

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO NORTE
CAMPUS NATAL-ZONA NORTE
CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

MICILENE VIEIRA MEDEIROS

**RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL NA ÁREA DE TELEMARKETING NA
EMPRESA FORMAÇÃO**

NATAL/RN

2017

MICILENE VIEIRA MEDEIROS

**RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL NA ÁREA DE TELEMARKETING NA
EMPRESA FORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico Integrado em Comércio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Natal-Zona Norte, como requisito para obtenção do título de Técnico em Comércio.

Orientadora: Prof. M.a. Denise Cristina Momo.

NATAL/RN

2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter dado saúde e força para superar todas as dificuldades. A minha mãe, a rainha da minha vida por nunca ter desistido de mim, mesmo quando eu já tinha. Sem o seu apoio, mãe, eu não teria chegado onde estou agora e nem conquistado um terço do que já tenho.

Sou grata pela minha orientadora, Denise Cristina Momo, pela sua enorme paciência, por seu suporte, seus incentivos e correções e por saber, como ninguém, orientar esse relatório. Grata, também, pela família Formação que tive o prazer de passar dois anos, foi lá que pude pôr em prática, praticamente, todos meus conhecimentos.

Por fim, mas não menos importantes, agradeço pelos os amigos que conquistei no IFRN. Foram fundamentais para a conclusão do meu curso, além de todos os professores que conseguiram exercer o seu papel excepcionalmente.

RESUMO

Esse relatório tem como finalidade apresentar uma reflexão sobre a prática profissional do telemarketing, reconhecendo sua importância dentro de qualquer organização, já que ele visa a comunicação entre empresas e clientes, ampliando o campo de vendas e trazendo agilidade na resposta. Além de trazer informações sobre rotina administrativa que é constituída por conjuntos de procedimentos com entradas, processamentos e resultados, conhecido como processos, que precisam de conhecimentos técnicos e o domínio de tecnologia. Seguido dos resultados, onde ocorre o relato de como a teoria, aprendido em sala de aula, ajudou na prática e para finalizar as considerações finais, trazendo a importância do estágio, pois é por meio do estágio que o aluno, põe em prática o conhecimento teórico absorvido em sala de aula, é uma das primeiras fontes de experiência. Portanto, a prática profissional por meio do estágio possibilita ao discente vivenciar o ambiente organizacional, com isso terá maior facilidade de se inserir no mercado de trabalho.

PALAVRAS CHAVES: Estágio. Telemarketing. Formação. Prática profissional. Rotinas administrativas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	6
2.1. DADOS GERAIS.....	6
2.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO.....	6
2.3. IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	7
3. O ESTÁGIO.....	9
3.1. CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO.....	9
3.2. JUSTIFICATIVA.....	9
3.3. RESULTADOS.....	10
3.3.1. Atividade 1 – Telemarketing.....	10
3.3.2. Atividade 2 – Rotinas Administrativas.....	11
3.3.3 Atividade 3 - Conferência e arquivamento de documentos.....	12
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	14
REFERÊNCIAS.....	15

1. INTRODUÇÃO

O Estágio, é regido pela lei nº 11.788 de 25 de setembro de 2008, é o ato educativo escolar, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional e/ou de ensino médio. É a prática profissional que realiza um estudante para pôr em prática os seus conhecimentos e as suas competências (SILVA, 2008).

O objetivo do estágio é proporcionar experiência ao estagiário e prepará-lo para que possa se desenvolver no mercado de trabalho visa, também, o aprendizado de competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, ajudando o desenvolvimento do aluno para a vida cidadã e para o trabalho (PEREIRA, 2013).


É por meio do estágio que o aluno, põe em prática o conhecimento teórico absorvido em sala de aula, é uma das primeiras fontes de experiência. Portanto, a prática profissional por meio do estágio possibilita ao discente vivenciar o ambiente organizacional, com isso terá maior facilidade de se inserir no mercado de trabalho.

O relatório da prática profissional propõe-se descrever as atividades executadas no decorrer do estágio curricular do curso Técnico em Comércio na modalidade integrado do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) Campus Natal-Zona Norte. O estágio foi desenvolvido no período de 08/09/2016 a 06/03/2017, no setor de telemarketing. As atividades executadas durante este período foram, além de telemarketing, rotinas administrativas e conferência e arquivamentos de documentos com a supervisão do gerente Eduardo Paes.

2. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

2.1. DADOS GERAIS

Quadro 01 – Caracterização da empresa

Razão social	M&E Educação Profissionalizante LTDA
Nome fantasia	Formação de Cursos Profissionalizantes
Endereço	Avenida Bernardo Vieira, nº2622
Área geográfica de atuação	Lagoa Nova
Produtos e serviços oferecidos	Cursos profissionalizantes
Quantidade de colaboradores	Dez colaboradores
Logomarca	

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

2.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO

A filial da empresa Formação (M&E Educação Profissionalizante LTDA) localizada na Avenida Bernardo Vieira foi trazida para Natal há seis anos, tendo a matriz localizada em Fortaleza/CE. O seu objetivo é oferecer educação profissionalizante através de cursos práticos e teóricos e no término de cada curso encaminhar para o Jovem Aprendiz ou até mesmo contratando.

São mais de quarenta cursos oferecido pelo Formação, os que são mais procurados são: assistente administrativo, assistente de farmácia e designer gráfico, cada curso desse tem dez módulos, cada módulo contendo dez aulas e cada final de módulo há uma prova online e no final de todos os módulos tem uma prova escrita. Além desses, um também bastante procurado é o de manutenção de micro, que é o único curso que tem aulas práticas, além das teóricas.

É considerada uma das melhores empresas que oferecem cursos profissionalizantes. A formação oferecida pela empresa tem o diferencial de ser um curso totalmente interativo no computador e com a presença de um professor, e aulas práticas em alguns cursos. Atualmente fizeram parceria com o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), onde os alunos que já estão estagiando terminam o último módulo de informática na Formação. Além de todo mês apresentar uma palestra, seja motivacional ou dando dicas para como se comportar no mercado de trabalho, e também fazem uso de dinâmica para estimular mais ainda os jovens.

2.3. IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Formação Cursos Profissionalizantes é uma instituição que investe no segmento de treinamentos e cursos, sendo este um dos que mais cresce no país, é uma rede sólida, que possui experiência prática no setor de atuação, unidades próprias e franqueadas em plena atividade com excelentes resultados comprovados.

A sua metodologia permite efetuar matrículas durante os 365 dias do ano, de alunos com diferentes níveis de conhecimento, numa mesma sala de aula. Possuem o maior mix de cursos do mercado e oferecem cursos em qualquer época do ano, seja na modalidade presencial ou online, pois não há a necessidade de formação de turmas. Se orgulham pelo baixo índice de desistência e com o menor número de inadimplência.

Missão:

Promover uma educação profissionalizante de qualidade na formação de profissionais qualificados para o mercado de trabalho dentro de referenciais de excelência dos cursos que oferece para a sociedade.

Visão:

Ser uma escola profissionalizante reconhecida no Brasil pelo trabalho inovador através da diversificação de cursos e praticidade da sua realização.

Principais diferenciais:

- Início imediato;
- Não é necessária a formação de turmas;
- Livre escolha de horário;
- Reposição de aula gratuitamente;
- Acesso à Internet banda larga (apenas para os alunos, nas Unidades);
- 1 computador por aluno;
- Aulas 100% práticas;
- Aulas individuais.

A formação possui em seu quadro dez colaboradores, o diretor da unidade de Natal, o supervisor, dois vendedores de cursos, dois professores, e duas operadoras de telemarketing uma no turno da manhã e outro pela tarde. Há, também a área de cobrança formada pelo telemarketing dessa área e a assistente de serviços gerais.

3. O ESTÁGIO

3.1. CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Quadro 02 – Caracterização do estágio

Atividades desenvolvidas	Telemarketing, rotinas administrativas, conferência e arquivamento de documentos.
Departamento/ Setor	Vendas de cursos
Período	De 08/09/2016 a 06/03/2017
Carga horária	400 h
Orientadora	Denise Cristina Momo
Supervisor	Eduardo Paes

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

3.2. JUSTIFICATIVA

Um dos principais motivos que me moveu a procurar um estágio, além do incentivo monetário, foi a curiosidade. A curiosidade de como seria o primeiro emprego, se, realmente, eu teria uma atuação boa com relações interpessoais e de poder ver como funciona uma organização.

A empresa buscou estagiários no mercado, pois precisava aumentar o número de clientes/alunos para os cursos. O objetivo era buscar um estagiário que tivesse persuasão, pois sua atuação se daria em torno do telemarketing, o qual é a porta de entrada de novos alunos.

3.3. RESULTADOS

3.3.1. Atividade 1 – Telemarketing

O telemarketing é o sistema que visa a comunicação entre empresas e clientes, que traz a resposta em um curto prazo de tempo, ampliando o campo de vendas das organizações. É versátil podendo oferecer a venda de qualquer produto ou serviço, busca otimizar as vendas de forma mais prática, além de conseguir aplicar o marketing diretamente (MAGONI, 2008).

