



FELIPE MURAD CARVALHO

**ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO SETOR COMERCIAL
EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO DO AGRONEGÓCIO**

LAVRAS – MG

2023

FELIPE MURAD CARVALHO

**ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO SETOR COMERCIAL EM UMA EMPRESA
DO SEGMENTO DO AGRONEGÓCIO**

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
2023**

FELIPE MURAD CARVALHO

**ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO SETOR COMERCIAL EM UMA EMPRESA
DO SEGMENTO DO AGRONEGÓCIO**

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 01 de Agosto de 2023.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima
Orientador

LAVRAS - MG

2023

AGRADECIMENTOS

Em um primeiro momento gostaria de agradecer a Deus, que proporcionou minha chegada até aqui, me dando forças, saúde e abençoando toda essa trajetória.

Aos meus familiares, principalmente meus pais, Daniela Murad Carvalho e Nailo José de Carvalho, por todo o apoio constante e incentivo emocional, os quais foram fundamentais para eu perseverar nos momentos de desafio.

Gostaria de expressar minha profunda gratidão à Universidade Federal de Lavras pela oportunidade de buscar o conhecimento e pela educação de qualidade que recebi durante minha graduação. Os recursos, infraestrutura e ambiente acadêmico fornecidos pela universidade foram fundamentais para minha formação e desenvolvimento

A Biomip Agentes Biológicos por acreditar no meu potencial e pela oportunidade de estágio, e a todos os colaboradores que me acolheram e foram mentores nesse período tão importante em minha vida.

Aos meus orientadores, André Luis Ribeiro Lima e José Willer do Prado, por toda a paciência, suporte e apoio ao longo do processo de orientação do meu Trabalho de Conclusão de Curso. Sou grato por ter tido a oportunidade de aprender com vocês e pela dedicação em me ajudar a atingir meus objetivos acadêmicos.

Muito obrigado!

RESUMO

O objetivo do presente relatório é apresentar e analisar as atividades desenvolvidas no estágio supervisionado do autor, na área comercial de uma empresa. O estágio foi realizado na Biomip Agentes Biológicos, localizada na cidade de Lavras, Minas Gerais, no período de 20/03/2023 a 20/07/2023. A Biomip Agentes Biológicos é uma empresa do agronegócio, especialista na produção de produtos biológicos usados para o controle de pragas agrícolas. Durante o período de estágio, o autor realizou diversas atividades, como comercialização e venda de produtos; planejamento de marketing; prospecção, manutenção e contato com clientes; criação e alimentação de planilhas. Também propõe-se nesse relatório sugestões de melhoria para impasses encontrados em alguns setores da empresa, como melhorar a precisão nas previsões de demanda e capacitação dos colaboradores responsáveis pela produção. Concluiu-se, no encerramento do trabalho, que o período de estágio foi uma etapa de suma importância na vida profissional do graduando, em que ele pôde realizar a aplicação concreta de diversos conceitos teóricos advindos do curso de Administração, e assim, influenciar positivamente no crescimento e sucesso da carreira do acadêmico.

Palavras-chave: Estágio Supervisionado, Administração, Agronegócio.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Identidade visual da Biomip Agentes Biológicos.....	10
Figura 2 - Organograma dos setores administrativos.....	11
Figura 3 - Fotografia da fachada da Biomip Agentes Biológicos.....	12
Figura 4 - Fotografia da recepção da empresa.....	13
Figura 5 - Fotografia da sala utilizada pelo estagiário.....	13
Figura 6 - Fotografia da sala de reuniões.....	14
Figura 7 - Flyer Biometa.....	19
Figura 8 - Documento de cotação.....	20
Figura 9 - Documento de emissão de pedidos.....	22
Figura 10 - Modelo de endereço.....	23
Figura 11 - Planejamento mensal para o mês de maio.....	25
Quadro 1 - Atividades realizadas.....	15

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	9
2.1. Caracterização da empresa.....	Erro! Indicador não definido.
2.2. Histórico e descrição da empresa.....	11
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	15
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS	17
4.1. Comercialização e venda de produtos.....	17
4.2. Planejamento de Marketing	23
4.3. Prospecção, manutenção e contato com clientes	25
4.4. Criação e alimentação de planilhas.....	26
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....	27
6 CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

O agronegócio diz respeito a todas as atividades relacionadas à cadeia produtiva agrícola ou pecuária. Ou seja, engloba o cultivo de lavouras e a criação de animais para fins econômicos. Com a expansão do agronegócio nas últimas décadas, o setor se tornou cada vez mais relevante para a economia do país, gerando renda e empregos para muitas famílias.

Conforme dados do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), da Esalq/USP, em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), a participação do setor no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro chegou à marca de 24,8% em 2022 (BLOG DA CRESOL, 2023).

A expansão do setor no cenário brasileiro, e conseqüentemente o aumento das oportunidades de emprego, torna-se tão atraente para os administradores quanto para qualquer outra área. A administração possui um papel muito importante dentro do agronegócio, envolvendo a produção, processamento e comercialização de produtos agrícolas. A gestão eficiente é essencial para maximizar a produtividade, otimizar os recursos disponíveis e garantir a rentabilidade no agronegócio. Para Peter Drucker (2008), a gestão eficiente é a arte de equilibrar recursos, pessoas e processos para alcançar resultados extraordinários.

A Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, define o estágio como o ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo do estudante (BRASIL, 2008). A etapa do estágio oferece aos discentes uma oportunidade de experimentar diversas áreas dentro do mercado de trabalho antes de tomar importantes decisões em relação a vida profissional, permitindo ao acadêmico descobrir seus interesses e aptidões para que façam escolhas mais informadas a respeito da trajetória profissional.

A interação com o setor pode ser, inicialmente, promovida pelo Estágio Supervisionado, uma vez que, de acordo com Bianchi et al. (2005) o Estágio Supervisionado é uma experiência em que o graduando mostra sua criatividade, independência e estilo de trabalho. Oportunizando ao licenciado perceber se a escolha de sua profissão corresponde as suas expectativas. Dessa forma, o estágio se mostra de suma importância na formação do graduando, visto que permite a aplicação prática do conhecimento, desenvolvimento de habilidades e competências dentro do campo de atuação e principalmente, uma base da experiência profissional. Todos esses benefícios contribuem para uma transição mais agradável da vida acadêmica para a vida profissional, conseqüentemente aumentando as chances de sucesso na carreira.

A aplicação dos conhecimentos universitários em uma organização durante o estágio forma um profissional mais pronto, completo e atrativo para o mercado de trabalho (GAULT;LEACH; DUEY, 2010), pois desenvolvem uma série de habilidades práticas e profissionais, como trabalho em equipe, comunicação, resolução de problemas, tomada de decisões e gerenciamento de tempo. É nessa etapa também que o estudante passa a ter contato com profissionais da sua área de interesse e tem a chance de adquirir experiência profissional, a qual é muito valorizada pelos empregadores, pois demonstra que o estudante já obteve contato com o mercado de trabalho e já é proficiente com demandas e desafios de profissão.

Sendo assim, o presente trabalho busca registrar as experiências, aprendizados e reflexões adquiridos ao longo desse período, no setor comercial de uma empresa focada em atender o agronegócio com produtos biológicos de qualidade, bem como, contribuindo para uma análise crítica e um aprimoramento contínuo do desenvolvimento profissional do graduando.

O relatório está organizado em seis seções, sendo a primeira esta introdução, a segunda será apresentada a descrição geral do local de estágio, contendo o histórico e uma caracterização da empresa. Em seguida, serão estruturadas todas as atividades desenvolvidas no período de estágio, as quais são: responsabilidade em auxiliar na comercialização de produtos biológicos; em auxiliar o setor comercial na prospecção, manutenção e contato com clientes, visando sempre atender suas necessidades e demandas; alimentação de planilhas; vendas de produtos. Na quarta seção apresenta a descrição dos processos técnicos, a quinta traz as sugestões aos problemas identificados e, por fim, a sexta seção apresenta as conclusões do trabalho.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

Esta seção busca apresentar uma caracterização da Biomip Agentes Biológicos, empresa onde foi realizado o estágio supervisionado, juntamente com o histórico da organização, uma descrição física do escritório onde foram realizadas as atividades, estrutura organizacional além de outras informações.

2.1 Caracterização da empresa

A Biomip Agentes Biológicos é uma organização com atuação em todo o território brasileiro, estabelecida em Lavras, Minas Gerais. É uma empresa focada em atender o agronegócio com produtos biológicos de qualidade, que trazem resultados reais aos produtores e, dessa forma, viabiliza o controle biológico como uma ferramenta importante no Manejo Integrado de Pragas. A Biomip é responsável por produzir e comercializar insetos e microrganismos, que quando liberados nas lavouras de forma correta auxiliam no controle de pragas agrícolas. Assim, os produtos da Biomip podem ser usados de forma isolada ou consorciados à outros métodos de controle.

Com mais de 20 anos de história do grupo, foi aliada toda a experiência no campo com a teoria, para produzir produtos que atendam às necessidades dos produtores de maneira efetiva, em todo o território nacional. A Figura 1 apresenta a identidade visual da Biomip.

Figura 1 – Identidade visual da Biomip Agentes Biológicos.



Fonte: Dados do Estágio (2023).

A Biomip possui como visão a ideia de que o mundo necessita uma agricultura totalmente sustentável, dessa forma, a empresa busca cumprir esse papel desenvolvendo e promovendo ao mercado, práticas agrícolas sustentáveis. A missão da empresa é colaborar na aprimoração do bem-estar das pessoas quanto do planeta, promovendo melhorias na agricultura, sempre visando saúde, segurança e produtividade. Os valores da empresa se resumem em ética, comprometimento, credibilidade, qualidade e inovação.

Atualmente a Biomip conta com 4 produtos em seu portfólio, são eles: Biometta, Biobassi, BioTricho e TBio. Cada produto possui um princípio ativo diferente que tem como objetivo principal o controle de diferentes pragas agrícolas.

O Biometta tem como princípio ativo o fungo *Metarhizium Anisopliae*, focado no controle de cigarrinhas da pastagem e carrapatos; o Biobassi possui o fungo *Beauveria Bassiana* como princípio ativo e tem como as principais pragas-alvo a cigarrinha do milho, cigarrinha verde e mosca branca; o princípio ativo do Biotricho é o *Trichoderma spp*, produto que é focado no controle de mofo branco, doenças fúngicas de solo e nematoides; O TBio possui como princípio ativo a mistura do *Metarhizium* com a *Beauveria*, focado no controle de lagartas na lavoura.

