



ÉVERTON ARNAUT DE ANDRADE SANTOS

**GESTÃO DE VENDAS: DESAFIOS NO SETOR DE PEÇAS EM
UMA CONCESSIONÁRIA DE MAQUINAS AGRÍCOLAS**

LAVRAS – MG

2022

ÉVERTON ARNAUT DE ANDRADE SANTOS

**GESTÃO DE VENDAS: DESAFIOS NO SETOR DE PEÇAS EM UMA
CONCESSIONÁRIA DE MAQUINAS AGRÍCOLAS**

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 Luís Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2022

ÉVERTON ARNAUT DE ANDRADE SANTOS

**GESTÃO DE VENDAS: DESAFIOS NO SETOR DE PEÇAS EM UMA
CONCESSIONÁRIA DE MAQUINAS AGRÍCOLAS**

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

APROVADA em 23 de agosto de 2022.

Dr. André Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Ribeiro Lima
Orientador

LAVRAS - MG

2022

AGRADECIMENTOS

Primeiramente eu agradeço a Deus pela oportunidade de cursar Administração em uma Universidade tão incrível quanto à UFLA e por oferecer tantas oportunidades na minha vida.

Agradeço imensamente à minha família e a minha namorada que foram minha base durante toda minha caminhada. Em especial minha mãe Marcilene, meu pai Everaldo e meu grande irmão Everaldo Junior, carinhosamente chamado de Ju, que morou comigo durante toda essa caminhada e me ensinou muito!

Aos meus grandes amigos que a graduação me proporcionou e foram essenciais em cada passo dado, avanço feito e aperto passado!

À UFLA um grande agradecimento pela oportunidade de trilhar essa bela caminhada de aprendizados para toda a vida!

Agradeço imensamente ao meu Orientador André Ribeiro Lima e ao coorientador José Willer do Prado pela disponibilidade e apoio prestado.

Aos meus professores que tive durante a graduação um grande obrigado!

Agradeço imensamente as atividades extracurriculares que tive a oportunidade de participar – Falcone (Atletica de ADM e ADM pública) e PET ADM (Programa de Educação Tutorial). Falcone me proporcionou bons desafios, apensar do pouco tempo que fiquei. Um agradecimento em especial ao PET, onde eu fiquei metade da minha graduação sendo minha primeira experiencia acadêmica! Me ajudou de forma muito grande à desenvolver muitas habilidades e me preparar para o mercado de trabalho.

Um grande agradecimento à Minas Verde e todos seus funcionários, em especial Juliano e Alexei, este meu supervisor que sempre me apoiou. Juliano sempre me ajudou demais, me chamou atenção e abriu portas incríveis para mim, um grande obrigado!

Por fim, fica aqui o meu muito obrigado à todos que participaram e contribuíram para essa bela jornada,

Muito obrigado!

RESUMO

O objetivo do presente relatório de estágio é descrever as atividades práticas de gestão de vendas desenvolvidas entre fevereiro de 2022 a julho de 2022 em uma concessionária de máquinas agrícolas da cidade de Lavras/MG. O presente relatório tem também o intuito de apresentar as análises e ações desenvolvidas no setor de pós-vendas dessa organização. A Minas Verde é uma das concessionárias de máquinas agrícolas dos produtos John Deere que busca proporcionar a agricultores e pecuaristas um atendimento personalizado para alcançar ótimos resultados no campo. Ela atua vendendo tratores, colheitadeiras, pulverizadores, entre outros. As atividades do estágio foram realizadas na filial de Lavras – MG. Dentre as atividades realizadas estão: Atendimento aos clientes via balcão, telefone e WhatsApp; Consulta no Parts ADVISOR e confecção de orçamentos via Protheus; Pedido, recepção e entrega de peças; Prospecção de clientes; Manutenção do Showroom. Dentre as ações de melhoria durante a realização do estágio do presente trabalho, foi implementada uma nova forma de interação entre balcão de peças e estoque; uma nova organização de funções entre os colaboradores que compõem o balcão de peças. Sendo assim, o objetivo do presente relatório foi atingido, pois, além de descrever as atividades práticas de gestão de vendas desenvolvidas na empresa apresentando as análises e ações desenvolvidas no setor de pós-venda dessa organização, foi possível ter um ganho considerável de experiências que serão utilizadas no mercado de trabalho. Como por exemplo, compreender a importância de entender os processos da empresa, bem como utilizá-los da maneira correta e também a importância de sempre buscar a melhoria, mesmo quando algum processo vai bem, sempre buscar identificar os erros e, conseqüentemente, corrigi-los. Experiências estas, embasadas pelos conteúdos teóricos adquiridos por meio dos estudos das disciplinas na graduação.

Palavras-chave: Concessionário agrícola. gestão de vendas. pós-vendas.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Logomarca da John Deere.....	22
Figura 2 – Estrutura Organizacional Minas Verde filial de Lavras MG.....	23
Figura 3 – Planta baixa da Loja.....	25
Figura 4 – Tela de acesso ao TOTVS Protheus.....	27
Figura 5 – Tela inicial do Parts ADVISOR.....	28
Figura 6 – Exemplo de código John Deere.....	28
Figura 7 – Consulta de peças no TOTVS Protheus.....	28
Figura 8 – Montando orçamento no TOTVS Protheus.....	28
Figura 9 – Consulta de peças em outras filiais.....	28
Figura 10 – Checando saldo de peça no JD Point.....	28
Tabela 1 – Especificação dos locais de atividades e funções/cargos da empresa.....	23
Tabela 2 – Departamentos da filial e suas respectivas responsabilidades/funções.....	25
Quadro 1 – Atividades realizadas.....	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	9
2.1. História da Minas Verde	9
2.2. Caracterização da Empresa	9
2.3 Visão Estratégica	10
2.3.1 Missão	10
2.3.2 Visão	11
2.3.3 Valores	11
2.4 Filial de Lavras – MG	11
2.4.1 Descrição geral	11
2.4.2 Descrição Física	13
2.4.3 Caracterização do Setor de Pós-Venda	15
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	17
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS	19
4.1. Atendimento aos clientes via balcão, telefone e WhatsApp	19
4.2. Consulta no <i>Parts ADVISOR</i> e confecção de orçamentos via <i>Protheus</i>	20
4.3. Pedido, recepção e entrega de peças	23
4.4. Prospecção de clientes	26
4.5. Manutenção do <i>Showroom</i>	26
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....	27
6 CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS	31

1 INTRODUÇÃO

Por meio das novas tecnologias e mudanças ocorridas no mercado nas últimas décadas, empreendedores do agronegócio estão investindo em suas cadeias produtivas de maneira interdependente, a fim de, impulsionar a produção, contribuir com o comércio internacional e atender às exigências dos consumidores, como qualidade e segurança alimentar (MONTEIRO; SANTOS, 2019).

