

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

YASMIM RODRIGUES DE SOUZA

**RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL NA EMPRESA COMJOL**

NATAL/RN  
DEZEMBRO DE 2018

YASMIM RODRIGUES DE SOUZA

## **RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL NA EMPRESA COMJOL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Técnico em Comércio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), Campus Natal – Zona Norte, como requisito para obtenção do título de Técnico Integrado em Comércio.

Orientação: Prof. Dr. Bruno Campelo Medeiros

NATAL/RN  
DEZEMBRO DE 2018

## TERMO DE APROVAÇÃO

**Aluno:** Yasmim Rodrigues de Souza

**Curso:** Técnico em Comércio

**Período/Ano:** 2018.1

**Tipo de Documento:** Relatório Final de Estágio Curricular

**Título:** Relatório de prática profissional na empresa Comjol

### PARECER

O Relatório final de Prática Profissional foi submetido à Direção Acadêmica do IFRN – Campus Natal – Zona Norte para análise e aprovado como requisito para conclusão do Curso Técnico Integrado em Comércio em 2018.

---

Bruno Campelo Medeiros, Dr.  
Professor Orientador

---

Miler Franco D'anjour, Dr.  
Professor Avaliador

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, o autor da minha fé.

Em segundo lugar, à minha família e amigos, os quais me incentivaram para que eu chegasse até aqui. Gratidão à minha mãe, que por meio do seu amor, compreensão e apoio sempre me encorajou a prosseguir. À Lucas Andrade, meu Bem, que escolheu segurar minha mão em todos os momentos da vida. Aos colegas, que durante quatro anos tive o privilégio de dividir a jornada. Tudo é recíproco.

Ao Instituto Federal, ao corpo docente e em especial ao meu orientador, que através do conhecimento contribuíram para o meu processo de aprendizagem e me inspiram a alçar voos mais altos. À empresa, que abriu suas portas, possibilitou o ofício das atividades e a realização do presente relatório.

Por fim, à todos aqueles que de alguma forma colaboraram para minha formação pessoal e profissional.

Soli Deo Gloria.

## RESUMO

O referido relatório de prática profissional consiste na descrição e análise das atividades desenvolvidas pela discente atuante como Jovem Aprendiz no departamento de vendas em uma unidade da Comjol, empresa líder de mercado em Natal que comercializa materiais de construção, acabamento e produtos para o lar. O trabalho interliga as atividades com aspectos acadêmicos compreendidos ao longo dos quatro anos do curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Comércio, ofertado pelo IFRN – Campus Natal – Zona Norte. Os resultados das atividades apontam para a necessidade de padronização no atendimento ao cliente e melhoria no espaço destinado às vendas e ao estoque de mercadorias.

**Palavras-chave:** Comjol. Vendas. Atendimento ao cliente.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>2. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....</b>	<b>7</b>
2.1. DADOS GERAIS.....	7
2.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO.....	7
2.3. IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	8
<b>3. O ESTÁGIO.....</b>	<b>9</b>
3.1. CARACTERIZAÇÃO.....	9
3.2. JUSTIFICATIVA.....	9
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>10</b>
<b>5. RESULTADOS.....</b>	<b>11</b>
5.1. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES.....	11
5.2. PROPOSTAS DE MELHORIAS.....	16
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>19</b>
<b>7. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>20</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O curso técnico em Comércio é disponibilizado pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Zona Norte na modalidade integrada ao Ensino Médio, com duração de 4 anos, segmentados em semestres. Ele tem como objetivo instruir cidadãos para torná-los profissionais capazes de operacionalizar atividades voltadas aos métodos de comercialização de bens e serviços, baseados em conhecimentos e competências relacionados à gestão e negócios.