Um dos seus principais objetivos é a conquista de novos clientes ou negócios e conseguir a fidelização dos clientes atuais, estreitando as relações interpessoais. Já que as relações humanas são importantíssimas para a realização dessa fidelização. Além disso a divulgação e promoção de um determinado produto ou serviços e a renovação de bases de dados (MAGONI, 2008)

Existem dois tipos de telemarketing, o ativo (*Outbound*), que é caracterizado por ser feito da organização para o cliente, ou seja, de dentro para fora e o receptivo (*Inbound*), que é quando o cliente entra em contato com a empresa, contatado tanto para uma informação ou alguma necessidade específica do consumidor. O maior exemplo desse tipo de telemarketing são os números com o início 0800, as linhas gratuitas (VIANA, 2016).

As vantagens das organizações pela presença do telemarketing são a flexibilidade comodidade, tanto para o cliente como para o vendedor, a interatividade, o replanejamento, pois a qualquer momento pode-se mudar de tática, a otimização, o controle, o custo e pôr fim a cobertura, já que um tele pode entrar em contato com 50 (cinquenta) clientes, enquanto um funcionário em campo consiga, apenas, com 10 (dez) (MARTINS, 2016)

E essa atividade de telemarketing realizado durante o período do estágio foi de forma ativa. Entrava em contato com os clientes para oferecer qualificação profissional, vendas de cursos e também com clientes atuais para conquistar a fidelização.

A venda de cursos era feita indiretamente por mim, a minha função era ligar para alunos, através de cupons que eles preenchiam nas escolas, para convidá-los a visitar o nosso curso e só assim uma atendente fazer a venda do curso. Essa era uma

atividade diária, feita durante quatro horas por mim e por outro telemarketing, onde seguíamos um roteiro estabelecido pela empresa.

Esse cargo, como atendente, me proporcionou pôr em prática o aprendizado que tive nas matérias do curso de comércio, como, por exemplo na disciplina de Gestão de Vendas. Essa gestão, atualmente, não se refere apenas a vendas. Mas também a marketing, produtos, pesquisa publicidade, entre outros.

Ao ver as necessidades que a Formação tinha, em relação a falta de visitas, analisando o que faltava e utilizando o conhecimento adquirido com o Gestão de vendas, pude traçar um plano de metas, juntamente com meu supervisor. Logo após desse plano, as visitas aumentaram em um número significativo.

3.3.2. Atividade 2 – Rotinas Administrativas

Antes de tudo é essencial entendermos que rotina administrativa é constituída por conjuntos de procedimentos com entradas, processamentos e resultados, conhecido como processos, que precisam de conhecimentos técnicos e o domínio de tecnologia. E nas rotinas a execução de atividades para obtenção de resultados vai de acordo com o nível de competência, nível de responsabilidades e autoridades dos profissionais (LINS, 2014)

Dentro disso, é importante saber diferenciar as atividades administrativas e gerenciais, pois as atividades gerenciais formam um processo que origina as atividades administrativas, logo, é para apoio gerencial que existe as administrativas. De forma geral as rotinas administrativas é todo o conjunto processos que consomem recursos, que requer organização de recursos, planejamento e avaliação dos resultados gerados desses recursos (LINS, 2014)

Há algumas técnicas nas rotinas administrativas, como a construção de um organograma, que identifica os departamentos da empresa e os níveis de hierarquia, existem também as técnicas do manual da rotina e o regulamento interno. Onde, respectivamente, está descrito as normas para execução de atividades específicas e um documento com um conjunto de segmentos que definem a estrutura organizacional e as políticas da empresa. Sem esquecer dos outros documentos que também auxiliam nas atividades administrativas, os relatórios, que tem como função mostrar fatos para esclarecer dúvidas (ARRUDA, 2010)

A qualidade nas rotinas administrativas é garantida através da qualidade nos processos. Os processos, então, são fundamentais para que as empresas alcancem seus objetivos e a qualidade nesses processos precisam de métodos, técnicas, normas e inovações (LAPENDA, 2012). E a importância dessa atividade administrativa dentro de uma empresa como a Formação, é garantir que os processos ocorram na mais perfeita ordem para o alcance das metas estipuladas pelo plano de metas.