No aspecto nacional, segundo a CNA (2020.), “em 2019, a soma de bens e serviços gerados no agronegócio chegou a R\$1,55 trilhão ou 21,4% do PIB brasileiro”. Sem contar que sua atividade é crucial para o crescimento econômico do país, a produção relacionada ao agronegócio tem grande representatividade nas exportações e geração de empregos. Dessa forma, a gestão de organizações inseridas nesse setor, se torna desafiante no sentido de operar em ambientes dinâmicos e instáveis, como por exemplo durante a pandemia e outros cenários de crise, onde tudo se torna uma grande incógnita e o setor tem que ser produtivo, pois o mundo depende do mesmo.

Para Maximiniano (2000, p. 25), “a administração é uma tecnologia que permite às organizações ser capazes de cumprirem suas finalidades”, de forma que a utilização adequada de recursos, divisão de trabalho, processos de transformações e o alcance de objetivos.

Sendo assim, a prática do estágio supervisionado é fundamental para a formação de futuros administradores e pessoas, contribuindo com o ganho de experiência para inserção no mercado de trabalho, o desenvolvimento de competências para lidar com variadas situações presenciadas em uma organização e possibilita a formação técnica e científica eficiente, se tratando de uma etapa obrigatória para o curso de administração (UFLA, 2018).

Logo, de acordo com a Lei Federal nº 11.788, “o estágio é ato educativo escolar supervisionado [...], que visa o aprendizado de competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, objetivando o desenvolvimento do educando para a vida cidadã e para o trabalho” (BRASIL, 2008, p. 1).

Dessa forma, o presente relatório de estágio tem como função descrever as atividades práticas de gestão de serviços desenvolvidas de fevereiro de 2022 à agosto de 2022 em uma concessionária de máquinas agrícolas, situada na cidade de Lavras/MG, bem como mostrar os desafios e as estratégias desenvolvidas no setor de peças e pós-venda dessa organização.

Além dessa introdução, este relatório também contempla a caracterização da empresa e de seus departamentos, especificação das atividades executadas juntamente com suas cargas horárias, descrição dos processos técnicos de cada uma delas, sugestões de melhorias

identificadas, considerações finais e referências.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

O presente relatório de estágio tem como escopo descrever as atividades de vendas e pós-vendas realizadas no setor de peças da empresa Minas Verde Máquinas LTDA, situada na cidade de Lavras – MG. Os próximos tópicos serão apresentados como forma de mostrar a empresa – sua história, características, bem como descrição física da mesma, caracterização do setor de peças, englobando vendas e pós-vendas, visão estratégica da empresa.

2.1. História da Minas Verde

Em março de 1945, na cidade de Perdões - MG, a família do então Diretor Geral da empresa Minas Verde, decide mudar para a zona urbana e abrir um negócio no ramo de vendas de insumos agropecuários para atender a demanda do local e das regiões vizinhas. Posteriormente, em 01 de janeiro de 2007, com o objetivo de expandir o negócio e continuar contribuindo com o crescimento de produtores rurais no campo, o negócio diversificou-se consolidando assim, a Minas Verde. Com isso, iniciou-se a revenda (seminovos) e atacado de máquinas agrícolas, sendo as filiais de Passos-MG e Varginha-MG pioneiras nesse ramo.

Paralelo a isso, outros investimentos foram feitos pela família, sendo que no ano de 2010 fundou-se o Grupo Casa da Vaca (rede de lojas de insumos agropecuários). E em 2017, nasceu a empresa VetBr distribuidora de produtos, serviços e tecnologias para o agronegócio, fruto da união entre a Casa da Vaca e o fundo de investimento Aqua Capital.

Hoje, sendo constituída por 9 filiais (Alfenas, Arcos, Boa Esperança, Lavras, Oliveira, Passos, Pouso Alegre, São João Del Rei e Três Corações), onde a sede passou a ser em Lavras – MG. Atualmente a Minas Verde é uma empresa independente da VetBr, onde as mesmas são empresas independentes, mantendo uma relação de sócios.

2.2. Caracterização da Empresa

A Minas Verde é uma empresa que está há quinze anos no mercado e oferece soluções integradas ao agronegócio. Com objetivo de gerar valor e proporcionar melhores resultados aos seus clientes - conectando máquinas, tecnologias e pessoas, proporcionando maior eficiência e rentabilidade aos clientes.

Segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE, 2019), a empresa enquadra-se em comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso

agropecuário, partes e peças.

A Empresa é uma concessionária de máquinas agrícola autorizada junto à John Deere. A Minas verde trabalha com o conceito de Sistemas Mecanizados onde a escolha adequada de Tratores, Plantadeiras, Pulverizadores, Colhedoras e Colheitadeiras resultam em confiabilidade e maior produtividade, proporcionando economia e melhores resultados aos clientes.

O atendimento Pós-Venda é realizado nas oficinas (situadas nas filiais) ou no campo, com profissionais capacitados e treinados pela John Deere para oferecer todo o suporte necessário aos produtores rurais. Além disso, todas as filiais possuem um estoque de peças originais - o maior estoque de peças da América Latina, mantendo sempre a qualidade John Deere dos equipamentos.

Como dito anteriormente, a Minas Verde é uma concessionária autorizada junto à John Deere – marca internacional. Tal nome veio de um ferreiro renomado do estado de Vermont, estado situado no noroeste dos Estados Unidos, fundou a empresa no ano de 1837. A empresa passou a atuar no Brasil em 1979 e seu Escritório Regional da América Latina encontra-se em Indaiatuba (SP); as fábricas dos equipamentos agrícolas encontram-se em Horizontina (RS), Montenegro (RS), Catalão (GO) e Indaiatuba (SP); e o Centro de Distribuição de Peças, o Centro de Treinamentos e o Centro de Agricultura de Precisão e Inovação, encontram-se em Campinas (SP). A Figura 1 mostra a versão mais recente, a 11ª logomarca comercial, que representa um “cervo saltitante” refletindo a ideia de determinação, qualidade, inovação, integridade e empenho.

Figura 1 – Logomarca da John Deere.



Fonte: John Deere (2022).

2.3 Visão Estratégica

2.3.1 Missão

Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade de nossos clientes através de

soluções para o homem do campo.

2.3.2 Visão

Ser uma organização sustentável e liderar a transformação do agronegócio.

2.3.3 Valores

Agimos com integridade;
Somos comprometidos;
Buscamos excelência com simplicidade;
Cultivamos e zelamos pelas vidas;
Somos abertos ao novo.

2.4 Filial de Lavras – MG

2.4.1 Descrição geral

A organização onde foram desenvolvidas as atividades do estágio, situa-se na Rodovia BR 265, nº 980, bairro Distrito Industrial, Lavras - MG. Atualmente, esta conta com 300 funcionários distribuídos em diversos setores (Tabela 1) que serão expostos com mais detalhes no subtópico seguinte.

