
RELATÓRIO TÉCNICO E CIENTÍFICO DA EMPRESA REDE DO CAMPO CANTINHO DA ROÇA

Wisner Mello Carvalho
Graduando em Administração

RESUMO: O presente relatório descreve as atividades desenvolvidas no estágio curricular obrigatório supervisionado, requisito para a Conclusão do Curso de Administração, da Faculdade Adventista de Minas Gerais – FADMINAS. O estágio foi realizado na empresa Rede do Campo Cantinho da Roça, sediada em Lavras - Minas Gerais. A empresa é referência no comércio varejista da cidade e região por oferecer produtos, ferramentas e assistência técnica de qualidade, em especial para o setor da agropecuária. O estágio teve a duração de dois meses, com carga horária de 30 horas semanais, totalizando 250 horas. A supervisão ficou a cargo do diretor da empresa André Luís Chalfoun de Souza. O departamento escolhido para a realização do estágio foi o setor administrativo, visto que o principal objetivo foi conseguir assimilar e colocar em prática conceitos ministrados durante o curso de graduação. Nesse sentido, foi realizado uma abordagem sobre a história do empreendedorismo da empresa, a logística, as áreas de atuação e atividades desenvolvidas pela empresa. Em outro momento, aborda-se como foi o trajeto da realização do estágio e pontua-se observações relevantes sobre o negócio e sua gestão. Por fim, tem-se as conclusões da experiência vivenciada.

Palavras Chave: Administração. Estágio. Trabalho de Conclusão de Curso.

1 INTRODUÇÃO

A Administração de Empresas é considerada como a chave para que empresários, comerciantes e profissionais liberais obtenham sucesso em seus empreendimentos. A fundamentação da Administração parte do pressuposto de que se deve percorrer caminhos almejando um retorno satisfatório do investimento, otimizando processos, maximizando lucros, minimizando custos e riscos, de forma a alcançar as metas estipuladas.

Com a globalização e a abertura da economia, o comércio mundial tornou-se um mercado altamente competitivo, sendo de suma importância oferecer produtos e serviços diferenciados. Assim, verifica-se a necessidade de entender minuciosamente os desejos e necessidades dos consumidores. A gestão de finanças tem papel crucial na correta administração da empresa, e é definida como um conjunto de ações e procedimentos administrativos que envolvem o planejamento, a análise e controle das atividades financeiras da empresa.

A gestão financeira busca melhorar os resultados apresentados pela empresa e aumentar o valor do patrimônio por intermédio da geração de lucro líquido proveniente das corretas atividades operacionais realizadas. A realização de planilhas e registros adequados permitem análises e colaboram com o planejamento para otimizar resultados.

O objetivo do presente trabalho é promover a fixação e aplicação dos conceitos adquiridos nas disciplinas do curso de Administração na rotina de uma empresa. Tem-se como propósito realizar uma reflexão entre a teoria e a prática, baseando-se nas experiências vivenciadas durante a realização do estágio.

O mundo contemporâneo exige que os currículos estejam em sintonia com a realidade que o profissional enfrentará no dia a dia. Com a realização do estágio, é possível vivenciar as situações reais da vida profissional estando ainda no processo de formação. Tal fato, contribui para um amadurecimento e fortalecimento do futuro profissional. Desse modo, os relatos de estágios passaram a ser fonte de pesquisa e troca de experiências no meio acadêmico.

O presente trabalho apresenta a organização da empresa Rede do Campo Cantinho da Roça, a experiência e o trajeto percorrido no estágio. Contempla ainda observações da realidade da organização da empresa e a análise da situação vivenciada.

2 APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A Rede de Campo Cantinho da Roça é referência no mercado de insumos para o agronegócio de Lavras e região. A empresa oferta produtos e serviços de qualidade e agilidade, zelando pelo bom atendimento e relacionamento com os clientes.

2.1 Descrição da empresa

Cantinho da Roça é uma empresa de comércio varejista localizada no município de Lavras, no estado de Minas Gerais. A empresa foi fundada pelo empresário André Luís Chalfoun de Souza, no ano de 1991, com o objetivo inicial de dar vazão aos produtos que eram produzidos em sua

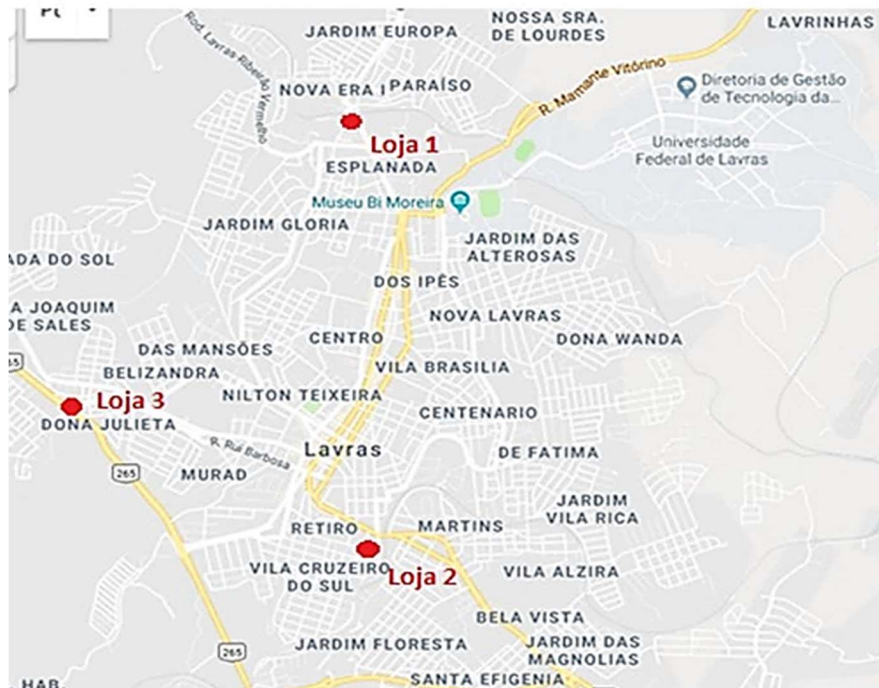
fazenda, como leite, queijos e biscoitos. Com a crescente aceitação pelo mercado, foi fundada uma filial, em 1992. Em 2011, foi fundada a terceira loja na cidade, fruto do sucesso da empresa no mercado lavrense. Atualmente a empresa é referência na venda de produtos para caça, pesca, camping, insumos agropecuários, linha para alimentação de pets e rações em geral, ferramentas, utilidades para propriedades rurais e venda de animais vivos.