A Biomip tem como objetivo principal trazer a sustentabilidade através do agronegócio, buscando as melhores opções junto a seus clientes, contando com um serviço e

atendimento de qualidade, tanto na venda quanto no pós venda, utilizando equipamentos de ponta para todo esse processo.

2.2. Histórico e descrição da empresa

A empresa foi fundada em 2017, como a sexta entidade pertencente ao Grupo Rehagro, o qual também inclui a Faculdade Rehagro, a Rehagro Consultoria, a Ideagri, a 3rlab e a Rehagro Pesquisa. Desde o início, a empresa tem se dedicado a identificar as demandas do mercado por meio de seus numerosos clientes ligados ao Grupo, sempre priorizando as necessidades dos produtores.

Localizada em Lavras, Minas Gerais, a nova fábrica da Biomip foi inaugurada em agosto de 2021, apresentando uma área ampla de mais de 600m² e equipamentos de última geração, visando garantir a produção de produtos que tenham um impacto significativo. A capacidade da nova fábrica é dez vezes maior do que a anterior, contando com tecnologias avançadas. A estrutura foi especialmente projetada para oferecer soluções eficazes de controle biológico de pragas aos agricultores.

A estrutura organizacional dos setores administrativos era formada por uma diretora, a qual se concentrava a maioria das decisões organizacionais, definição de metas para os departamentos e gerente; por um gerente comercial, responsável por liderar o setor comercial e o time de vendas, a qual o estagiário estava inserido, auxiliando no marketing e no pós venda; o field sales, que juntamente com o gerente comercial, trabalhava com vendas dos produtos presencialmente no campo; o analista financeira ficava responsável por ficar atento nos gastos e recursos disponíveis; auxiliar administrativo, o qual dava suporte para as tarefas administrativas; por fim, o estagiário, responsável pelas tarefas que serão descritas no presente relatório.

A Figura 2 apresenta o organograma dos setores administrativos da empresa.

Figura 2 - Organograma dos setores administrativos.



Fonte: Adaptado de Biomip Agentes Biológicos (2023).

A sede principal da Biomip Agentes Biológicos está situada no endereço Rua Fábio Modesto, número 128, no bairro Joaquim Sales, na cidade de Lavras, em Minas Gerais. A fachada da empresa é visível na Figura 3, que representa o local onde o estágio supervisionado foi realizado.

Figura 3 - Fotografia da fachada da Biomip Agentes Biológicos.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A recepção da sede da Biomip está representada na Figura 4, composta por uma mesa a qual era utilizada pelo auxiliar administrativo, que também ficava responsável por receber visitantes a empresa.

Figura 4 - Fotografia da recepção da empresa.



Fonte: Do autor (2023).

A Figura 5 mostra a sala pertencente aos setores comercial, financeiro e marketing, assim como a mesa utilizada pelo estagiário.

Figura 5 - Fotografia da sala utilizada pelo estagiário.



Fonte: Do autor (2023).

A empresa também apresenta uma sala de reuniões, representada na Figura 6.

Figura 6 - Fotografia da sala de reuniões.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Esta seção tem como objetivo apresentar as atividades realizadas pelo estagiário durante o período de estágio, descrevendo-as e apontando quais foram as horas totais para cada uma delas. O estágio na empresa Biomip Agentes Biológicos foi realizado entre os dias vinte de março e vinte de julho de 2023, correspondendo a uma carga horária de 30 horas semanais e 480 horas totais. O estagiário cumpria horário de segunda - feira a sexta - feira, das 8:00 às 12:00 e das 13:00 às 15:00. O horário de trabalho estabelecido segue as diretrizes do Projeto Pedagógico do Curso de Administração da UFLA (UFLA, 2018), assim como a Lei n° 11.788, de 25 de setembro de 2008 (BRASIL, 2008), que regula o estágio supervisionado de estudantes.

O Quadro 1 apresenta cada uma das 4 principais atividades realizadas pelo autor desse relatório, bem como suas respectivas descrições e horas totais.

Quadro 1 - Atividades realizadas.

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Comercialização e venda de produtos	Responsabilidade em auxiliar na comercialização e venda dos produtos biológicos pelo setor digital	300
Planejamento de marketing	Planejar mensalmente uma rotina para postagens nas redes sociais da empresa, além de ideias para novos anúncios dos produtos	100
Prospecção, manutenção e contato com clientes	Manter contato com clientes, dar assistência no serviço de pós venda e entrar em contato com possíveis novos clientes	40
Criação e alimentação de planilhas	Preencher planilhas com as informações mais recentes, a fim de fornecer dados gerenciais aos superiores	40
TOTAL DE HORAS		480

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Todas as atividades mencionadas eram realizadas dentro do escritório o qual o estagiário trabalhava, em que era disponibilizado um computador e um celular para que pudesse cumprir as tarefas. Em caso de dúvidas o gerente do setor comercial estava presente para saná-las

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Na seção 4, a finalidade será de apresentar os processos técnicos de cada uma das tarefas realizadas pelo estagiário no período de estágio. Todas elas serão descritas com detalhes e amparando-as na literatura acadêmica. Além disso, também serão apresentadas sugestões de melhorias para aquelas que necessitam aperfeiçoamento.