Tabela 1- Especificação dos locais de atividades e funções/cargos da empresa.

Local de Atividade	Função/Cargo
Administrativo	Analista administrativo, assistente administrativo, gerente, estagiário, menor aprendiz, gerente regional, analista de soluções integradas, coordenador de consórcio.
Central de Relacionamento	Supervisor da Central de relacionamento, operador de relacionamento, operador de vendas, operador de pneus e operador de pós-venda.
Peças	Analista de peças, comprador de peças, consultor de peças, coordenador de peças.
Serviços	Analista de Soluções Integradas- mecânico, auxiliar mecânico,

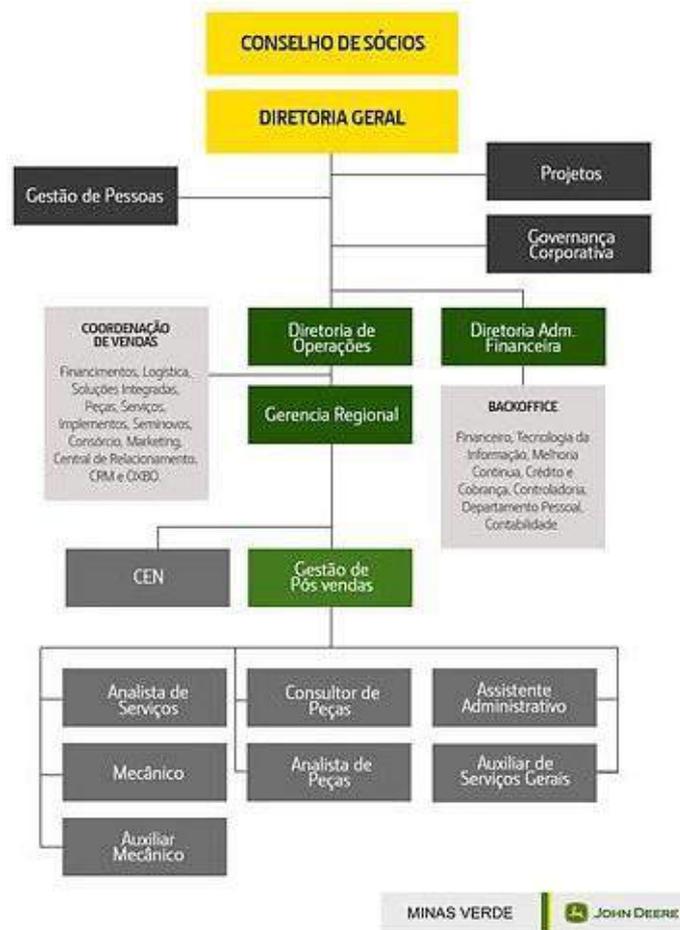
	mecânico.
Vendas	Consultor estratégico de negócios, gerente, gerente de pós-venda, promotor de vendas, supervisor de vendas, supervisor administrativo de vendas.
Coordenação de Serviços	Coordenador de CRM, coordenador de serviços.
Serviços Gerais	Auxiliar de serviços gerais.

Fonte: Elaborada pelo autor (2022).

Sua estrutura organizacional representada por meio de um organograma (Figura 2) retrata de forma dinâmica o conjunto ordenado de responsabilidades, autoridade, comunicações e decisões das unidades organizacionais da empresa.

Portanto, por mais que haja uma estrutura hierárquica, em que, muitas das vezes as decisões se concentram em apenas uma ou poucas pessoas, a organização apresenta um sistema aberto e uma gestão de processos, perceptível na interdependência das partes, na visão sistêmica do negócio levando em consideração as habilidades e competências dos colaboradores, a preocupação com as variáveis internas e externas e a capacidade de realizar mudanças ou adaptações necessárias aos aspectos instáveis se tratando do ramo do agronegócio (COSTA et al., 2007).

Figura 2- Estrutura Organizacional Minas Verde filial de Lavras -MG.

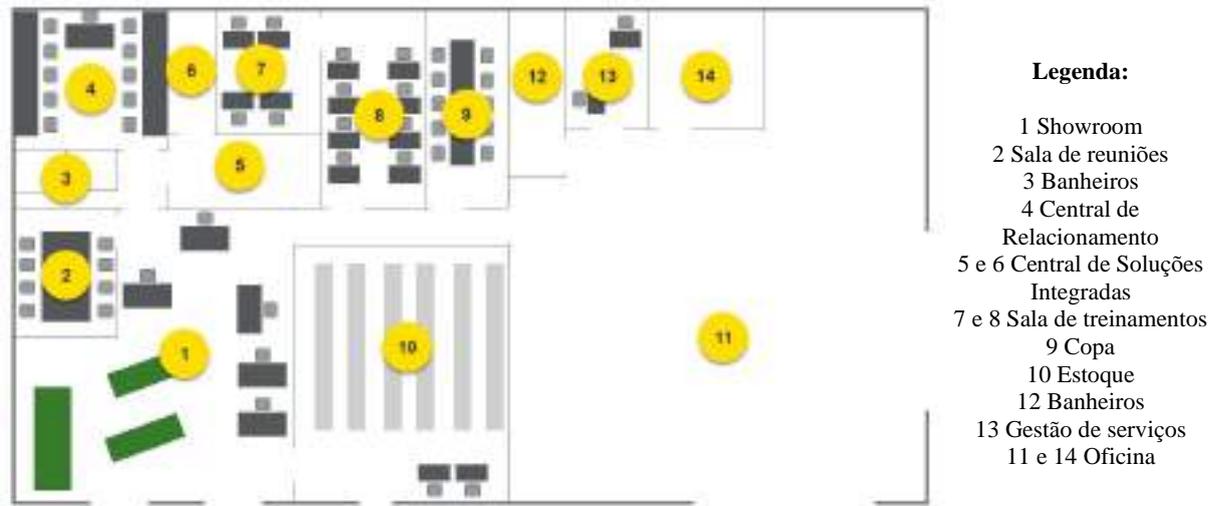


Fonte: Institucional Minas Verde (2022).

2.4.2 Descrição Física

A empresa possui uma área total de aproximadamente 3000m². Na Figura 3, é possível identificar a disposição do espaço físico da loja da Minas Verde.

Figura 3 – Planta baixa da Loja.



Fonte: Institucional Minas Verde (2022).

Na Tabela 2, estão especificados os departamentos explícitos na Figura 3 bem como as suas respectivas funções/responsabilidades.

Tabela 2- Departamentos da filial e suas respectivas responsabilidades/funções.