Outro diferencial da empresa é a venda da cachaça Tonel de Minas, produzida na fazenda do proprietário André Luís, a bebida tem grande ênfase no mercado nacional, com produtos premiados e envelhecidos em diversos tipos de madeiras.

A empresa conta com uma equipe de 22 colaboradores, divididos nas três lojas físicas e vendedores externos. Ela conta com um sistema de informações integrado entre as unidades que permite uma pesquisa de produtos eficaz. O setor administrativo, fica localizado na loja matriz, loja I, e conta com 5 funcionários divididos entre a parte contábil e administrativa. Além disso, possui um sistema contábil eletrônico em parceria com uma empresa de contabilidade.

As lojas são instaladas em pontos estratégicos da cidade, sendo a Loja I na Praça Doutor José Esteves, conhecida como Praça da Estação, no centro. A loja II está localizada à Rua Progresso, 146, no bairro Vila Cruzeiro do Sul e a loja III, na Avenida José Santana, 915, bairro Dona Julieta, está unidade é próxima aos produtores das comunidades dos Pimentas, Rosas e Cachoeirinha. Além das unidades que atendem Lavras e região, a empresa tem atuação direta em outras cidades de Minas Gerais e no estado de São Paulo, por meio de vendedores externos que atendem mais de 45 cidades mineiras e 5 paulistas.

Figura 1 – Localização das lojas Cantinho da Roça em Lavras - MG



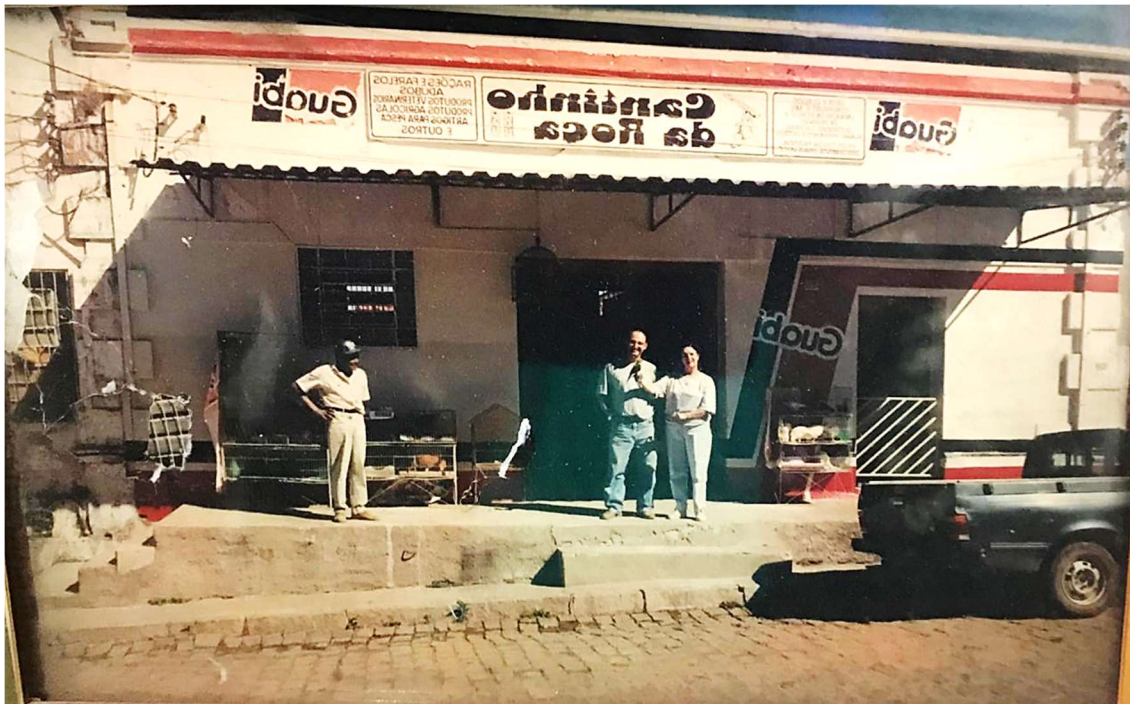
Fonte: Google Maps (2020).

2.2 Histórico

Tendo em vista a venda de alguns produtos produzidos na sua propriedade rural, o empreendedor André Luís Chalfoun de Souza, em 04 de fevereiro de 1991, inaugurou sua primeira loja, situada na Praça José Esteves, em Lavras - MG. Os principais produtos comercializados eram leite, biscoitos e queijos.

Em agosto de 1992, diante da boa aceitação no mercado, o empresário fundou uma filial no bairro Vila Cruzeiro do Sul, também em Lavras – MG. Com a expansão dos negócios e atento aos desejos e necessidades dos clientes, André mudou o foco da empresa e passou a ofertar insumos para áreas de pets, produtos de pesca, ferramentas e utilidades diversas para o meio rural. Com toda dedicação do proprietário, sua equipe e da demanda exigida pelos clientes, em 25 de abril de 2011 foi fundada a terceira loja em Lavras, localizada no bairro Dona Julieta.