4.1 Comercialização e venda de produtos

Dentre as 4 atividades realizadas pelo estagiário, uma das mais importantes e a que mais obteve horas totais foi a comercialização e venda de produtos. Segundo o Sebrae (2018) a função mais importante de uma empresa focada em oferecer produtos ou serviços distintos e de qualidade é o seu processo de vendas. É indispensável contar com uma estratégia claramente delineada, ter um profundo conhecimento sobre o produto e/ou serviço oferecido, bem como sobre a melhor forma de apresentá-lo, levando em consideração o público-alvo dessa estratégia.

O setor de vendas dentro de uma organização também se faz importante pela relação com a melhoria profissional. A prática da venda leva o profissional a praticar o seu discurso, a melhorar suas técnicas de negociação e o tratamento com os clientes (KARSTEN, 2021). A partir disso, de acordo com Rackham (2009), o profissional entende que a persuasão eficaz ocorre quando o cliente percebe o valor em sua oferta e sente que está tomando uma decisão informada.

Por esse motivo, bons vendedores transformaram-se em um autêntico fator de vantagem competitiva para as organizações. É indubitável que alguns são alvo de concorrência acirrada no mercado. Quando devidamente capacitados e habilidosos, eles de fato têm o poder de influenciar significativamente o desfecho de uma transação comercial.

Inicialmente, o estagiário recebeu um breve treinamento para começar sua atuação na parte de vendas. Foi passado a ele uma série de *e-books* a respeito de cada um dos produtos presentes na empresa, para que dessa forma, o estudante pudesse ter um conhecimento mais aprofundado acerca dos produtos que iria comercializar. Além disso, também houve um treinamento a base do livro: *Alcançando Excelência em Vendas: Spin Selling*. À vista disso, o estagiário aprendeu diversos conceitos e dicas sobre o processo de vendas, como muitas vezes o cliente não saber que possui um problema e que existe uma solução, assim, fazer as

perguntas certas em uma venda são essenciais para o prospect perceber sozinho que possui um problema e que você pode ajudá-lo com uma solução. Adicionalmente, ao estabelecer-se como referência no assunto, o cliente irá reconhecer a expertise do profissional e isso facilitará sua capacidade de influenciar na decisão. Em meio a uma forte concorrência no mercado, esse é um elemento distintivo que separa os vendedores que concretizam negócios dos que ficam para trás (RACKHAM, 2009).

O estagiário ficava responsável por realizar as vendas digitais, diretamente pelo *WhatsApp Business*. Essas vendas se iniciavam de diferentes formas. A mais comum era a chegada do cliente por parte dos anúncios pagos promovidos pela empresa dentro das redes sociais (*Instagram, Facebook*), em que o cliente que se interessasse sobre aquela propaganda, clicaria em um link que o redirecionaria diretamente para um chat no *WhatsApp Business* da empresa, em que o estagiário tinha o dever de atender esse possível novo cliente e realizar a venda para ele. Outra forma era por meio de indicação de clientes já consolidados da Biomip. Muitas vezes esses clientes entravam em contato com outras pessoas da equipe da empresa por engano, seja dos *field sales*, do gerente comercial ou de algum contato que aquele cliente possuía, dessa forma, o contato era passado ao estagiário para que ele pudesse entrar em contato diretamente com essa pessoa que foi indicada.

O uso dessas mídias digitais como plataforma de vendas para os produtos da empresa oferece aos agricultores uma certa facilidade de contato com o vendedor, estabelecendo uma linha de comunicação rápida e eficiente. Dessa forma, essa abordagem permite que os clientes sanem suas dúvidas obtenham informações detalhadas sobre os produtos e até solicitem recomendações personalizadas com base em suas necessidades específicas, visto que é necessário um diálogo prévio entre vendedor e cliente antes da realização da compra dos produtos Biomip, para a recomendação do produto que melhor irá atender as expectativas do consumidor.

Ao primeiro contato do cliente com a empresa, o estagiário ficava responsável por fazer um atendimento personalizado para cada um, fazendo perguntas individualizadas relativas ao desafio do consumidor e respondendo suas dúvidas de forma rápida e ágil. Assim era possível entender as necessidades específicas do cliente para que o estagiário pudesse fornecer todas as informações que fossem relevantes a respeito da situação do comprador. Assim, conseguia criar um ambiente mais propício para a venda, a partir de uma conexão direta entre empresa e cliente.

Para todos os 4 produtos ofertados pela empresa, foi passado ao estagiário uma margem de preço em que ele poderia negociar com o cliente da forma que melhor o ajudasse a

concluir a venda. Como exemplo, o Biometa, um dos produtos da empresa, a margem de preço proposta para a negociação era de R\$60,00 a R\$53,00 cada 100 gramas, podendo ou não bonificar o cliente com frete grátis. Dessa forma, cabia ao estagiário enviar propostas personalizadas, apresentar opções de pacotes ou realizar simulações de custos. Ser flexível, permitindo que o cliente se sinta mais confortável em discutir suas necessidades e buscar soluções que se encaixem em seu orçamento. Tudo isso era feito com ajuda de flyers, vídeos explicativos, documentos com descrições detalhadas de uso, bulas. Também era tarefa do acadêmico comercializar os produtos para outras empresas que tinham interesse em ser revendedores da Biomip. Quando se tratava de revenda, o processo de negociação se tornava um pouco diferente, o vendedor poderia fazer um desconto abaixo da margem de preço proposta apenas quando o pedido fosse maior que 10kg de produto, e caso a empresa se interessasse em comprar todo o portfólio, esse desconto poderia ser atribuído se todos os produtos fossem acima de 4kg. Na Figura 7 representa um dos flyers de um dos produtos da Biomip.