Setores	Funções/ Responsabilidades
Showroom (1)	Local de atendimento ao cliente e onde encontra-se a loja com os produtos <i>John Deere</i> , tais como: camisas, botinas, edição <i>collection</i> - réplicas de equipamentos agrícolas, entre outros.
Administrativo (1)	Cadastro de clientes, controle de contas a pagar e contas a receber, lançamento de notas fiscais, análise de limite de crédito, lançamento de notas fiscais e previsão de faturamento.
Estoque (10)	Armazenagem de peças a serem vendidas ou distribuídas para os estoques de outras filiais, controle de notas fiscais de fornecedores, entre outros.
Central de Relacionamento (4)	de Tecnologia: captação de <i>leads</i> , <i>prospects</i> , clientes, validação dos telefones. Comercial/ <i>Marketing</i> : criação de campanhas / script de abordagem, definição de equipe com perfil. <i>Telemarketing</i> : contato com os produtores, realização de vendas de

	equipamentos e serviços e suporte aos clientes.
Soluções Integradas (5,6)	Venda de tecnologia em agricultura de precisão, suporte remoto e presencial a clientes e monitoramento de talhões.
Oficina e serviços (11,13,14)	Local onde é realizada a manutenção em máquinas e implementos agrícolas. Inspeccionamento e teste do funcionamento de máquinas e equipamentos. Planejamento das atividades de manutenção e registro de informações técnicas
Balcão de peças (1)	Recepcionar e atender o cliente, apresentar os produtos, negociar prazos e condições de pagamentos. Fazer cotações de peças, elaborar orçamentos, acompanhar o pedido até sua finalização e entrega ao cliente.

2.4.3 Caracterização do Setor de Pós-Venda

Segundo Meira (2011), o pós-venda é mostrar ao cliente quais são as reais intenções de uma empresa no relacionamento com ele fazendo com que está se conheça profundamente. Em vista disso, a Minas Verde possui esse setor bastante sólido e consistente para que nos 10 anos em média de relacionamento com seu cliente (desde o primeiro contato, atendimento, venda do produto até os serviços de pós-venda), possam confirmar-se clientes altamente satisfeitos e fiéis à organização e à marca John Deere. Todos os atendimentos realizados pelo setor prezam pela mão de obra qualificada e disposta a realizar um trabalho eficiente em prol do alcance do melhor custo-benefício. Os técnicos são treinados pela própria fábrica e recebem o preparo necessário para atender os produtores rurais. E tangente à gestão de serviços em si, por se tratar de um ambiente totalmente dinâmico, vários desafios são enfrentados no dia a dia a fim de evitar descontentamentos e problemas eventuais que possam surgir.

Esses esforços reforçam o que Kotler e Keller (2012) afirmam no sentido de que custa cinco vezes mais captar um novo cliente do que manter satisfeitos os clientes já captados. Contudo, o pós-venda é realizado tanto no campo quanto na oficina. Além disso, todas as lojas possuem um estoque de peças originais podendo contar com o estoque John Deere, o maior estoque de peças da América Latina. No próximo tópico serão abordadas as atividades

desenvolvidas nesse setor bem como seus procedimentos técnicos durante a realização do estágio. Estas atividades estão diretamente relacionadas ao departamento de Coordenação de Vendas, mais especificamente, à gestão de serviços no setor de pós-venda, dando o apoio necessário aos colaboradores de todas as outras filiais.

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O estágio na empresa Minas Verde Máquinas foi realizado entre os dias dezoito de fevereiro de 2022 à vinte e dois de julho de 2022 correspondendo a uma carga horária de 30 horas semanais e 660 horas totais. O Quadro 1, apresenta quais foram as atividades realizadas durante o estágio. Aqui será feita uma breve apresentação das atividades, juntamente com sua descrição e carga horária.

Quadro 1 - Atividades realizadas.

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Atendimento aos clientes via balcão, telefone e WhatsApp	Atendimento aos clientes feito diariamente, de acordo com a demanda.	188
Consulta no <i>Parts ADVISOR</i> e confecção de orçamentos via <i>Protheus</i>	Consulta de peças no <i>Parts ADVISOR</i> e criação de orçamentos via <i>Protheus</i> . As duas atividades foram colocadas juntas, pois as duas são inerentes uma à outra, ou seja, uma depende da outra	158
Pedido, recepção e entrega de peças	Quando as peças solicitadas não estão disponíveis no estoque, é necessário realizar o pedido das mesmas para que a demanda do cliente seja satisfeita	128
Prospecção de clientes	A presente atividade tem como objetivo trazer novos clientes para a empresa, sejam eles: propriamente novos, clientes inativos e/ou clientes com pouco volume de compras	108
Manutenção do <i>Showroom</i>	Manutenção e organização do <i>Show Room</i> , juntamente com atualização de preços.	78
TOTAL DE HORAS		660

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Vale ressaltar que a maioria delas se desenvolveram simultaneamente por se tratar de um setor dinâmico que exige grande proatividade para que os procedimentos sejam otimizados e para que as melhores decisões sejam tomadas no que tange a gestão de peças na venda e pós-venda, bem como no fortalecimento das relações com os clientes. As tarefas foram supervisionadas diretamente pelo Gerente de Pós-vendas, juntamente com o acompanhamento indireto do Gerente Regional e Diretor de peças. Além disso, teve-se também, o auxílio de toda

a equipe de Coordenação de Vendas. Na seção seguinte, serão apresentadas essas atividades de forma detalhada por meio de uma descrição de seus processos técnicos.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Este tópico, tem por finalidade abranger os processos técnicos de cada uma das ações realizadas durante o estágio na Minas Verde Máquinas. Elas serão descritas detalhadamente, terão embasamento em conceitos da Administração e apresentar-se-ão sugestões de melhorias para aquelas que precisam ser aperfeiçoadas.

4.1. Atendimento aos clientes via balcão, telefone e WhatsApp

Sobre a relação entre balcão de peças e o consumidor de peças, tem-se que:

[...] as expectativas dos clientes ficaram bem mais complexas com o passar dos anos e isto sugere que as relações entre clientes e fornecedores sejam uma verdadeira parceria. Não basta ser o mais barato ou ter a melhor qualidade ou ser o mais rápido. É preciso satisfazer, ao mesmo tempo, todos os critérios que são fixados nesta relação. (SCHNEIDER, 2005, p.15).

Diante dessa narrativa, esta atividade de atendimento aos clientes mostra-se como essencial nesse setor, e assim, sendo necessária uma grande atenção e dedicação na mesma. De acordo com Schneider (2005, p. 16) “[...] dentre os desejos que o cliente pode ter, estão alguns como: o fornecedor apresente um custo compatível com o mercado, tenha qualidade dos produtos compatível com as normas legais e faça a entrega dos mesmos no momento indicado e na quantidade solicitada”. Sendo assim, essa foi a atividade mais recorrente realizada durante o estágio. Tal atividade se deu da seguinte forma, diante de uma ligação, mensagem no WhatsApp ou chegada presencial do cliente no balcão, o cliente é atendido da forma mais cordial possível, para que ele fique confortável. A partir disso, é feito o pré - diagnóstico, onde o cliente informa qual seu equipamento (modelo, ano) e qual peça ele necessita. Posteriormente a isso, é checado no sistema *Protheus* se ele tem cadastro, e por fim, feito a busca no catálogo de peças *online* da *John Deere (Parts ADVISOR)*.