Figura 2 – Fachada da empresa em 1991



Fonte: Arquivo da Empresa (2020).

Em 2012, a empresa Cantinho da Roça filiou-se a Rede do Campo, pela convicção de conquistar, fortalecer e desenvolver novos mercados. Sendo assim, aderiu um novo nome fantasia: Rede do Campo Cantinho da Roça. A Rede do Campo, atualmente, é formada por 38 lojas do ramo agropecuário no Estado de Minas Gerais. O objetivo da Rede do Campo é tornar as empresas associadas mais competitivas no mercado, gerando vantagens tangíveis e intangíveis, proporcionando lucratividade e reconhecimento das marcas envolvidas, além de vantagens aos consumidores.

A Rede do Campo buscou especialização no mercado de redes e associações, em um processo de aprendizado que durou cerca de dois anos e contou com imersão e experiências no Brasil e na Europa com apoio do SEBRAE. A Rede conta com aproximadamente 380 colaboradores diretos, faturando anualmente cerca de R\$ 145 milhões, números que a colocam em primeiro lugar no ranking das empresas do varejo agropecuário de Minas Gerais.

Com a associação, a Rede promoveu alguns benefícios como:

- Troca de experiências entre os associados;

- Realização de compras conjuntas proporcionando maior poder de negociação e acesso aos fornecedores;
- Aumento no faturamento, graças aos benefícios proporcionados pela rede e aplicação de melhores margens de comercialização;
- Suporte e Infraestrutura, com consultoria de negócios, marketing e publicidade;
- Capacitação de Gestores feita em parceria com o SEBRAE, com cursos nas áreas de Estratégias Empresariais, Gestão Financeira, Gestão da Inovação e Gestão da Qualidade;
- Padronização, a utilização da marca remete a conceitos positivos e proporciona retornos satisfatórios;
- Parcerias com os fornecedores para a implementação de ações promocionais. Com o modelo Marketing Cooperativado, é possível ter retorno de percentual da compra (verba de marketing), condições especiais de compra de produtos de campanha e atendimento personalizado.
- Divulgação em canais de TV, rádio, outdoor, sites, redes sociais e matérias de apoio como banners, cartazes, folders e outros.

2.3 Organograma

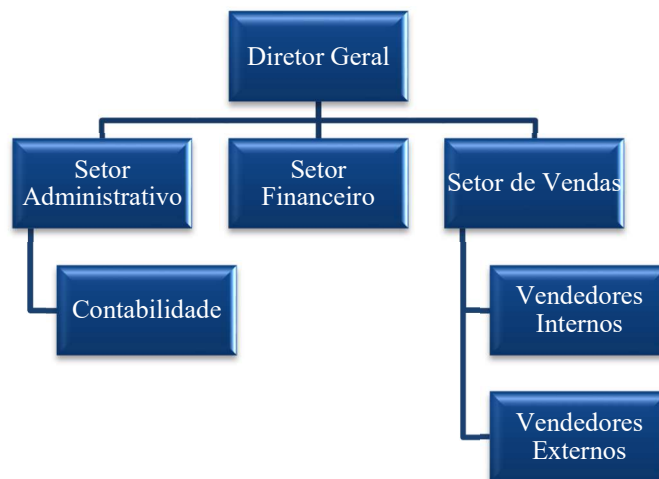
Segundo Chiavenato (2001), organograma é o gráfico que representa a estrutura formal da empresa. A definição encontrada na literatura voltada para a área de administração, descreve organograma como sendo a representação gráfica dos cargos e das relações hierárquicas praticadas no ambiente organizacional. O organograma pode ser utilizado nas organizações de pequeno, médio ou grande porte, para representar as suas relações hierárquicas, cargos e posições e ainda, em casos mais simples, a distribuição de setores e unidades funcionais.

De acordo com Ernest Dale (1955), para a construção de um organograma deve-se realizar um estudo da departamentalização existente, das subdivisões, das relações e dos títulos dos cargos. A tendência, atualmente, é tornar o organograma impessoal para que não se torne obsoleto e seja utilizado de modo produtivo dentro da empresa.

Na empresa em questão, a Rede do Campo Cantinho da Roça, o organograma é basicamente dividido em: Direção Geral, realizada pelo proprietário André Luís; divisão dos setores

Financeiro; Administrativo, que conta com uma parte de consultoria prestada por um escritório de contabilidade e o setor de Vendas, que se desdobra em vendedores internos, àqueles que prestam o serviço nas lojas físicas, e vendedores externos, que realizam o trabalho de maneira externa à loja.

Figura 3 – Organograma da Rede do Campo Cantinho da Roça



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

2.4 Segmento

2.4.1 Atividades e ramos

A Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa que vende mercadorias diretamente ao consumidor final, sendo classificada como uma Empresa Comercial, no ramo do comércio varejista, segundo a classificação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (SEBRAE, 2020).

2.4.2 Segmento de mercado

A Rede do Campo Cantinho da Roça tem como público alvo o mercado consumidor de Lavras e região. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no Censo de 2010, Lavras tem uma população de 92.200 pessoas, com estimativa de 103.773 em 2019. A

densidade demográfica da cidade é de 193,26 habitantes/km², e conta com uma superfície de 564,74 km².