Dentre as responsabilidades do estágio, uma das minhas atribuições era de digitalizar documentos e manter cadastros e arquivos atualizados, intuito dessa atividade era de organizar os processos. Uma das matérias técnicas de comércio, Sistema de Informação (SI), me deu o conhecimento necessário para que pudesse desenvolver essas atividades na área administrativa.

O Sistema de Informação é um sistema onde sua principal função é a informação, seu objetivo é armazenar, fornecer e tratar informações de modo que apoie os processos de uma organização. O SI é dividido em dois, automatizado e social, o primeiro consiste em máquinas, computadores, redes tec., e o segundo consiste em pessoas, processos e informações. E foi no subsistema social onde pude pôr em prática o que foi aprendido no SI (SILVA, 2014)

O SI era utilizado no Formação por completo, tanto automatizado e social. A parte automatizada corresponde a um sistema que eles possuem que organizam grade de horário, pagamentos de todos os alunos, ou seja, reúne todos os dados de forma organizada, eu não tinha acesso a essa plataforma, trabalhava com o SI social. No SI social da empresa, em geral, consiste em entrar contatar alunos e novas parcerias e a organização de documentos, como matrículas e currículos.

3.3.3. Atividade 3 – Conferência e arquivamento de documentos

A terceira e última atividade desempenhada foi a conferência e arquivamento de documentos.

De acordo com “o arquivo serve de instrumento principal de controle à ação administrativa de qualquer empresa, seja ela privada ou pública. Abriga documentos resultantes de uma atividade, sendo estes conservados como comprovantes. (PRADO, 1986, p. 4).

Os arquivos quando estão de forma organizada transmitem ordens, impedindo repetições desnecessárias, a duplicidade de trabalho, mostrando o que ainda se tem há fazer e os resultados conquistados. Ele também auxilia o administrador na tomada de decisão (LIMA, 2014).

Sabendo disso, empresas um dos objetivos principais dos setores de arquivo é ajudar à administração em suas atividades, eles servem como suporte para pesquisa administrativa e financeira. Recolhendo, selecionando e arquivando documentos de maneira organizada.

Ao decorrer do tempo os arquivos transformam-se em um grande influenciador no resgate histórico, quando os seus documentos deixam de ter a validade. A importância do arquivamento é de disponibilizar as informações contidas em seu acervo de maneira organizada, com a função de apoiar os procedimentos da organização (LOPES, 2004).

Na Formação esse arquivamento era uma das minhas atividades. Cada ano, continha uma respectiva “caixa”, onde inicialmente era feita a conferência dos documentos e posteriormente seu arquivamento. Cada caixa continha matrículas de alunos de acordo com o ano, o arquivamento era feito em ordem alfabética. Também era de minha responsabilidade fazer a busca de documentos arquivados, quando houvesse necessidade. E nessa última atividade há presença do SI social, onde a organização dos processos são feitos de forma organizada.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse tempo que passei fazendo parte do Formação aprendi muito sobre os temas que envolve relações de cliente e funcionário. Esse estágio foi de grande importância pois além de me preparar para o mercado de trabalho me fez ver na prática o meu curso técnico de comércio, todas as relações diretas e indiretas que o funcionário tem com o cliente, o quanto é preciso estudar o mercado para ter uma boa competência, necessita além de saber quem são seus concorrentes e como pode ultrapassá-los.

Além de poder pôr em prática, os conhecimentos adquiridos em matérias técnicas, tive a possibilidade de vivenciar na prática o ambiente organizacional, interagir com gestores, funcionários e clientes. Ter esse contato, me fez perceber a importância do estágio para a qualificação profissional em um curso técnico.

Outro fator relevante foi em relação a postura do profissional dentro de uma organização. Para que as empresas tenham sucesso é necessário o total empenho dos funcionários, pois todas as atividades desenvolvidas contribuem para atingir as metas e resultados almejados. A comunicação entre os cargos é ponto chave, para poder realizar o seu trabalho de forma que ajude todas as etapas necessárias para chegar ao objetivo.