Após a peça ser encontrada, é checada no *Protheus* a disponibilidade da mesma no estoque físico da Minas Verde. Tendo disponibilidade, é realizado o orçamento, e após ser negociada com o cliente (preço, condição, forma de pagamento), a peça é solicitada para o estoque, para que seja entregue ao cliente.

Caso a peça solicitada não esteja disponível no estoque físico, é feito o pedido, onde o mesmo pode ser via transferência entre filiais, PP (Pedido Programado) ou MP (Máquina Parada), de acordo com a urgência da peça pelo cliente. Os termos técnicos (*Protheus*, *Parts ADVISOR*, *MP* e *PP*) utilizados neste tópico serão descritos abaixo nos próximos tópicos.

4.2. Consulta no *Parts ADVISOR* e confecção de orçamentos via *Protheus*

Como citado no tópico anteriormente, uma das atividades rotineiras no balcão de peças é a consulta de peças no *Parts ADVISOR* e criação de orçamentos via *Protheus*. As duas atividades foram colocadas juntas, pois as duas são inerentes uma à outra, ou seja, uma depende da outra.

O *Protheus* (Figura 4) é um software de gestão empresarial ERP criado pela empresa brasileira de desenvolvimento de softwares de gestão, a TOTVS. Sua sigla é nativa do latim e significa tudo/todos, representando a junção das variadas marcas que compõem a empresa e para destacar que as soluções oferecidas são para organizações de todos os portes (CONSENTINO; SEBASTIÃO, 2013).

Figura 4 – Tela de acesso ao TOTVS Protheus



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Para Santos (2013), o ERP consiste em um sistema integrador, ou seja, é uma ligação conjunta de dados e transações de processos de diversos setores, funções e atividades operacionais de uma organização. Por exemplo, na Minas Verde, a partir do momento em que é realizada a venda de uma peça, dispara-se informações no sistema para os setores de financiamento, financeiro, administrativo, contábil, pós-venda, diretoria no geral, entre outros, sendo possível realizar diversos procedimentos. Por isso, o *Protheus* é o principal sistema utilizado pelos colaboradores da organização. Cada colaborador possui seu usuário e senha com suas devidas restrições de acesso. O estagiário possuía as mesmas permissões de acesso da Consultor de Peças, para executar as suas tarefas diárias com o objetivo de auxiliar o cliente com suas demandas de peças, bem como a organização.

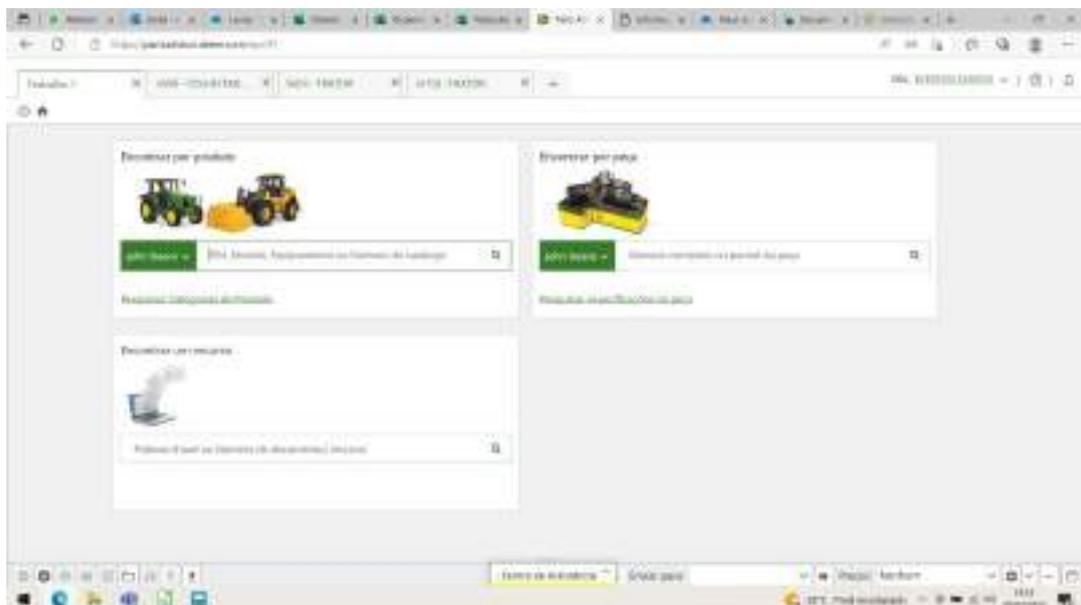
Como citado no subtópico 4.1, após a comunicação de qual peça tem-se a demanda por parte do cliente, é checado no *Parts ADVISOR*, a peça, bem como seu código *John Deere*.

O *Parts ADVISOR John Deere* (Figura 5) facilita a localização das peças de fábrica de todos equipamentos da John Deere, o que ajuda a economizar o tempo e dinamiza a busca pelas peças.

Nele é possível encontrar recomendações detalhadas sobre uso, manutenção e reparo, informações sobre peças de reposição, especificações técnicas, tabelas e diagramas e muitos outros dados. É possível pesquisar:

- Tipo de equipamento
- Número do modelo
- Combinação de tipo de equipamento e número do modelo
- Número do Catálogo de Peças (PC)
- PIN de 13 ou 17 caracteres

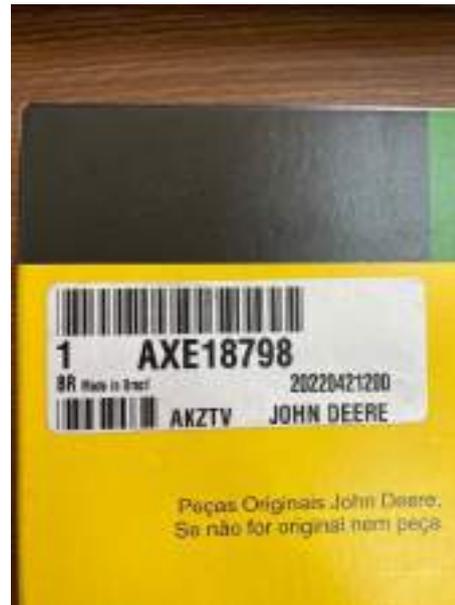
Figura 5 – Tela inicial do Parts ADVISOR



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Cada peça da John Deere tem seu código próprio, para que assim a precisão seja grande. Dessa forma, os códigos neles presentes (Figura 6) são extremamente importantes.