Lavras está localizada na mesorregião do Campo das Vertentes, e tem como vizinhos as cidades de: Ribeirão Vermelho, Ijací, Ingaí, Luminárias, Perdões, Nepomuceno, Ibituruna, São Bento Abade, Carrancas, Cana Verde, Bom Sucesso, Itumirim, Santana do Jacaré, Coqueiral, Santo Antônio do Amparo, Itutinga, Nazareno e Aguanil. O clima da cidade é classificado como temperado chuvoso (mesotérmico) com inverno seco e verão chuvoso.

A cidade e região têm grande parte da economia voltada para o setor da agropecuária. Na loja, atende-se diversas faixas etárias e gêneros, visto a gama de produtos que se comercializa. De modo geral, atende-se produtores rurais de pequeno, médio e grande porte; pessoas que tenham animais de estimação, tanto na venda de rações e remédios, quanto na procura pela consulta veterinária; clientes que procuram lazer e hobbies como pesca e camping, entre outros.

2.5 Concorrentes

A Rede do Campo Cantinho da Roça tem como concorrentes diretos, nos produtos agropecuários, defensivos, rações para animais de grande porte, milho e soja, a Cooperativa Alto Rio Grande, Casa do Fazendeiro e Lavricola. No segmento de rações e produtos para pets, tem-se diversos Pet-Shop e casas de rações, como por exemplo a G&G Rações e Pet. No setor de pesca e camping, a concorrência é com a empresa Cia da Pesca, loja especializada nestes produtos.

Como concorrentes indiretos, tem-se lojas e armazéns localizados em bairros que atendem a população local e possuem produtos específicos. Como por exemplo, pode-se citar a Casa Agro Comercial, Agro Veterinária Aparecida, Casa da Semente e Pet Shop diversos.

Uma das características que alguns concorrentes utilizam de forma benéfica a eles é a localização em bairros periféricos, possibilitando um atendimento mais rápido ao cliente. Outro diferencial é possibilidade de entregas gratuitas, principalmente em lojas de rações para pets.

2.6 Parceiros

Através da associação com a Rede do Campo, a empresa possui parceiros de renome no cenário da agricultura e pecuária mundial, como: Syngenta, KWS, Ouro Fino, Nutri Max e Semente Santa Helena. Na Figura 4, estão relacionados os principais parceiros da Rede do Campo Cantinho da Roça.

Figura 4 – Parceiros da Rede do Campo Cantinho da Roça



Fonte: Rede do Campo (2020)

2.7 Missão, visão e valores

2.7.1 Missão

A missão da empresa é fortalecer parcerias, através do associativismo, que proporcionem o desenvolvimento socioeconômico, sendo uma empresa competitiva no agronegócio, levando soluções e resultados para nossos clientes.

2.7.2 Visão

Ser referência no setor do agronegócio no estado de Minas Gerais, sendo reconhecida pela inovação e excelência em gestão.

2.7.3 Valores

Os valores da empresa podem ser definidos pelos conceitos de comprometimento, honestidade, confiança, credibilidade, além do respeito às pessoas e ao meio ambiente.

3 TRAJETO NA ORGANIZAÇÃO

3.1. Do processo de recrutamento, seleção e treinamento

A oportunidade de realização do estágio, na empresa Rede do Campo Cantinho da Roça, foi através da proposta feita pelo proprietário da mesma, André Luís Chalfoun de Souza. Como já era um colaborador da empresa, na área de vendas, a oportunidade de trabalhar e conhecer toda a logística da parte administrativa seria de grande valia para minha formação profissional e acadêmica.

Após a aceitação da proposta, foi realizado um treinamento para desempenhar as funções propostas pelo estágio na área administrativa. O treinamento foi promovido pelo proprietário André Luís, com duração de cinco dias, e consistiu na apresentação de todas as etapas que constituem o processo administrativo da empresa, bem como apresentação aos colaboradores

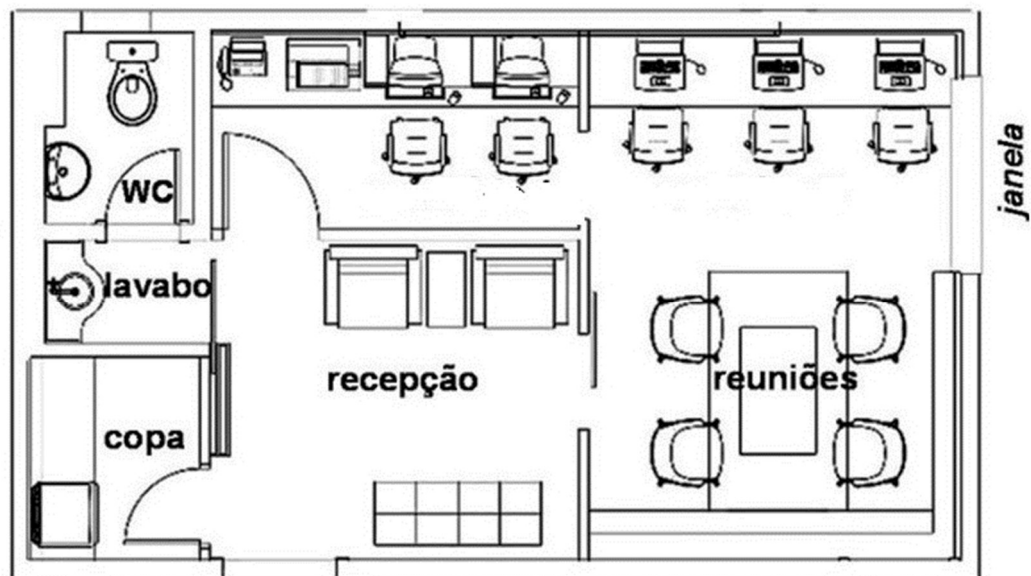
responsáveis por cada setor. A partir deste ponto, foi possível acompanhar a rotina da empresa e auxiliar em diversos trabalhos.