Figura 7 - Flyer Biometa.



Fonte: Biomip Agentes Biológicos (2023).

Durante a negociação, após o esclarecimento da situação, das dúvidas e da recomendação do produto para o comprador, o vendedor lançava todos os dados em um documento de cotação de preços e repassava ao cliente para que ele pudesse confirmar se estava tudo correto sobre o pedido de compra. Neste documento continha todos os dados da empresa, dados do vendedor, nome do comprador, condições de pagamento e informações

sobre o produto que estava sendo cotado, como quantidade, unidade de medida, descrição do produto, valor unitário e valor total. A Figura 8 mostra um exemplo do documento de cotação.

Figura 8 - Documento de cotação.



Razão Social: BIOMIP AGENTES BIOLÓGICOS LTDA
 CNPJ: 30.228.053/0001-25
 Endereço: AV. FABIO MODESTO, 128 JOAQUIM SALES
 Cidade: LAVRAS
 UF: MG
 CEP: 37207748
 E-mail: felipe.murad@biomip.com.br

COTAÇÃO
 Nome:

Item	NCM	Quant.	Und.	Descrição do produto	Vr.Unitário	Vr. Total
01						
02						

Condições de pagamento: Boleto - 30,60 e 90 - PIX - Cartão em até 4x
 Válido até //2023

Atenciosamente

Felipe Murad
 Vendedor Biomip

Avenida Fábio Modesto 128, Joaquim Sales Lavras-MG - Cep 37207-748 | Telefone: (35) 3822 5174

Fonte: Biomip Agentes Biológicos (2023).

Na próxima etapa do processo de vendas, após a confirmação de que o documento com a cotação do pedido estava tudo correto, o cliente satisfeito com a negociação e tomado a decisão de compra, o estagiário passava para a etapa de fechamento da venda. A conclusão da venda também ocorria diretamente pelo *WhatsApp*. O vendedor solicitava ao comprador seus dados para cadastro: Nome completo, CPF, e-mail, endereço de entrega completo, cidade e estado. Logo após informava ao comprador todas as formas de pagamento que a empresa oferece, as quais são, Pix, boleto 30,60 e 90 dias e cartão de crédito até 4 vezes. Caso a

escolha fosse Pix, o estagiário encaminhava a chave Pix da empresa para o cliente efetuar o pagamento e em seguida enviar o comprovante de transação. No caso de cartão de crédito, era necessário passar os dados do pedido de compra para o setor financeiro para que fosse emitido um link da Cielo em que o comprador pudesse realizar o pagamento da forma que escolheu. Do mesmo jeito acontecia se a escolha fosse pagamento no boleto, os dados também eram encaminhados para o setor financeiro para a emissão do boleto, que seria enviado no e-mail do cliente.

Após a confirmação do pagamento, o estagiário ainda realizava mais três atividades. Logo após o fechamento da venda, a planilha geral de vendas da empresa deveria ser alimentada com essa nova venda.

Também deveria preencher um documento de emissão do pedido, o qual continha todos os dados coletados do cliente, telefone, a transportadora, data do pedido e data de envio, nome do vendedor, o produto vendido e suas descrições. Um exemplo do documento de emissão de pedidos está representado na Figura 9.

Figura 9 - Documento de emissão de pedidos.

Emissão de Pedidos			
		Data	//2023
		Pedido nº	
		Vendedor	Felipe Murad
CLIENTE			
Nome:		CPF:	
Cidade:		Estado:	
Endereço:		CEP:	
Telefone		E-mail:	
Transportadora: SEDEX			
Data de envio: //2023			
Observações:100g/ha			
Produto	Descrição	Qtde.	Subtotal
Biometa			
Frete			

Fonte: Dados do estágio (2023).

Também era tarefa do vendedor preencher um modelo de endereço, contendo o nome do completo e o endereço de entrega completo do comprador, juntamente com o endereço da empresa. A Figura 10 representa esse modelo de endereço.

Figura 10 - Modelo de endereço.

Nome Completo

Endereço de entrega

Bairro

Cidade - UF

CEP

BIOMIP AGENTES BIOLÓGICOS 35-99825-3353

Av. Fábio Modesto, 128,

Vila Joaquim Sales.

Lavras -MG

CEP: 37207748

Fonte: Biomip Agentes Biológicos (2023).

Todos esses dois documentos deveriam ser enviados no grupo de vendas da empresa no *WhatsApp*, impressos e levados para a fábrica da empresa, onde os produtos eram fabricados e armazenados. Assim que o estagiário entregava os papéis para os demais colaboradores da fábrica, eles consultavam os dados do pedido e realizavam o embalamento do produto para que depois o correio passasse na empresa e fizesse a coleta dos produtos e fosse enviado ao destinatário.