As matérias de nível técnico estão embasadas na área administrativa, a saber: Fundamentos da Administração, Gestão da Qualidade, Gestão de Pessoas, Gestão de Marketing, Estratégia Empresarial, Legislação Trabalhista, Tributária e Empresarial, Matemática Comercial e Financeira, Gestão Financeira, Técnicas de Vendas e Negociação, Gestão de Serviços, Logística e Sistemas de Informação. Arelada ao ensino técnico, são ofertadas disciplinas de nível articulador, como Informática, Empreendedorismo, Qualidade de Vida e Trabalho, Filosofia, Ciência e Tecnologia, Sociologia do Trabalho e Espanhol Instrumental, que complementam a aprendizagem do discente e capacitam para o mercado de trabalho de forma integral.

Ademais, os quatro anos de curso, torna-se fundamental a prática profissional que contabiliza 400 horas, tendo como objetivo a análise e aplicação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula, através de estágio curricular, prática profissional ou projeto de pesquisa e extensão.

No presente relatório, a prática foi desenvolvida através do programa Jovem Aprendiz na empresa Comjol, no setor de vendas, principalmente na promotoria de vendas. As 400 horas foram repartidas em 20 horas semanais, sendo 12 horas na organização e 6 horas no Instituto, durante o período de 05/04/2017 à 03/01/2019.

As atividades realizadas como aprendiz foram: organização e limpeza de prateleiras, abastecimento de produtos, precificação de produtos, elaboração de etiquetas de preço e cartazes com ofertas, organização estratégica de locais promocionais e atendimento ao cliente.

## 2. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

### 2.1. DADOS GERAIS

Razão social	Comercial José Lucena LTDA
Nome fantasia	COMJOL
Endereço	Av. Pres. Bandeira, 882 - Alecrim, Natal - RN, 59030-200
Área geográfica de atuação	Natal e Parnamirim - RN
Produtos e serviços oferecidos	Material de construção, acabamentos e artigos para o lar
Quantidade de colaboradores	
Logomarca	

### 2.2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO

A empresa iniciou suas atividades no ano de 1930, quando seu fundador, José Cordeiro de Lucena, abriu um armazém com o intuito de comercializar cereais na cidade de Nova Cruz. Posteriormente, em 1937, abriu sua primeira filial em Natal, no bairro da Ribeira. Já em 1958, com Wellington Lucena na empresa, a Comjol passa a vender algumas ferragens, já localizada no Alecrim. Em seguida, durante a década de 70, a loja entrou definitivamente no mercado de materiais de construção. Dez anos depois, os filhos de Wellington Lucena começaram a participar dos negócios da família e nesse período a organização passou a ter o nome atual. No ano de 2002, após o falecimento de Wellington, a direção da empresa passou para Sérgio e José Lucena, que estão no comando até o presente ano.

Nos dias atuais, a empresa possui quatro lojas, sendo três em Natal e uma em Parnamirim, além de uma distribuidora para pequenos varejistas.

### 2.3. IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

- Missão: Oferecer, de forma amigável e próxima, o maior estoque em materiais para construção e acabamento do mercado.
- Visão: Estar entre as empresas líderes de mercado no segmento de comércio de materiais para acabamento do Nordeste.
- Valores: Compromisso com a satisfação do cliente; Confiabilidade; Respeito ao ser humano; Simplicidade;

### 3. A PRÁTICA PROFISSIONAL

#### 3.1. CARACTERIZAÇÃO

Área de atuação	Vendas
Departamento/Setor	Promotora de Vendas
Período	05/04/2017 até 03/01/2019
Carga horária	400h
Orientador	Bruno Campelo Medeiros
Supervisor	Helenara Silva de Castilhos Ramos de Souza

#### 3.2. JUSTIFICATIVA

O programa de Aprendizagem é de relevância fundamental, tendo em vista que exterioriza o aprendizado para além dos limites da academia, fomentando a aplicação prática dos conhecimentos e competências técnicas instruídas no ambiente acadêmico durante o curso em conjunto com a aquisição de experiência a partir da execução de um ofício, o que é imprescindível para uma formação profissional de boa qualidade.