3.2. Do setor de trabalho

O setor destinado para o estágio na empresa foi o administrativo. O departamento administrativo da empresa é localizado na loja matriz, sito à Praça José Esteves, e atende à demanda das três unidades da cidade.

Esta subdivisão é responsável por toda a atividade administrativa, como: lançamento de notas, faturamento, compras, cotações, cadastramentos, encargos, entre outros. Todas as atividades desempenhadas no setor são de suma importância para a empresa, colaboradores, parceiros e clientes. Na sede da empresa há um espaço destinado ao setor, uma sala grande e arejada, na qual todos os colaboradores do setor ficam neste ambiente, o que propicia troca de experiências e entrosamento.

Figura 5 – Layout do setor administrativo



Fonte: Elaborado pelo Autor (2020)

3.3 Atividades desempenhadas

Inicialmente, após a realização do treinamento, foi possível acompanhar a rotina do setor administrativo da empresa. O estágio foi realizado durante dois meses, com carga horária semanal de trinta horas, totalizando 250 horas. A divisão das tarefas a serem executadas e acompanhadas foi definida pelo diretor e proprietário André Luís C. de Souza. As atividades eram realizadas diariamente com o auxílio dos colaboradores que desempenham tais funções na empresa.

3.3.1. Realização de atendimento aos clientes, fornecedores e parceiros

Uma das funções iniciais na empresa foi o atendimento aos clientes que precisavam de documentos e materiais ligados à área administrativa. O mesmo ocorreu com fornecedores e parceiros, com o objetivo de analisar como são feitas as negociações, parcerias e ainda conhecer os produtos e auxiliar na elaboração de planos e metas.

3.3.2. Elaboração de planilhas e relatórios

Com o atual cenário econômico do Brasil e do mundo, o mercado financeiro sofre diariamente modificações, e conseqüentemente os produtos oscilam seus preços constantemente. Partindo desse pressuposto, eram feitas planilhas de preços para acompanhar as tendências do mercado. Ademais, realizava planilhas de metas para os colaboradores e relatórios de vendas.

3.3.3. Preenchimento de formulários e emissão de notas

Outra função desempenhada foi a organização de documentos, atualização do banco de dados e fichas cadastrais de clientes e preenchimento e conferência de relatórios. Auxiliava também nas atividades operacionais administrativas como a emissão de notas fiscais e verificação de contratos. Além disso, promovia o planejamento para contato com clientes que estavam inadimplentes.

4 OBSERVAÇÃO DA REALIDADE ORGANIZACIONAL

4.1 Definindo a natureza

4.1.1 Pública ou privada

As empresas públicas ganharam impulso no governo Vargas, mais precisamente no início da década de 40, devido a Segunda Grande Guerra que resultou na dificuldade de importações de bens e matérias-primas desaguando na necessidade de rápida industrialização do país. Porém, no século XIX, já houve a criação de empresas públicas, com destaque para o Banco do Brasil (1808) e Caixa Econômica Federal (1861) (PINTO, 2016).

De acordo com o decreto-Lei 200/67, em seu art. 5º, II, Empresa Pública é:

A entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e capital exclusivo de União, criado por lei para a exploração da atividade econômica que o Governo seja levado a exercer por força de contingência ou de conveniência administrativa podendo revestir-se de qualquer das formas admitidas em direito.

Empresa Privada é definida como uma firma individual ou de sociedade, na qual o capital social é de origem particular, ou seja, não governamental. Partindo deste fato, a empresa Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa privada.

4.1.2 Porte da empresa: ME, EPP, EMP, EGP

A Rede do Campo Cantinho da Roça é classificada como uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), tendo um faturamento anual por volta de R\$ 1.500.000,00. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o segmento das empresas de pequeno porte requer atenção especial. São as de maior faturamento anual e que em geral geram mais empregos. Por isso mesmo, as pequenas empresas são o segmento que apresenta maior possibilidade de fazer com que a contribuição dos pequenos negócios na economia nacional dê um salto, aproximando também nesse quesito o Brasil dos países desenvolvidos (SEBRAE, 2011).

De acordo com a Lei Complementar 123/06, conhecida como “Lei Geral da Micro e Pequena Empresa”, é uma Empresa de Pequeno Porte aquela cujo o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) (SEBRAE, 2011).

4.1.3 Sociedade de pessoas ou sociedade de capital

Conforme menciona Fábio Ulhôa Coelho, as sociedades de pessoas são aquelas em que a realização do objeto social depende mais dos atributos individuais dos sócios que da contribuição material que eles dão. As de capital são as sociedades em que essa contribuição material é mais importante que as características subjetivas dos sócios. A natureza da sociedade importa diferenças no tocante à alienação da participação societária (quotas ou ações), à sua penhorabilidade por dívida particular do sócio e à questão da sucessão por morte (COELHO, 2009).

4.1.4 Alta ou baixa tecnologia

De acordo com a classificação de OCDE (2003), são consideradas empresas de alta tecnologia àquelas ligadas aos setores de tecnologia da informação e telecomunicações. A Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa de baixa tecnologia, visto que oferece materiais básicos, bens de consumo e utilidades.

4.2 Definindo o negócio

O setor de serviços tornou-se altamente procurado nos últimos anos, tanto por aqueles que desejam abrir um negócio, quanto por aqueles que desejam adquirir as ofertas do mercado. O grande êxito deste setor se deve ao seu vasto campo de atuação, abrangendo a área governamental, que oferece serviços por meio de tribunais, agências de emprego, hospitais, serviços militares, entre outros; as organizações particulares sem fins lucrativos, através de

museus, instituições de caridade, igrejas, faculdades, fundações e hospitais; e as organizações empresariais, entregando serviços através de bancos, hotéis, escritórios de advocacia, consultórios médicos, empresas de entretenimento, entre outros (ARMSTRONG, 2006).

