia realizar pelo pouco tempo que apresentava, entretanto como a empresa proporcionava um ambiente integrador, onde trocas de informações e sugestões eram bem vistas, o estagiário começou a desenvolver novas

atividades chaves da empresa, o que proporcionou pra ele um rico conhecimento que vai ser utilizado em toda sua carreira profissional.

Na rotina do estágio na papelaria, foi possível para o estagiário ter a experiência de lidar com decisões que são muito importantes no âmbito empresarial e assim enriquecer sua bagagem profissional. A responsabilidade de ter que realizar serviços bancários, emitir notas fiscais, realizar compra de mercadorias para a empresa, foram atividades que exerceram muita disciplina, conhecimento e atenção durante o período de estágio na organização.

Outra atividade que se mostrou de grande conhecimento nesse período dentro da empresa, foi o contato direto com os clientes no balcão, o contato com os outros colaboradores da organização e a convivência com os fornecedores. As habilidades interpessoais, comunicativas e de negociação foram formas de conhecimento que certamente ficarão agregadas na carreira profissional do estagiário. Além disso, a vivência com pessoas que prezam por valores como honestidade, transparência, aprendizagem contínua, respeito e ética se mostraram como excelente exemplo para a formação do futuro profissional de administração.

É fato que dificuldades foram encontradas durante todo o período de estágio, por se tratar de uma empresa familiar e de pequeno porte, algumas atividades não se mostraram da concordância do aprendiz. Outro desafio foi a experiência em um mercado competitivo e bastante acirrado, experiência na qual era novidade para o estagiário. Contudo ao final do estágio, observou-se que todas essas dificuldades foram formas de crescimento e aprendizagem, o que se fez de suma importância para a formação profissional.

Diante do exposto, foi possível de se observar que todo o tempo de estágio obrigatório realizado na Papelaria Alvorada, foi de extrema importância e de grande valia para o estagiário, pois proporcionou para este um maior entendimento de como é o mundo empresarial, conhecimentos que só são adquiridos na prática e que nesse sentido se mostram essenciais para o começo da atividade profissional de um administrador. A experiência vivenciada demonstrou-se norteadora para o estagiário e permitiu com que este prossiga mais focado e mais seguro na sua carreira como administrador.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Princípios da administração: o essencial em teoria geral da administração**. Editora Manole, 2006.

D'ANGELO, André Cauduro; SCHNEIDER, Heleno; LARAN, Juliano Aita. Marketing de relacionamento junto a consumidores finais: um estudo exploratório com grandes empresas brasileiras. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba , v. 10, n. 1, p. 73-93, Mar. 2006 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552006000100005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 29 de Maio de 2019.

DE PONTE, André Daniel. **Análise e proposta de melhoria do layout de um varejista**. 2003. Tese de Doutorado. EPUSP.

FERNANDES, Djair Roberto. Uma contribuição sobre a construção de indicadores e sua importância para a gestão empresarial. **Revista da FAE**, v. 7, n. 1, 2004.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital**. John Wiley & Sons, 2016.

MATTAR, Fauze Najib. **Administração de varejo**. Elsevier Brasil, 2011.

PEDROSO, Marcelo Caldeira; ZWICKER, Ronaldo. Gestão da informação de produtos: base para os relacionamentos na cadeia de suprimentos. **JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 5, n. 1, p. 109-134, 2008.

PINTO, Ronaldo Carvalho. Gestão de clientes: a importância da retenção. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 9, n. 11, p. 72-85, 2015.

PIVETTA, Geize. A utilização do fluxo de caixa nas empresas: um modelo para a pequena empresa. **Revista eletrônica de contabilidade**, v. 1, n. 2, p. 14, 2004.

RICCA, Domingos. **Administração e marketing para pequenas e médias empresas de varejo**. Editora CL-A Cultural Ltda, 2017.

SEBRAE. **Controle de Contas a Pagar**. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/controle-de-contas-a-pagar,2d56164ce51b9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 29 de Maio de 2019.

SILVA, Luiz Carlos da et al. Os impactos da Nota Fiscal eletrônica nas microempresas e empresas de pequeno porte sediadas em Umuarama/PR. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 49-63, mar. 2014. ISSN 2237-4558. Disponível em: <<http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/122>>. Acesso em: 20 Junho de 2019.

SILVA, Vanessa Ramos; JONES, Graciela Dias Coelho. Acompanhamento e controle financeiro informatizado das operações de vendas em empresa mineira de material de construção de pequeno porte. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 2, n. 1 jan-jun, p. 80-102, 2016.

SIMÕES, E.; MICHEL, Murillo. Importância da gestão de compras para as organizações. **Revista científica eletrônica de ciências contábeis**, v. 2, n. 3, p. 1-7, 2004.

UFLA - Universidade Federal de Lavras. **Projeto Pedagógico do Curso de Administração**. Lavras, 2018. p. 1-86.