O relatório de prática profissional tem uma relevância significativa para a organização no que tange às atividades exercidas no setor, pois através do estudo e avaliação podem ser observados os procedimentos realizados, como a limpeza dos setores, organização do estoque de mercadorias, abastecimento, disposição dos produtos e precificação, para a partir disso identificar as principais dificuldades, para que sejam idealizadas propostas de melhoria embasadas nos dados coletados a partir da possibilidade de acesso, que posteriormente a empresa poderá implementar no setores, considerando a viabilidade, o que subseqüentemente irá influenciar a quantidade e o desempenho nas vendas.

Para o Instituto Federal, esta é uma forma de produção de conhecimento que agrega valor ao discente, à área acadêmica, ao programa de Aprendizagem, à empresa e à comunidade, mostrando que a educação possui um vasto poder de melhoria e transformação a quem tem acesso.

#### 4. METODOLOGIA

A elaboração do presente relatório de prática profissional visa a descrição das atividades realizadas na empresa interligadas à teoria do universo acadêmico, aliadas a propostas de melhoria e para tal fim, o método utilizado foi o de pesquisa descritiva, que em conformidade com Gil (2002, p.42) “[...] tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Durante o período de aprendizagem, buscou-se realizar intervenções nas atividades executadas, caracterizando o procedimento de pesquisa-ação, em que o pesquisador está envolvido de maneira a cooperar para a melhoria do processo, considerada como

[...] um tipo de pesquisa com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1985, Apud GIL, 2002, p. 14).

No que tange à natureza do procedimento, é qualitativa por se tratar de um aprofundamento em relação à pesquisa interligada à prática do ofício (GIL, 2002, p.).

O estudo possui uma abrangência limitada apenas à área de vendas e estoques da organização, pois as atividades de atendimento ao cliente, organização e devolução de produtos, limpeza de corredores e prateleiras, criação de preços, cartazes e realização de alterações, elaboração de pedidos de transferência, separação e retirada de mercadorias são restritas a estes setores.

Para a realização de coleta de dados, o método utilizado foi o de observação participante, já que “a pesquisa-ação tende a adotar preferencialmente procedimentos flexíveis [...] porque ao longo do processo de pesquisa os objetos são constantemente redefinidos[...].” (GIL, 2002, p. 146) e também foram recolhidos dados secundários através entrevistas informais com funcionários do setor de confinados.

A partir disso, foi exercida uma análise do conteúdo obtido e “o trabalho interpretativo é elaborado com base apenas nos dados obtidos empiricamente. Há casos, entretanto, em que contribuições teóricas tornam-se muito relevantes.” (GIL, 2002, p.146) e no presente estudo, houve embasamento teórico consoante à bibliografia apresentada durante os 4 anos de curso.

## **5. RESULTADOS**

### **5.1. Atividades desenvolvidas**

#### **5.1.1. Atividade 1 – Atendimento ao cliente**

Os aprendizes devem buscar realizar um bom atendimento, estabelecendo uma relação amigável entre a loja e o cliente, transmitindo profissionalismo, confiança e respeito, fazendo o que Chiavenato (2005, p.2) chama de “uma conjugação de esforços para que o cliente se sinta confortável e seguro na sua decisão de comprar”.

Os aprendizes são responsáveis por descrever as principais informações dos produtos, informar como chegar a determinados corredores e setores da loja, auxiliar em pequenas compras e pedir que algum vendedor atenda um cliente, quando for necessário. Na maioria dos casos, o aprendiz aborda o consumidor em potencial, indagando se ele necessita de ajuda e de acordo com a resposta obtida, o cliente pode ser acompanhado até o setor e caso tenha dúvida com algum produto, o aprendiz responde conforme o conhecimento prévio que possui e se não souber com clareza, então ele é responsável por trazer um vendedor até o local e passa as principais informações e perguntas do cliente para o vendedor para que o mesmo sane as indagações e prossiga com a venda.