Todo o processo de vendas poderia durar de minutos até semanas, dependendo da negociação com o cliente ou com a quantidade do produto solicitada, pois nem sempre havia a quantidade inteira em estoque.

Esse processo foi de grande importância para o desenvolvimento de habilidades e competências para o estagiário na área de vendas, comercialização de produtos e negociação com clientes. O graduando pode aperfeiçoar principalmente habilidades de comunicação e narrativa, poder de negociação, gestão de conflitos e inteligência competitiva. Dessa forma, é notável que o estagiário terá mais facilidade no futuro em escalar resultados e obter lucro em seus negócios.

4.2 Planejamento de Marketing

Para Kotler (1994) o marketing é uma atividade de gestão que envolve tanto aspectos administrativos quanto sociais, pelo qual pessoas, grupos buscam aquilo que necessitam através da criação, da oferta e da troca de produtos com valor agregado entre iguais.

É inegável que a internet possui um papel fundamental nos negócios atualmente. Ela oferece diversas oportunidades que podem beneficiar e impulsionar uma organização pelos serviços online. À vista disso, uma das principais vantagens que a internet pode oferecer são os serviços online que possibilitam a avaliação do alcance de uma campanha, enquanto o marketing digital proporciona a exposição e avaliação imediata dos resultados de produtos ou serviços recém-lançados, por meio de visitas, visualizações e cliques. (KOTLER; ARMSTRONG; 2003).

Durante o período de estágio, foi perceptível pelo estagiário, a importância de uma gestão eficiente das mídias sociais da empresa. Tendo em vista que a atuação era exclusivamente em vendas digitais, quase 100% dos contatos para venda provinham diretamente de anúncios digitais dentro de redes sociais. Portanto, foi possível perceber que essa gestão de tráfego desempenha um papel fundamental dentro das empresas, visto que esses anúncios são focados em promover os produtos, aumentar o conhecimento da marca, aumentar o fluxo de visitantes dentro de uma rede social e principalmente, impulsionar as vendas.

Dessa forma, uma das atividades em que o estagiário ficou encarregado foi o planejamento de marketing. Inicialmente, passaram-lhe a informação que as redes sociais da empresa estavam estagnadas, com pouco engajamento e que os anúncios dos produtos estavam um pouco ultrapassados e necessitavam de alguma atualização. Por isso, foi solicitado ao estagiário que fizesse um planejamento mensal de postagens para as redes sociais da empresa, de preferência criando uma planilha no Excel que facilitasse a visualização das ideias de postagens.

Assim, foi criada uma planilha que exemplificava diferentes ideias posts para a rede social em cada dia da semana, de segunda-feira a sábado, para o mês inteiro. Dessa forma, todas as redes sociais da empresa ficaram ativas, buscando um maior engajamento e impulsionamento da marca. A planilha apresentava para todos os dias da semana atividades como: o que fazer, sugestão de imagem, sugestão de texto, rede social a ser postada, local a

ser publicado. A Figura 11 apresenta um exemplo do planejamento desenvolvido pelo estagiário para o mês de maio.

Figura 11 - Planejamento mensal para o mês de maio.

	O que fazer	Sugestão de Imagem	Sugestão de Texto	Rede Social	Local a ser publicado
Segunda - Feira	Postagem de uma caixa de perguntas com a finalidade de resolução de qualquer dúvidas dos clientes a respeito da empresa (Pode escolher um tema específico a cada semana ou deixar aberto a qualquer dúvida).	Utilizar uma imagem diferente a cada story, condizente com a dúvida do seguidor	Responder as dúvidas de forma breve, evitando textos muito grandes	Instagram/Facebook	Story
Terça - Feira	Conteúdo de dica ou truque sobre os produtos (Ex: Como armazenar o produto da forma correta).	Imagem específica de acordo com a dica	Texto objetivo a respeito da dica. Ex: O produto dura até 45 dias em temperatura ambiente, até 6 meses na geladeira, até 1 ano congelado	Instagram/Facebook	Feed
Quarta - Feira	Compartilhar um case de sucesso de algum cliente que usou os produtos Biomip para controle de pragas na sua produção.	Foto ou vídeo recebido do cliente	Explicar qual a cultura, qual a praga e qual o produto foi utilizado	Instagram/Facebook	Feed + podendo adicionar aos destaques de feedback
Quinta - Feira	Pesquisa rápida, caixa de perguntas ou uma enquete, perguntando aos seguidores quais são as pragas mais comuns que eles encontram em suas plantações e logo depois, compartilhar uma foto do produto que faz o controle dessas pragas.	Utilizar uma imagem da praga escolhida + uma imagem do produto que controla essa praga	Explicação breve sobre a praga e o produto + link de acesso rápido ao WhatsApp comercial	Instagram/Facebook	Story
Sexta - Feira	Vídeo rápido ou uma série de fotos de técnicos realizando um serviço de controle de pragas utilizando os produtos da empresa.	Ex: Vídeo da aplicação via pulverização por drone	Legenda explicando o que está acontecendo, o que estão fazendo, qual produto estão aplicando, como estão aplicando e qual a praga - alvo.	Instagram/Facebook	Feed
Sábado	Compartilhar um infográfico sobre o ciclo de vida de uma praga específica e como o controle biológico pode ser usado para eliminá-la.	Infográfico + Foto do produto que controla a praga	Explicar sobre a praga e sobre o produto	Instagram/Facebook	Feed

Fonte: Dados do Estágio (2023).