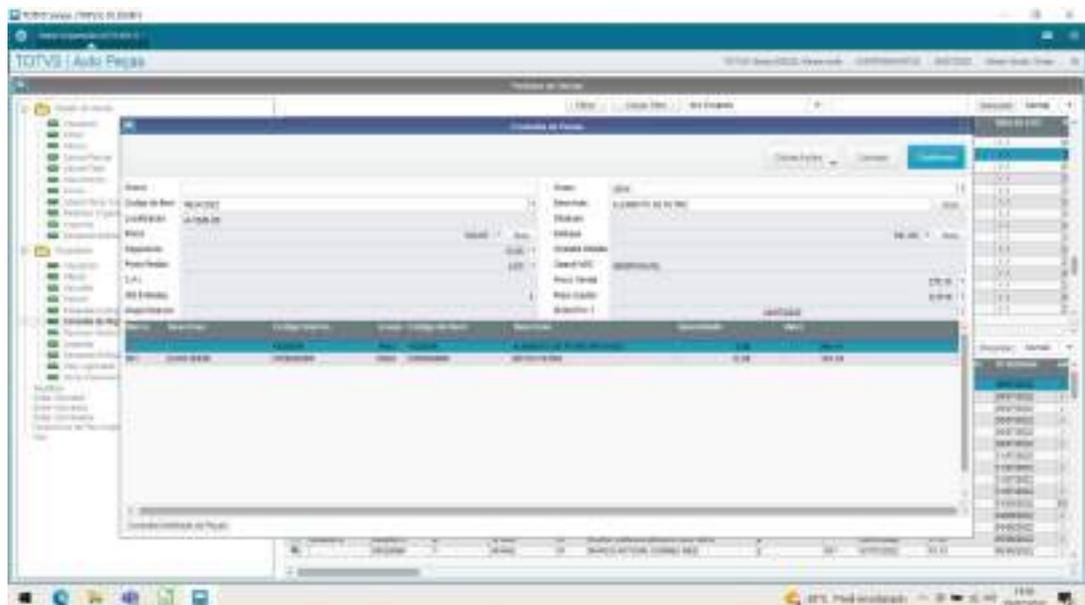
Figura 6 – Exemplo de código John Deere



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Após encontrar a peça no catálogo online, é consultada no Protheus a disponibilidade (Figura 7), bem como a locação da mesma no estoque físico.

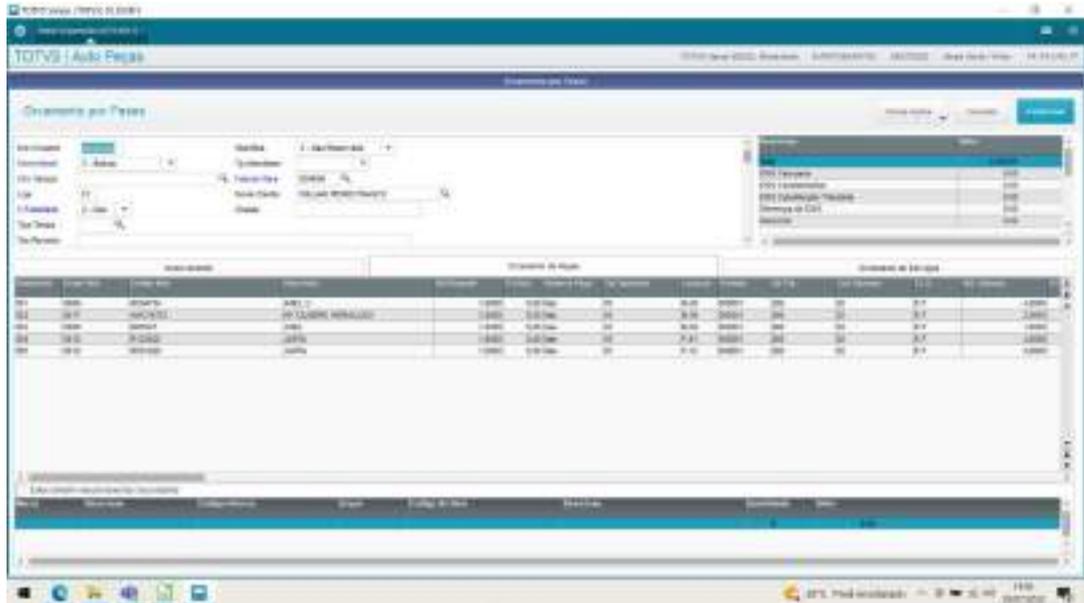
Figura 7 – Consulta de peças no TOTVS Protheus



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Após feita a consulta, é montado o orçamento (Figura 8), onde durante essa confecção é comunicado com o cliente, a forma de pagamento, urgência da peça, prazo de chegada (caso não tenha disponibilidade no estoque).

Figura 8 – Montando orçamento no TOTVS Protheus



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Após o orçamento ser montado, é entregue ao Analista de peças, para que ele separe as peças do orçamento para o cliente. Como foi mostrado na planta baixa, o estoque fica do lado do balcão de peças, ajudando nessa dinâmica de entrega das peças.

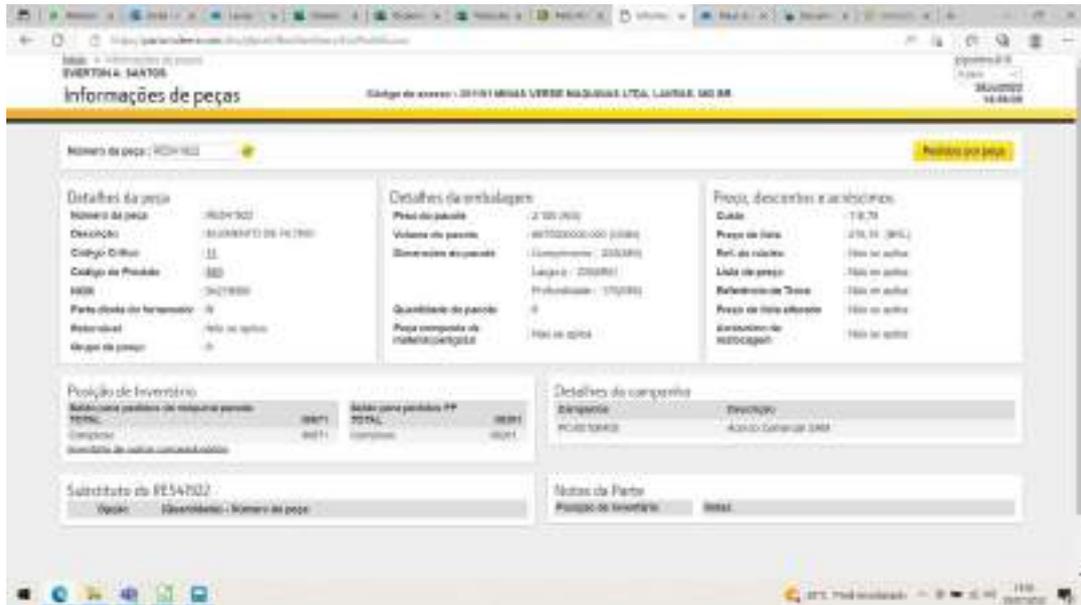
Se não houver disponibilidade da peça no estoque, é necessário realizar o pedido, junto ao Analista de peças. Essa atividade será descrita no próximo subtópico

4.3. Pedido, recepção e entrega de peças

Dando continuidade ao subtópico anterior, quando as peças solicitadas não estão disponíveis no estoque, é necessário realizar o pedido das mesmas para que a demanda do cliente seja satisfeita. Na Minas Verde, existem três tipos de pedidos para peças não disponíveis no estoque físico, são eles – pedidos por transferência entre filiais, Pedidos Programados (PP) ou Pedidos de Máquina Parada (MP).