#### **5.1.2. Atividade 2 – Organização, exposição e devolução de produtos**

“O conceito de marketing envolve ações como vender, divulgar, propagar, promover, distribuir, definir preço, construir marca, atender o cliente e, sobretudo, encantá-lo e fidelizá-lo.”(CHIAVENATO, 2005, pág.2) Dentro deste panorama, a organização e forma de layout da loja em que os consumidores estão situados é uma atividade que está contida nos esforços de marketing, influencia na realização da venda e de acordo com Las Casas (2010), é um fator determinante que deve-se ter uma consideração especial.

É necessário que os produtos sempre estejam em seus devidos setores, para que o cliente não tenha problemas para localizá-los. Os produtos devem ser expostos quando estiverem em pouca quantidade ou ausentes na loja, sempre mantendo os

setores sem vácuos e preenchidos com os produtos apropriados. Porém, no dia a dia na empresa, há alguns empecilhos para a execução dessa tarefa, pois a forma de organização dos depósitos existentes na loja dificulta o encontro de mercadorias.

Para o abastecimento, é necessário observar o local e anotar em uma folha de rascunho a descrição, o código de loja, o código de barras dos produtos, a quantidade necessária e procura no sistema se há estoque disponível. Depois, o aprendiz encaminha-se até um dos depósitos, localiza os produtos, transfere do depósito para o setor específico e repõe de acordo com o espaço e demanda. Neste ofício, surge um obstáculo que dificulta bastante e por sua vez ocasiona em perda de tempo, que é a imprecisão dos dados de quantidade de estoque dentro do sistema utilizado na organização, pois muitas vezes a informação não condiz com a realidade, acarretando a procura de uma mercadoria que pode estar em falta, o que resulta em esforço e tempo perdidos.

Relacionado à distribuição dos espaços, é pontuado que

[...] quanto ao tamanho da mercadoria, o método baseia-se no bom senso. Mercadorias mais volumosas merecem espaços maiores, enquanto mercadorias de menor volume são colocadas em espaços menores. Evidentemente, devem ser considerados aspectos de rotatividade e lucratividade. (LAS CASAS,2010, p.70)

É de incumbência dos aprendizes também manter os corredores livres e sem obstáculos que impeçam a passagem, como: carrinhos, caixas de produtos, cestas, etc.

Para que os produtos em ofertas sejam visualizados facilmente pelos clientes, os jovens aprendizes organizam as ofertas em locais específicos dispostos ao longo da loja com grande quantidade de circulação de pessoas. Nas chamadas “pontas”, são colocadas as mercadorias em promoção de forma atrativa e criativa para facilitar a visualização dos produtos e impulsionar a compra.

A devolução dos produtos é a recolocação das mercadorias nos corredores específicos a cada uma. São desistências de compras, que foram separadas, que são de responsabilidade dos aprendizes serem conduzidas aos seus setores, para que dessa maneira, não seja mantido o acúmulo de mercadorias em carrinhos e cestas e assim, a organização conservada.

### 5.1.3. Atividade 3 – Limpeza e organização de prateleiras

Para a manutenção da boa aparência dos setores e da loja como um todo, é de grande importância que as prateleiras de cada setor estejam em boas condições. Logo, é de encargo dos aprendizes mantê-las devidamente limpas, sem pó, lixo e sujeira para o conforto dos clientes.

Apesar disso, não existe uma política de limpeza e organização dentro da empresa, como por exemplo o 5'S. Esta ferramenta da Gestão da Qualidade consiste em cinco sentidos de origem japonesa, que traduzidos para a língua portuguesa significam:

- Seiri - Senso de Utilização;
- Seiton - Senso da Arrumação;
- Seiso - Senso de Limpeza;
- Seiketsu - Senso da Saúde e Padronização;
- Shitsuke – Senso da Autodisciplina;

O senso de utilização pode ser definido como uma análise e separação entre coisas úteis e inúteis, para manter somente o necessário. O senso de arrumação é formado pela identificação e organização dos objetos no ambiente de trabalho. O senso de limpeza é baseado na manutenção de um local limpo, eliminando as causas da sujeira. O senso de saúde e padronização inclui ações de melhoria na saúde dos funcionários e prevenção de acidentes. O senso da autodisciplina caracteriza-se pela transformação do método em um estilo de vida, visando a melhoria contínua. Como não existe uma ferramenta de padronização como esta implementada dentro da loja, há dificuldades quanto a limpeza e manutenção dos corredores como um todo.