Segundo Kotler (2006) um produto pode ser entendido como tudo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer seu desejo ou necessidade. Produto é o resultado de uma atividade ou de um processo natural, e tem relação com um processo de produção. Também designa bens de consumo ou de comércio, como um artigo ou mercadoria à venda. No ramo da economia, bens duráveis e não duráveis são produtos, itens que possuem um dono, com direitos sobre ele.

Neste sentido, Rocha (1999) afirma que o produto é qualquer coisa que possa ser objeto de troca entre indivíduos ou organizações. A autora menciona ainda, que o produto deve ser visto pela organização não apenas a forma como ela enxerga, mas sim o que ela significa para o consumidor, isto é, a lente pela qual a organização deve realizar a visão do produto, precisa transcender sua dimensão egocêntrica.

Diante desses fatos, a Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa com o mercado voltado para a oferta de produto, sendo eles:

Artigos de caça, pesca e camping: o comércio varejista de artigos de caça, pesca e camping atende aventureiros, viajantes, pescadores (seja como lazer e hobby, ou profissionalmente) e caçadores amadores ou profissionais. Entre os principais produtos comercializados, encontramos: equipamentos gerais para acampamento como barracas, sacos de dormir, cantil, varetas de barraca, dentre outros; instrumentos para pesca e acessórios de vara de pescar como linha, molinete, carretilha, isca, estojo, anzol e para caça, encontram-se itens como munições.

Animais vivos e alimentos para animais de estimação: o comércio varejista de animais vivos atende aos clientes, principalmente produtores rurais, que buscam variedades de espécies de aves e piscicultura. No setor de alimentos, atende-se uma gama de clientes, desde rações para animais domésticos, até a alimentação de animais de grande porte.

Ferramentas e materiais gerais: encontram-se coleiras de passeio para animais domésticos, como cães e gatos, de diversos tipos, formatos e tamanhos, mordanças, focinheiras, casas e canis, camas e caixas de areia. Para os peixes encontra-se aquários e bombas de ar, para pássaros,

gaiolas, viveiros, comedouros e bebedouros. Há ainda ferramentas de usos gerais, como enxadas, foices, martelos, entre outros. A empresa trabalha ainda com o segmento voltado para a agropecuária, com o comércio de remédios e vacinas, e também, sementes e adubos das principais culturas plantadas na região.

4.3 Definindo a finalidade da empresa

4.3.1 Com ou sem fins lucrativos

Segundo Druker (1994), diversos termos são adotados para se referir as organizações sem fins lucrativos. Em cada um dos aspectos destacados são encontradas denominações como trabalho voluntário, organizações sem vínculo com o Estado, com caráter filantrópico e assistencial, ou ainda que a sua origem é na sociedade civil. Esses fatos refletem, de certa forma, um desacordo sobre o que exatamente vem a ser uma organização que não faz parte do Estado ou do mercado, do 1º e 2º setores, respectivamente, e que não segue, pelo menos em tese, as lógicas governamentais e empresariais.

Para Junqueira (2002) as organizações sem fins lucrativos são organizações públicas privadas, porque estão voltadas não à distribuição de lucros para acionistas ou diretores, mas para a realização de interesses públicos; entretanto, estão desvinculadas do aparato estatal. Num sentido mais simples, porém aplicável, Lizuka (2008) define as organizações sem fins como aquelas que trabalham, em sua maioria, com pessoas que estão à margem da sociedade, ou seja, com uma parcela da população que se encontra excluída socialmente.

As empresas com fins lucrativos, se enquadram no chamado segundo setor, que corresponde à livre iniciativa, que gira em torno dos lucros. Popularmente esse setor é conhecido por “mercado” e é constituído por empresas privadas que competem entre si e trabalham visando o próprio lucro. O lucro é obtido através de atividades econômicas como a comercialização de produtos e/ou prestação de serviços. Geralmente os investimentos realizados neste setor são de origem privada e se destinam às atividades também privadas.

Neste contexto, a Rede do Campo Cantinho da Roça é definida como uma empresa com fins lucrativos, ou seja, àquela que visa lucro nas suas atividades.

4.3.2 Lucros não econômico-financeiros

Um lucro não econômico-financeiro que a Rede do Campo Cantinho da Roça apresenta é o Lucro Organizacional. Com a associação com a Rede do Campo, por exemplo, a empresa aumentou sua rede de alcance de clientes e parceiros. Visto que a Rede conta com diversas ferramentas de marketing e propagandas que beneficiam as empresas associadas.

4.4 Atuação

4.4.1 Nos relacionamentos internos

A ética profissional é um conjunto de normas que estabelece as condutas esperadas de um profissional no ambiente de trabalho. Uma cultura organizacional sustentada pela ética profissional é a base para a longevidade, que dá origem a uma imagem organizacional forte e transparente frente ao mercado de atuação.

Na empresa em questão, as questões éticas são praticadas por toda a equipe, em todos os momentos da rotina de trabalho. As relações são sempre respeitadas através do diálogo.

4.4.2 Nos relacionamentos externos

A Rede do Campo Cantinho da Roça, na pessoa do proprietário e demais cargos de chefia, trabalham como preza uma conduta ética para com fornecedores e clientes, zelando sempre pelas boas relações e transparência com os clientes. A empresa parte da premissa que o agir ético auxilia a manter as bases da empresa, o engajamento, o orgulho de pertencer e a admiração dos públicos de relacionamento, incluindo os clientes.