Além disso, também foi atividade do estagiário levar ideias para melhorar os anúncios dos produtos da empresa que estavam presentes nas redes sociais. A primeira ideia proposta foi investir mais na criação de anúncios mais atraentes e envolventes, utilizar textos menores e títulos mais impactantes que consiga transmitir a mensagem de uma forma clara e menos cansativa. Também foi sugerido um monitoramento mais eficiente do desempenho desses anúncios, analisar métricas com taxa de cliques, taxa de conversão, retorno sobre investimento e com base nisso, fazer ajustes na campanha buscando melhores resultados. Ademais, considerar fazer o uso do marketing de influência, ou seja, utilizar influenciadores digitais que estejam alinhados com os ideais da empresa para promover a marca.

Durante o período de estágio apenas algumas sugestões desse planejamento foram implementadas nas redes sociais. Porém, um ponto que trouxe resultados positivos foi manter as redes sociais da empresa ativas, que não estavam a algum tempo. Isso resultou em uma visibilidade maior das publicações e uma maior interação por parte dos seguidores.

4.3 Prospecção, manutenção e contato com clientes

De acordo com Ziglar (1986) o ato de prospectar clientes não deve ser uma atividade de apenas um dia, deve ser um compromisso diário. Relacionamentos duradouros com clientes devem ser construídos através de perseverança e consistência. Por isso, é de suma importância que haja o mantimento do contato com os clientes mesmo após a venda, focando na criação desse relacionamento e uma possível parceria com a finalidade de uma outra venda no futuro.

Dessa forma, o estagiário tinha a responsabilidade de entrar em contato com certos clientes que os gestores sugerissem na tentativa de criar uma relação, nem sempre focada apenas na venda, mas podendo ser com a finalidade de agendar uma visita com ele, apresentar os produtos, conversar sobre quais os desafios ele enfrenta na produção e após essas etapas, tentar realizar a venda na hora certa. Também era tarefa manter contato com clientes que já compraram anteriormente, visando uma parceria com o comprador. Para facilitar essa parceria, o estagiário oferecia algumas bonificações, como descontos, frete grátis, envio de brindes junto ao produto com a finalidade de estar sempre agradando ao cliente para que construísse um relacionamento e facilitasse uma outra venda futura. Essas eram ações simples que faziam a diferença no momento de negociação e fechamento de venda com o cliente, pois a empresa demonstrava que se importava com seu público, aumentando a conexão afetiva necessária para a fidelização de clientes.

4.4 Criação e alimentação de planilhas

Durante o período de estágio, também foi papel do acadêmico realizar o manejo de planilhas eletrônicas, utilizando o Excel, no computador que usava em sua mesa. Esta atividade referia-se ao processo de criar, organizar ou atualizar informações com novos dados do dia a dia com a finalidade de fornecer relatórios gerenciais aos gestores.

Essa atividade contava com o preenchimento de planilhas com dados de diversas origens. Foi papel do estagiário a criação de planilhas de: planejamento de redes sociais; compatibilidade dos produtos da marca; presença de possíveis clientes em eventos da empresa, com a finalidade de usá-la para entrar em contato futuramente; cotações de preço de produtos do mesmo nicho para visualizar se há necessidade de ajustes no preço dos produtos. Além dessas, o estagiário tinha o dever de atualizar a planilha de vendas da empresa, a qual era compartilhada com todos os vendedores, toda vez que uma venda fosse realizada, assim a planilha conseguia se manter sempre atualizada.

Sendo assim, o manejo eficiente de planilhas eletrônicas por parte do estagiário era de suma importância para os superiores, visto que era base para análises, relatórios e tomadas de decisão.

5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS

Na quinta seção do presente relatório, serão propostas algumas sugestões para os impasses identificados dentro da empresa durante o período de estágio realizado pelo estudante.

Em um primeiro plano, um dos principais problemas identificados pelo estagiário foi uma falta de eficiência no processo de controle de estoque. Foi possível observar esse fato, pois todos os vendedores eram um pouco prejudicados por esse problema, visto que necessitavam adiar algumas vendas pois a empresa não possuía o produto em estoque na quantidade desejada pelo cliente. Esse impasse era fator gerador de insatisfação de clientes, e aqueles que necessitavam do produto com urgência, acarretava na perda da venda.

Dessa forma, há oportunidade em modificar esse processo focando em uma maior eficiência. Inicialmente, seria interessante melhorar a precisão nas previsões de demandas, ou seja, utilizar formas como informações sazonais, análises de mercado, históricos de vendas, buscando melhorar essas previsões. Assim, será possível uma programação mais acurada das compras e da produção, prevenindo o acúmulo excessivo ou a falta de produtos. A empresa realizava alguns tipos de precisão, porém era focada principalmente nos grandes clientes fidelizados. No caso, o estagiário ficava responsável por atender novos e menores clientes, dessa forma, algumas vezes ocorria esse problema relacionado ao estoque. Por isso, ainda faz-se necessário buscar melhores mecanismos para prever essas demandas.