Há um local específico dentro do setor dos Confinados em que há panos, espanadores, vassouras, pás, trinchas e artigos de limpeza para este fim, apesar de que não é uma área adequada para o armazenamento desses materiais, tendo em vista que é um espaço de múltiplas funções, incluindo vendas de mercadorias de tamanho menor e maior valor agregado. Então, os aprendizes solicitam para as funcionárias os itens de que precisam para a limpeza, de acordo com o estado da área a ser organizada. Após ter em mãos os produtos, se encaminham aos corredores, retiram sequencialmente as mercadorias seguindo a ordem de disposição, limpam as prateleiras e os produtos, que depois são colocados novamente e para finalização da atividade, a área é varrida para tirar o pó que foi transferido das prateleiras para o chão e os itens utilizados são devolvidos para o setor dos Confinados.

#### 5.1.4. Atividade 4 – Conferência de etiquetas e cartazes

Nas prateleiras em que estão expostos os artigos e materiais de construção, existem pequenas faixas para a colocação de preços. Os aprendizes têm o dever de vasculhar toda a parte de vendas à procura de produtos sem preços ou com etiquetas desatualizadas, anotar os códigos de barras e repassá-los ao setor de Etiquetas, para que possam ser feitas novas etiquetas e colocadas nos devidos lugares, próximo as mercadorias.

Periodicamente, o setor de Compras faz alterações nos valores pois “Mercadorias têm seus preços aumentados e reduzidos conforme uma série de fatores, seja para enfrentar concorrências, atender demandas ou outro qualquer.” (LAS CASAS, 2010, p.109) e enviam as planilhas através de e-mails para o setor de Etiquetas, que por sua vez imprime os preços por meio do sistema Orion e repassam aos promotores de fábrica, de loja e aos aprendizes.

Facilitando a visualização de produtos em promoção no interior da loja, também são colocados pelos aprendizes cartazes de cores chamativas em locais estratégicos, com a intenção de provocar o interesse e impulsionar a compra da mercadoria, pois os objetivos básicos das promoções são, consoante à Las Casas (2010):

- formar uma personalidade clara;
- gerar fluxo de clientes;
- refletir a mercadoria comercializada pela loja;
- aumentar o lucro bruto.

Esses cartazes possuem informações imprescindíveis tanto para o cliente, quanto para o vendedor, como por exemplo a descrição do produto, o preço ofertado, a data em que a promoção estará expirada e o código de loja cadastrado no sistema.

#### 5.1.5. Atividade 5 – Elaboração de pedidos, separação e retirada de mercadorias

Durante o período de uma semana, houve o remanejamento de algumas aprendizes para um dos depósitos existentes na loja, onde ocorrem as cargas e descargas, estocagem e retirada de produtos pelos clientes. Lá, foram exercidas

algumas atividades, tais como: elaboração de pedidos, separação de mercadorias, retirada de compras dos clientes, etc.

A entrada e o processamento de pedidos podem ser definidos de acordo com Ballou (2012, p.261), como “[...] atividades envolvidas na coleta, verificação e transmissão de informações de vendas realizadas. Englobam todo trabalho burocrático associado à venda dos produtos ou serviços da firma.” Quando alguns produtos estão em pouca quantidade ou ausentes, se faz preciso a constituição de um pedido de transferência de mercadorias, tanto do depósito localizado em Parnamirim quanto das outras unidades das lojas, pelo sistema Orion, utilizando o módulo de pedidos. Então, é feito manualmente uma listagem prévia dos códigos de loja dos produtos ausentes e a partir deles é feita a busca pelos itens no computador, visualizando as descrições. Após isto, é gerado um arquivo de nota com a descrição, a quantidade necessária, expedidor e outros dados. Posteriormente, esta nota é vinculada a uma “nota-mãe” que é revisada e enviada para o depósito em Parnamirim e para as lojas que irão transferir seus produtos para outras unidades.