4.5 Recursos utilizados

Para o bom funcionamento a Rede do Campo Cantinho da Roça conta com diversos recursos que são utilizados na rotina da empresa. No aspecto dos recursos materiais, a empresa possui

lojas amplas e espaçosas que permitem a boa circulação dos clientes e exposição dos produtos de forma adequada e têm ainda, veículos próprios para entregas e consultorias.

Como recursos humanos, a empresa conta com uma equipe de profissionais altamente qualificados e com conhecimento prático em cada área de atuação. Ainda, como diferencial, a empresa conta com cursos e treinamentos disponibilizados pela associação Rede do Campo e que frequentemente são ofertados aos colaboradores.

No ramo dos recursos financeiros, a empresa conta com o apoio do setor administrativo e ainda da assessoria de um escritório de contabilidade para atender a demanda. Como recursos tecnológicos, a empresa conta com uma página no *Facebook* e *site*, nos quais dispõem aos seus clientes informações e dicas relevantes.

5 ANÁLISE DA SITUAÇÃO VIVENCIADA

5.1 Quanto ao negócio e segmento

A Rede do Campo Cantinho da Roça atua no mercado varejista de Lavras – MG há 29 anos, fornecendo uma gama de produtos. Os produtos ofertados são utilizados por diversos níveis da população, atendendo os serviços domésticos com ferramentas e utilidades; aos criadores de pets com rações, acessórios e medicamentos; aos pequenos, médios e grandes produtores rurais com o fornecimento de rações, insumos, sementes, adubos, entre outros. Com o portfólio completo, a empresa presta à sociedade produtos de qualidade e relevância no dia a dia da população.

Com a experiência em acompanhar o setor de vendas, foi possível perceber como a empresa se preocupa com a qualidade de seus produtos e o bom atendimento aos clientes. Como reflexo dessa preocupação, os clientes sentem-se únicos e importantes, gerando para a empresa diversos elogios e fidelização.

Como comentário, percebe-se que a empresa está no caminho correto, a atenção e cuidado com os clientes é de suma importância para o sucesso financeiro da empresa. Expõe-se ainda que, treinamentos e cursos voltados para a excelência ao atendimento possam agregar conhecimento e novas práticas. De acordo com Tschohl (1996), um tratamento especial, desenvolvendo uma

relação de amizade através de uma comunicação positiva é essencial, já que é mais fácil criar uma imagem positiva do que apagar uma negativa.

5.2 Quanto a estrutura organizacional

A estrutura hierárquica da Rede do Campo Cantinho da Roça atende de forma adequada a organização da empresa. Contudo, crê-se que algumas mudanças ofertariam benefícios relevantes.

Com a reengenharia no organograma, adicionando-se um cargo de gerência, haveria maior agilidade em determinadas tomadas de decisões e solução de alguns problemas, visto que todas essas funções estão a cargo do diretor geral, que dirige as três unidades.

Segundo a definição de Hammer e Stanton (1995), reengenharia é uma estratégia de mudanças sendo como “o repensar fundamental e o reprojeto radical dos processos empresariais para produzir melhorias drásticas em desempenho”, consiste em repensar e reprojeter os processos empresariais de modo a produzir melhorias que contribuam efetivamente para o desempenho da organização.

5.3 Quanto ao processo de recrutamento, seleção e treinamento

Segundo Chiavenato (2001), a escolha de bons profissionais é um aspecto primordial no sucesso organizacional. A seleção de pessoas constitui um investimento em tempo e dinheiro que proporciona excelentes resultados a curto e longo prazo. Seguir de modo adequado cada etapa do processo de recrutamento e seleção é o que faz a diferença ao final, possibilitando escolher, de acordo com as necessidades do cargo, o candidato mais apto para preencher a vaga.

Diante deste cenário, existe a necessidade das empresas de se atualizar constantemente, fazendo com que o setor de Recursos Humanos ocupe um papel ainda mais importante no desenvolvimento da estratégia da organização de atrair, manter e desenvolver seu capital humano (DESSLER, 2005).

Como foi visto no cap. 3 deste Relatório de Estágio, a própria empresa foi quem fez o recrutamento e seleção do estagiário. Diante da exposição dos fatos acima, recomenda-se que a empresa estude a possibilidade de adotar o uso de uma agência especializada em consultoria de Recursos Humanos, ou ainda, executar dentro da própria empresa um setor destinado ao RH. Dessa forma, a empresa destina os esforços a outros trabalhos e ainda obtém uma seleção de pessoas com perfis mais adequados à empresa.

O programa de treinamento também foi desenvolvido pela própria empresa. De acordo com Vargas, Abbad (2006), treinamento é entendido como um processo sistemático, intencionalmente conduzido pela organização, visando a mudança de comportamentos pela experiência, com o objetivo de contribuir na obtenção de objetivos organizacionais. Desse modo, a própria empresa pôde passar suas experiências e nortear o estagiário para os objetivos da mesma.

5.4 Quanto a atuação

A atuação na empresa, conforme abordado no item 4.4, foi realizada no setor administrativo da mesma. Durante todo o processo, foi apresentado todos os passos da rotina administrativa da empresa e como poderia apoiar cada setor, tanto nas relações internas com os colaboradores, quanto externas, com os fornecedores, parceiros e clientes. A metodologia utilizada foi adequada e refletiu em grandes aprendizados, experiências práticas e responsabilidades.

Um estudo feito por Garcez *et al.* (2012), o sentimento de responsabilidade é essencial durante a formação docente, principalmente no período de estágio, pois essa é uma característica indispensável no momento em que eles se comprometem com o ensino, vida acadêmica e profissional.