A escolha da utilização dos três depende da urgência do cliente quanto à peça, indo em ordem crescente de urgência: transferência entre filiais para pedidos com menor urgência, e MP como de maior urgência. Os pedidos são feitos pelo estoque, após a entrega do orçamento do

Figura 10 – Checando saldo de peça no JD Point



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Os pedidos por transferência são os mais baratos, pois são feitas entre filiais, onde não é necessário realizar a compra da peça na fábrica, tendo apenas o custo da transferência. No entanto, esse tipo de pedido demora mais tempo para chegar à filial que solicitou, pois, as peças só irão para a outra filial na próxima rota disponível. Importante salientar que, a Minas Verde tem rota entre todas as filiais, 3x por semana. Rota essa que vem de Campinas (Sede da fábrica de peças da John Deere).

Os Pedidos Programados (PP) são pedidos de compra feitos na fábrica, que não tem tanta urgência, pois são enviadas em até 48h após a efetivação do pedido da concessionária. Geralmente esse tipo de pedido é feito para a reposição do estoque, com peças de desgaste e com grande volume de venda.

Já os pedidos de Máquina Parada são pedidos de compra feitos na fábrica que são enviados no dia posterior ao do pedido. São os pedidos mais caros a se fazer, pois são enviados com frete dedicado para que chegue o mais rápido a concessionária.

Como dito acima, a Minas Verde tem rota 3x na semana, vindo de Campinas, são elas – segunda, quarta e sexta. Os pedidos de MP feitos na segunda até o 12:00, serão enviados e chegarão na terça de manhã na Minas Verde, e assim vai, pedidos da quarta chegam na quinta de manhã.

Após isso, quando os pedidos chegam à filial, o estoque realiza a conferência das peças, as deixa separada e comunica com o balcão de peças. A partir daí, é comunicado ao cliente

sobre a chegada da peça. Posteriormente, o cliente vai buscar as peças, é realizada a entrega das mesmas. A entrega é feita após o faturamento.

4.4. Prospecção de clientes

A presente atividade tem como objetivo trazer novos clientes para a empresa, sejam eles: propriamente novos, clientes inativos e/ou clientes com pouco volume de compras.

Dado o atual cenário de globalização, o comprador torna-se cada vez mais exigente, o que tem levado as empresas a intensificarem esforços, tanto na satisfação das suas necessidades como na fidelização destes (Filipe, 2011). Porém, por mais eficazes que sejam os programas de fidelização implementados, estes serão sempre insuficientes para assegurar a retenção de todos os clientes. A médio - longo prazo a empresa só conseguirá manter-se no mercado de forma competitiva se houver, entre outros fatores, um aumento de clientes (Moutella, 2003). É nesta perspectiva, que é fundamental que as empresas se consciencializem da importância da realização de Prospecção. Muitas ainda não descobriram que esta atividade de procura de novos clientes é provavelmente, o único meio de se manterem fortes no mercado, onde a concorrência é cada vez maior, ágil e competente (Filipe, 2011).

A atividade de prospecção ocorre de forma não tão ativa e constante como as outras atividades acima. Dessa forma, tal atividade é realizada quando há um menor fluxo das outras, ou seja, quando não há clientes na loja, bem como outra atividade sendo realizada no momento é que é realizada a atividade de prospecção.

4.5. Manutenção do *Showroom*

Essa atividade refere-se a rotina de manter o *showroom* organizado, bem como fazendo as mudanças necessárias no mesmo para que se tenha uma harmonia no espaço, para que se torne um ambiente agradável para o cliente que vai até a loja. Dessa forma, é necessário realizar a atualização dos preços dos produtos que ali estão, bem como a disposição dos mesmos.

5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS

Diante das atividades realizadas durante o processo de aprendizagem prática e vivências do estágio alguns problemas foram identificados e diante disso algumas mudanças foram propostas e implementadas com a finalidade de promover uma melhor qualidade de vida no trabalho e conceder benefícios aos colaboradores, otimizando processos e aperfeiçoando a gestão de vendas para melhor atender os clientes da Minas Verde.

Durante o período de realização de estágio, um problema que foi identificado foram os “furos” de estoque. Tais “furos” ocorriam quando o balcão de peças realizava vendas e as mesmas não eram faturadas no ato da compra e causando uma divergência no estoque, e quando era para ser realmente faturado era necessário o exercício da memória por parte do balcão de peças para lembrar quando foi vendido e entregue as peças para o cliente.

Diante desse problema, foram discutidas entre as pessoas diretamente envolvidas em tal processo (colaboradores do estoque, consultores de peças e gerência) possíveis soluções para a melhoria desse problema. Após conversas e reuniões, foram levantadas algumas sugestões do que se fazer para a melhoria. Entre elas, foi sugerido que todos os orçamentos entregues ao estoque, já deveriam ser faturados, porém tal ideia não seria aplicável no dia-a-dia, pois muitos clientes fazem grandes orçamentos e vão pegando as peças aos poucos, seja por disponibilidade da peça no estoque ou por necessidade da mesma. No entanto, para que seja possível faturar um orçamento, todas as peças devem constar no estoque, o que não acontece quando o cliente faz um orçamento e o estoque não dispõe de todas à pronta entrega, sendo assim, o orçamento só consegue ser faturado quando todas chegarem.

E diante desse panorama, foi acordado entre os colaboradores envolvidos diretamente nesses processos que a melhor solução à curto prazo seria anotar detalhes importantes no orçamento quando entregue ao estoque. E assim, como solução, que inclusive foi implementado e surtiu efeito, foi a anotação escrita no orçamento entregue ao estoque, onde essa anotação descrevia se as peças foram entregues, faturadas para se ter melhor controle antes de ser efetivamente feita no sistema.