A separação de mercadorias é realizada geralmente quando são feitas grandes compras por construtoras e outras empresas do ramo, ou uma compra de itens de maior volume em que o cliente faz a escolha de retirar depois, no momento em que o vendedor realiza o fechamento da venda. Com o DANFE (Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica), os funcionários procuram as mercadorias nos depósitos e separam em um carrinho os produtos comprados, que após isso aguardam a retirada pelos clientes ou o carregamento dos caminhões para fazer as entregas.

A retirada de compras é feita pelos clientes que apresentam a nota fiscal ou dizem em qual nome está registrada a compra, então a função das aprendizes era procurar o DANFE registrado com o nome da pessoa física ou jurídica nas pastas e recolher a assinatura, destacar o canhoto e arquivá-lo para posteriormente colar em um documento que contém todos os canhotos de vendas.

## **5.2. Proposta de melhoria**

Nas atividades apresentadas acima, há aspectos que podem ser melhorados, proporcionando maior rapidez e eficiência, o que interfere na realização das vendas e qualidade no atendimento.

Nos pontos relacionados ao atendimento ao cliente, a falta de vendedores disponíveis e a demora na procura de mercadorias faz com que os clientes esperem demasiadamente e por vezes desistam da compra. Em contrapartida, além da possibilidade de contratação de novos vendedores, padronização da abordagem, venda e fechamento através do estabelecimento de um roteiro-chave e de treinamentos visando o atendimento ao cliente, poderia ser criado dentro da área de vendas um espaço integrado à lanchonete, com mesas e cadeiras para que os clientes sentem, conversem com os vendedores sobre a compra dos produtos, utilizem o WiFi e aguardem com maior comodidade a procura das mercadorias, além de aprimorar o sistema de ventilação considerando a possibilidade de climatização com ar-condicionado, pois o calor é muito incômodo tanto para os clientes quanto para os funcionários.

Referente a organização dos produtos na área de vendas, é preciso planejar uma nova forma de layout e sinalização nos corredores, dando mais atenção aos produtos com maiores saídas como por exemplo, o setor de EPI e EPC que até o presente momento está localizado em uma área escondida e como sugestão poderia estar mais próximo aos setores de máquinas e ferramentas, dado que as mercadorias desses corredores geralmente são compradas em conjunto, pois o cliente que necessita comprar uma furadeira pode se interessar por um protetor auricular e um óculos para proteção e assim a venda torna-se completa. Um setor que carece de uma mudança urgente no layout é o de Confinados, tendo em vista que há uma extensa gama de produtos nesse setor e pouco espaço para exposição. Logo, uma possível alteração para melhoria é a retirada do setor de Etiquetas que está nos Confinados, instalar balcões maiores, diminuir a quantidade de expositores que dificultam a visão, analisar quais mercadorias realmente demandam um maior controle para continuarem no local e realocar os produtos que não requerem esse cuidado. Concernente às prateleiras, é essencial observar o estado delas e dos ganchos e se possível, trocar gradualmente por novos para que os produtos não caiam e sofram algum vício.

Sobre a limpeza, uma das ideias de melhoria é mover os materiais de suporte utilizados e movê-los para o setor de Etiquetas a fim de que se tenha um maior controle deles, já que muitos são perdidos e esquecidos ao longo da loja. Outra sugestão é estabelecer uma rotina de limpeza de cada corredor da loja para que a eficiência e abrangência seja maior na área de vendas.