Além disso, o investimento em treinamento e capacitação da equipe responsável pela fabricação dos produtos também é uma oportunidade, visto que esse foi um problema experimentado pelo estagiário. A carência de um bom rendimento por parte dos colaboradores dessa área era comum e prejudicava os outros processos da empresa como um todo. Portanto, esse investimento poderia tornar o processo de fabricação mais rápido e assertivo, e conseqüentemente, mais eficiente os outros processos citados.

Com relação a atividade do planejamento de marketing realizada pelo estagiário, outro problema encontrado foi a falta de um colaborador específico para colocar esse planejamento em prática. O manejo das redes sociais ficava por conta de uma das gestoras, dessa forma, essa não era uma atividade que era prioridade para ela. Por isso, uma das sugestões do estagiário foi a admissão de algum funcionário que fosse responsável por gerir as redes sociais da empresa, desenvolvendo artes e realizando as postagens presentes no planejamento. Desta maneira, a administração das redes sociais seria muito mais eficaz e consistente, com maiores chances de aumentar o engajamento.

6 CONCLUSÃO

O objetivo principal do presente relatório foi descrever as atividades realizadas pelo estagiário no setor comercial de uma empresa do agronegócio. As tarefas eram centradas principalmente em vendas de produtos. Além disso, o estudante ainda realizou planejamentos mensais de marketing para redes sociais, prospecção e contato com clientes e preenchimento de planilhas.

Em suma, o estágio supervisionado desempenhado durante esse período foi uma experiência bastante proveitosa e enriquecedora no que se refere ao desenvolvimento profissional do estagiário. Nesse tempo, o estudante teve a oportunidade de colocar em prática vários conhecimentos teóricos advindos do curso de Administração. Ademais, também foi possível adquirir uma compreensão mais profunda das práticas e processos em marketing e vendas, visto que durante o tempo de estágio, o estagiário manteve contato com profissionais experientes, que se tornaram bons ajudantes no desenvolvimento de habilidades específicas da área.

Outro ponto positivo acerca do Estágio Supervisionado foi a possibilidade de obter uma visão mais realista de como funciona o mercado de trabalho na prática. Por esse motivo, o autor do relatório pôde perceber a relevância da cooperação em grupo, a habilidade de gerir o tempo de forma eficiente, a comunicação precisa e a capacidade de se adaptar às transformações contínuas do mercado. Além disso, também foram aprimoradas competências como, uso de ferramentas e softwares especializados, capacidade de análise, resolução de problemas e tomada de decisões.

É válido acrescentar a contribuição do estágio para o fortalecimento das redes de contatos profissionais para o graduando. A criação de relacionamentos e conexões dentro do mercado de trabalho podem ser benéficos futuramente para ofertas de emprego, parcerias ou colaborações.

Portanto, a experiência proporcionada pelo estágio supervisionado desempenhou um papel crucial no desenvolvimento profissional do estudante. Além de possibilitar a aplicação concreta dos conhecimentos teóricos, aprimoramento de competências técnicas e comportamentais, proporcionou uma visão aprofundada dos desafios do mercado de trabalho. É de plena confiança que as vivências adquiridas durante o estágio irão influenciar positivamente na atuação do graduando como profissional, contribuindo significativamente para o crescimento e sucesso na área.

REFERÊNCIAS

BLOG DA CRESOL. Agronegócio: um setor em constante crescimento. 2023. Disponível em: < <https://blog.cresol.com.br/agronegocio/> >. Acesso em: 12 de jun. 2023.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Prática da administração de empresas.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

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.

Disponívelem:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111788.htm>. Acesso em 12 de jun. 2023.

BIANCHI, A. C. M., et al. **Orientações para o Estágio em Licenciatura.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005

GAULT, Jack; LEACH, Evan; DUEY, Marc. Effects of business internships on job marketability: the employers' perspective. **Education + Training**, v. 52, n. 1, p. 76-88, 2010

UFLA – UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS. **Projeto Pedagógico do Curso de Administração.** Lavras, 2018. p. 1-85. Disponível em:

<<https://drive.google.com/file/d/1LxiiOlyyb9zeiGkus7LmISywZtaygtIo/view>>. Acesso em: 15 de jun. 2023.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.

A importância de um bom processo de vendas. 2018. Disponível em: <

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/a-importancia-de-um-bom-processo-de->

[vendas,cad17b6c5e372610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=A%20fun%C3%A7%C3%A3o%20mais%20importante%20de,o%20p%C3%BAblico%20alvo%20desta%20estrat%C3%A9gia.](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/a-importancia-de-um-bom-processo-de-vendas,cad17b6c5e372610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=A%20fun%C3%A7%C3%A3o%20mais%20importante%20de,o%20p%C3%BAblico%20alvo%20desta%20estrat%C3%A9gia.) > Acesso em: 16 de jun. 2023

KARSTEN, Márcio. A importância das vendas. Márcio Karsten Consultor, 2021. Disponível

em: < <https://marciokarsten.pro.br/a-importancia-das-vendas/> > Acesso em: 16 de jun. 2023

RACKHAM, Neil. **Spin Selling: Alcançando Excelência em Vendas**, Ed. M. Books do Brasil Editora Ltda, São Paulo – SP, Brasil. 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4^a ed. São Paulo: Atlas, 1994

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

ZIGLAR, Zig. **Os Segredos da Arte de Vender**. 8. ed. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Record, 1986.