REFERÊNCIAS

- A IMPORTÂNCIA do telemarketing. [S.l.: s.n., 2010]. Disponível em: <http://www.portalwebmarketing.com/Marketing/a_importancia_do_telemarketing_na_s_PME/tabid/789/Default.aspx>. Acesso em: 10 jul. 2017.
- ARRUDA, Neimar. **5 estratégias para tornar as rotinas administrativas mais eficientes**. [S.l.: s. n.], 2010. Disponível em: <<https://dourasoft.com.br/5-estrategias-para-tornar-as-rotinas-administrativas-mais-eficientes/>>. Acesso em: 01 out. 2017.
- BEURENI, Ilse Maria; MARTINS, Luciano Waltrick. Sistema de informações executivas: suas características e reflexões sobre sua aplicação no processo de gestão. **Rev. contab. finanç.** v.12, n. 26, Maio/ago. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772001000200001>. Acesso em: 15 set. 2017.
- CHAVES, Padro. **Gestão de arquivos de documentos**. [S.l.: s. n.], 2003. Disponível em: <<https://www.pradochaves.com.br/arquivo-de-documentos.asp>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- CONCEITO de Telemarketing. [1998]. Disponível em: <<http://dicasdetelemarketing.blogspot.com.br/p/tipos-de-telemarketing.html>>. Acesso em: 09 ago. 2017
- CONCEITO de sistema de informações. 2011. Disponível em: <<https://conceito.de/sistema-de-informacao>>. Acesso em: 27 set. 2017.
- DOMINGUES, Jenifer Teixeira. **A importância do sistema de informação gerencial para as empresas**. [S.l.: s. n.], 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/a-importancia-dos-sistema-de-informacao-gerencial-para-as-empresas/78358/>>. Acesso em: 110 nov. 2017.
- ESTÁGIO PROFISSIONAL. [2010]. Disponível em: <<http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/estagio.htm>>. Acesso em: 11 out. 2017.
- FIGUEREDO, Ira Luppi. **Tipos de sistemas de informação na empresa**. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/artigo/738/tipos_de_sistemas_de_informacao_na_empresa>. Acesso em: 5 nov. 2017.
- LINS, Valéria. **Rotinas administrativas**. São Paulo: Slideshare, 2001. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/ValriadaCosta1/rotinas-administrativas-29730112>>. Acesso em: 27 out. 2017.
- LIMA, Fernanda Silva de. **Gestão documental: uma abordagem no setor financeiro da empresa polybalas**. 2004. 39f. Monografia (Graduação em Arquivologia)- Universidade Estadual da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3608/1/PDF_Fernanda_Silva_de_Lima.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

LOPES, Uberdan dos Santos. Arquivos e a organização da gestão documental. **Revista ACB**, v. 9, n. 1, 2004. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/412/523>>. Acesso em: 11 out. 2017.

MAGONI, Mari Andréia Luchetta. **Trabalho de conclusão de estágio**. 2008. 124f. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Administração)- Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2008. Disponível em: <[http://siaibib01.univali.br/pdf/Mari Andreia Luchetta Mangoni.pdf](http://siaibib01.univali.br/pdf/Mari%20Andreia%20Luchetta%20Mangoni.pdf)>. Acesso em: 12 nov. 2017.

MARTINS, Isaac. **7 vantagens do telemarketing para sua empresa**. 2016. Disponível em: <<http://institutoim.com.br/7-vantagens-do-telemarketing-para-sua-empresa/>>. Acesso em: 07 out. 2017.

O QUE é o estágio. [2012]. Disponível em: <<http://www.utfpr.edu.br/patobranco/estagios-e-empregos/vagas-para-estagios-e-emprego/o-que-e-o-estagio>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

O QUE é Telemarketing? Conceito e definição do termo. [2000]. Disponível em: <<http://marketingfuturo.com/o-que-e-telemarketing-conceito-e-termo/>>. Acesso em: 12 out. 2017.

PEREIRA, Mariane Camboin. **O papel do estágio na formação dos alunos do curso de administração**. 2013. 66f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/87864/000910853.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 11 set. 2017.

ROTINAS administrativas. 2010a. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/ValriadaCosta1/rotinas-administrativas-29730112>>. Acesso em: 10 out. 2017.

ROTINAS administrativas. 2010b. Disponível em: <<http://www.prepara.com.br/cursos/administracao-negocios/rotinas-administrativas>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

ROTINAS administrativas. 2011. Disponível em: <<http://casadaconsultoria.com.br/rotinas-administrativas/>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

SILVA, Juninho. **O sistema de informação como instrumento para o desenvolvimento organizacional**. 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/o-sistema-de-informacao-como-instrumento-para-o-desenvolvimento-organizacional/5956/>>. Acesso em: 20 out. 2017.

SISTEMAS de Informação. 2000. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/sistemas-de-informacao/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

VIANA, Arthur. **Prospecção de clientes: o que é, qual a importância e como fazer.** 2016. Disponível em: <<https://outboundmarketing.com.br/prospeccao-de-clientes-o-que-e/>>. Acesso em: 27 nov. 2017.