No tocante às melhorias no Setor de Etiquetas e Cartazes, uma relevante ação é a reestruturação dele, transferir para uma sala reservada que existe ao lado a sala de estoque dos Confinados, onde nela ficariam os computadores, impressoras, as folhas de cartazes, bobinas de reposição de etiquetas e um móvel utilizado para o armazenamento dos materiais de limpeza para que o trabalho não seja interrompido como é atualmente e assim, as alterações nas gôndolas serão mais rápidas.

Quanto à separação de mercadorias, um ponto que influencia é a organização dos depósitos para facilitar a procura dos produtos. Com uma modificação no layout que siga os padrões logísticos e os princípios de FIFO (first in/first out) e FEFO (first expire/first out), ocorrerá ampliação do espaço e a partir dele pode ser criado uma área de armazenamento de pedidos já separados e que aguardam a retirada pelo comprador. O resumo desta descrição encontra-se no Quadro 1 em seguida.

**Quadro 1 – Sugestões de melhoria**

<b>Atividades avaliadas</b>	<b>Pontos a melhorar</b>	<b>Sugestões de melhoria</b>
Atendimento ao cliente	Quantidade de vendedores; Forma de abordagem; Espera;	Padronização através de roteiro; Treinamentos para atendimento; Criação de um espaço para os clientes, integrado à lanchonete;
Organização, exposição e devolução dos produtos	Estrutura de exposição (prateleiras e ganchos); Layout da loja; Confinados;	Troca gradativa das prateleiras, ganchos e balcões de exposição; Novo layout dos corredores; Sinalização dos corredores com placas; Desassociação do setor de Etiquetas e retirada dos materiais de suporte do Setor de Confinados;
Limpeza e organização de prateleiras	Localização e controle dos itens de limpeza; Rotina de limpeza nos corredores;	Mudança dos itens para o Setor de Etiquetas para um maior controle; Estabelecimento de uma rotina de limpeza;

Etiquetas e Cartazes	Local;	Mudança para uma sala existente ao lado da sala de estoque dos Confinados; Controle dos itens de limpeza;
Elaboração de pedidos, separação e retirada de mercadorias	Organização dos depósitos;	Novo layout que siga princípios logísticos para facilitar a procura; Criação de espaço para armazenagem de pedidos que aguardam retirada;

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O desenvolvimento do presente relatório de prática profissional permitiu, ao longo dos 21 meses, descrever e analisar as atividades realizadas no âmbito da promotoria de vendas da Comjol, nas quais se faz o necessário a partir dos recursos existentes para atender o cliente da melhor forma possível, mantendo à área de vendas limpa, com uma gama de produtos expostos nas prateleiras e pontas de promoção, identificados através de etiquetas e cartazes com as informações principais, além de tirar as possíveis dúvidas dos consumidores ao circular pela loja.

Buscou-se idealizar melhorias que tornem o trabalho mais eficiente, adequando os conhecimentos adquiridos no ambiente acadêmico, principalmente das disciplinas de Fundamentos da Administração, Técnicas de Vendas, Gestão de Marketing, e Logística, à realidade da empresa que difere-se das perspectivas previamente visualizadas. Logo, as relações entre o saber teórico e o ofício da aprendizagem poderiam ser melhor aproveitadas na área administrativa da organização, tendo em vista que há setores em que as funcionalidades de um aprendiz são vantajosas de maneira mútua. Portanto, as expectativas foram atendidas de forma regular, por ambas as partes.

Em suma, por parte da jovem aprendiz, existiu o esforço de execução em cada tarefa, procurando meios de aperfeiçoamento para aumento da qualidade, rapidez e eficiência e espera-se que as propostas mencionadas sejam exploradas pela organização.

## REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de vendas: Uma abordagem introdutória**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 164 p.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 312 p.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.
- BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 392 p.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Varejo**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 376 p.
- BOCK, Claudia Patricia et al. **O Programa 5S**. 2014. Disponível em: <<https://www.metodista.br/congressos-cientificos/index.php/CM2014/GQPRE/paper/view/6490>>. Acesso em: 15 nov. 2018.