Outra implementação muito importante que ocorreu foi a divisão no balcão de peças, onde o consultor mais experiente foi designado a tratar de assuntos com clientes maiores, com faturamento muito alto, fazendo com que os mesmos se fidelizem mais à Minas Verde e o consultor mais novo, que no caso era o estagiário, ficou responsável pelo atendimento “reativo”, atendimento esse que pode ser definido como – atendimento para as pessoas que chegam, ligam, entram em contato diariamente com a loja, bem como realizando as atividades descritas nesse

trabalho. Tal disposição dos consultores de peças surgiu da visualização de que o consultor mais experiente “perdia” muito tempo atendendo e/ou acompanhando o atendimento realizado pelo consultor mais novo. Sendo assim, existia uma certa ociosidade de um dos dois consultores, onde na maioria das vezes, os dois gastavam o tempo exercendo a mesma atividade em que apenas um seria capaz de realizar.

Dessa forma, o consultor mais experiente ficou com mais tempo para fidelizar mais os grandes clientes, aumentando o faturamento dos mesmos e da mesma forma o aprendizado do consultor mais novo aumentou pois tornou-se responsável por todos os contatos feitos com a loja.

6 CONCLUSÃO

O estágio na concessionária de máquinas agrícolas proporcionou ao estagiário a unificação de seus objetivos consideradas como pretensão profissional - contribuir com o desenvolvimento do agronegócio do país e ao mesmo tempo desenvolver-se pessoal e profissionalmente atuando diretamente com pessoas.

Sendo assim, o objetivo do presente relatório foi atingido, pois, além de descrever as atividades práticas de gestão de vendas desenvolvidas na empresa apresentando as análises e ações desenvolvidas no setor de pós-venda dessa organização, foi possível ter um ganho considerável de experiências que serão utilizadas no mercado de trabalho. Experiências estas, embasadas pelos conteúdos teóricos adquiridos por meio dos estudos das disciplinas na graduação.

Durante a realização do estágio foi possível entender realmente como funciona uma empresa em um setor tão forte e dominante no país, bem como entender de perto como é realizada a gestão do setor agrícola, se aproximar dos produtores, criando uma relação não só comercial, mas de amizade com os mesmos.

Durante o estágio foi possível vislumbrar também um fortalecimento dos aspectos interpessoais do estagiário, onde realmente conseguia exercer atividades que se encaixam no seu perfil – comunicativo, bom ouvinte, proativo. Atividades essas que foram se aperfeiçoando com o tempo devido ao esforço do estagiário, juntamente, com o apoio da empresa em ouvi-lo, promover treinamentos e criar verdadeiras amizades dentro da empresa. A Minas Verde durante toda a duração do estágio foi uma empresa muito aberta e disposta a desenvolver grandemente o estagiário profissional e pessoalmente, onde todos os funcionários sempre estiveram dispostos a compartilhar conhecimentos, assim, agregando muito no aprendizado do estagiário.

É muito importante destacar a figura do consultor de peças mais experiente, o Juliano, com quem o estagiário trabalhou diretamente. O Juliano foi um verdadeiro tutor, sempre ensinando como fazer as atividades necessárias, como resolver problemas e como se tornar um profissional proativo e dedicado. E mais que isso, ele sempre mostrava grandes ensinamentos da vida, sempre alertando dos perigos, mostrando os caminhos possíveis e passando toda a voz da experiência, sempre esteve muito disposto em ouvir e ajudar.

Como dito, foi a realização de um grande anseio do estagiário, pois as atividades desenvolvidas eram diretamente com pessoas, contribuindo para uma melhor sociedade, um melhor país, uma melhor formação do estagiário.

É importante ressaltar também o grande impacto que a cultura organizacional da Minas

Verde tem no desempenho da mesma. O estagiário foi extremamente bem acolhido na empresa, tendo assim, mais vontade e espaço para se desenvolver e contribuir com a empresa. Um ponto importante da cultura da empresa é a vontade de ajudar, onde colaboradores de diferentes setores não medem esforços para ajudar o outro quando se precisa. Sendo que dessa forma, o colaborador se sente acolhido, unido com os outros, pois sempre tem o apoio necessário.

Portanto, o estágio supervisionado contribuiu para reforçar uma postura profissional atrelada aos crescimentos pessoal e social advindos das relações interpessoais. Além disso, viabilizou uma visão crítica sobre os diferentes contextos dentro de uma organização encorajando o estagiário a buscar mais espaço na empresa e realmente colocar-se em prova, aceitando novos desafios propostos pelos gestores e supervisores. Foi uma experiência extremamente válida e gratificante, onde o estagiário recebeu uma proposta de efetivação como consultor de peças, provando todos aspectos que foram ditos durante esse trabalho.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei n. 11.788, de 25 de setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111788.htm>. Acesso em 06 de ago. 2022.

CNAE - CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS. **Comissão Nacional de Classificação**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019. Disponível em: <<https://cnae.ibge.gov.br/?view=classe&tipo=cnae&versao=9&classe=46613>>. Acesso em 06 de ago. 2022.

COSENTINO, Laércio José de Lucena; SEBASTIÃO, Gilsomar Maia. **Formulário de Referência TOTVS S.A.**, versão: 12, 2013. Disponível em: <<https://ri.totvs.com.br/ptb/729/36900.pdf>>. Acesso em 06 de ago. 2022.

COSTA, R. S.; FREITAS, H.; ANDRIOTTI, F. K. **Uma reflexão sobre o uso da teoria sistêmica para a compreensão do fluxo da informação nas organizações**. Revista Eletrônica Gianti, Porto Alegre, 2007.

FILIPE, I. J. **Prospecção de novos clientes e Gestão da Força de vendas como alavanca das receitas**. Universidade de Coimbra: (Relatório de estágio). 2011.

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14ed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2012.

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEIRA, Marco Antônio. **Pós-venda: implantar hoje para colher os frutos amanhã**. Administradores.com. 2011. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/posvenda-implantar-hoje-para-colher-os- frutos-amanha>>. Acesso em 06 de ago. 2022.

MONTEIRO, Déborah Alves; SANTOS, Antônio Carlos dos. Alinhamento estratégico e

operacional em relação ao elemento do marketing mix, distribuição: um estudo na cadeia produtiva do café da região sul de Minas- Brasil. In: **XXXII Congresso de Iniciação Científica da UFLA**, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2019.

MOUTELLA, Cristina. **Fidelização de Clientes como Diferencial Competitivo**. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Fidelizacao%20de%20clientes%20competitivo.htm>>. Acesso em 06 de ago. 2022.

SANTOS, A de A. **ERP e sistemas de informações gerenciais**. São Paulo: Atlas, 2013.

SCHNEIDER, J. **Implementação de Sistema Sequenciado Comparado ao Tradicional MRP: um Estudo de Caso em Indústria de Máquinas Agrícolas**. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso de Mestrado Profissionalizante em Engenharia / Engenharia Automotiva – Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005

UFLA. Universidade Federal de Lavras. **Projeto Pedagógico do Curso de Administração**. Lavras, 2018. p. 55. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0B10mdkAddTrrRnozbxRwY2ZzaVFNbGh3N3NBU0V1QW90QjVz/view>>. Acesso em 06 de ago. 2022.