5.5 Quanto a experiência aprendida

Segundo Ferretti (1997), no que tange a formação profissional, deve-se focar nas novas demandas que emergem na sociedade atual. Para isso, um dos pontos de destaque é justamente rever e dimensionar as relações entre o sistema de formação profissional e o sistema

educacional, o que nos remete a compreender de que modo se tem pensado a formação dos novos profissionais. Esta formação é pensada, na grande maioria, dentro do ensino superior, esfera que compreende, ainda, a escolha de uma carreira e também o delineamento de não apenas um perfil profissional, mas justamente de construção de uma identidade profissional.

Com a experiência vivenciada no estágio, as metodologias, conceitos e teorias são colocadas em prática e tem-se a oportunidade de amadurecer nas relações e rever determinados posicionamentos, antes mesmo de entrar para o mercado de trabalho. O estágio na Rede do Campo Cantinho da Roça foi muito proveitoso e adicionou uma bagagem de conhecimentos para a futura carreira profissional.

6 CONCLUSÃO

A Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa varejista localizada no município de Lavras, no estado de Minas Gerais. Foi fundada em 1991, com o objetivo inicial de dar vazão aos produtos que eram produzidos na fazenda do proprietário e atualmente é referência na venda de insumos agropecuários, rações para alimentação de animais, utilidades para propriedades rurais e venda de animais vivos. A missão da empresa é fortalecer parcerias que proporcionem o desenvolvimento socioeconômico, levando soluções e resultados para os clientes. Comprometimento, honestidade, confiança, credibilidade e respeito às pessoas e ao meio ambiente são os valores da empresa.

A oportunidade de realização do estágio foi ofertada pelo proprietário da empresa, com duração de dois meses. Neste tempo, houve treinamentos e direcionamento para as atividades que deveriam ser desempenhadas e acompanhamento da rotina administrativa da empresa. As atividades desempenhadas foram planejamento de metas, elaboração de planilhas de preços, controle de estoques, entrada e saída de notas, acompanhamento de compra de produtos e todo trabalho da rotina administrativa, além do contato com o setor de vendas da empresa.

A Rede do Campo Cantinho da Roça é uma empresa privada e se enquadra como uma Empresa de Pequeno Porte (EPP). Atua com o comércio de produtos diversos, com destaque para a demanda da agropecuária da região. A empresa é prestigiada pelos clientes e destaque no setor pela qualidade e autenticidade dos produtos, bom atendimento na venda e excelência no pós-venda.

Ademais, a empresa possui suas lojas localizadas em pontos específicos da cidade, especialmente planejados para auxiliar os clientes no momento da compra. A organização e a vasta gama de produtos são um diferencial da empresa, além disso, por ser conveniada à Rede do Campo a empresa conta com um alto poder de barganha, ofertando aos clientes produtos com menores custos.

Com o acompanhamento da rotina da empresa alguns pontos observados podem ser modificados, afim de se obter resultados melhores. A implementação de um cargo de gerência

auxiliaria nas tomadas de decisões e tornaria mais ágil os trâmites administrativos, ocasionando um maior fluxo de movimentações.

Confirme descrito na introdução deste trabalho, o objetivo foi promover a fixação e aplicação dos conceitos adquiridos nas disciplinas do curso de Administração na rotina da empresa. Propiciando uma reflexão entre a teoria e a prática, baseando-se nas experiências vivenciadas durante a realização do estágio para aplicá-las, posteriormente, na carreira profissional. O objetivo foi cumprido com êxito, conforme os conteúdos apresentados nos capítulos deste relatório.

A realização deste Relatório de Estágio foi de suma importância, tendo visto que tal instrumento passa a ser uma modalidade de consulta e troca de experiências para os futuros profissionais. O estágio, possibilita que o profissional em formação tenha a oportunidade de vivenciar a realidade profissional específica, enredando-a com a realidade educacional e organizacional, adquirindo conhecimentos para futura implantação no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- CHIAVENATO, I. **Recursos humanos: manual do professor**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- COELHO, F. U. **Curso de direito comercial**. Vol.1. 13. ed., São Paulo: Saraiva, 2009.
- DESSLER, G. **Administração de recursos humanos**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- DRUCKER, Peter. **Organizações não governamentais e terceiro setor**. São Paulo: Atlas, 2002.
- ERNEST DALE, **Planning and developing the company organization structure**. 3. ed. Nova Iorque: American Management Association, 1955.
- FERRETTI, C. J. (1997). Formação profissional e reforma do ensino técnico no Brasil: Anos 90. **Educação & Sociedade**, vol. 18, nr 59, p. 225-269.
- GARCEZ, E. S. da C. *et al.* O Estágio Supervisionado em química: possibilidades de vivência e responsabilidade com o exercício da docência. **Alexandria Revista de Educação em**

Ciência e Tecnologia, v.5, n.3, p.149-163, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/alexandria>. Acesso em: 03 de junho de 2020.

HAMMER, Michael. **Reengenharia**. Harvard Business Review, Jul-Aug 1990. Resumo feito por Licínio Antunes, Alfredo Almeida e Nelson Pereira. Disponível em: <https://eden.dei.uc.pt/gestao/forum/temas/classicos/reengenharia.html>. Acesso em 27 de maio de 2020.

IBGE. **Estados e cidades**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/lavras.html>. Acesso em 30 de maio de 2020.

JUNQUEIRA, Luciano A. P. (2000). **Organizações sem fins lucrativos e redes sociais na gestão das políticas sociais**. Caderno de Administração PUC- São Paulo, n. 3, EDUC.

KOTLER, P. KELLER, K. L., **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006. 750p.

LIZUKA, Edson Sadao. **A Exclusão digital e as organizações sem fins lucrativos da cidade de São Paulo: um estudo exploratório**. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2397/44687.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2020.

MARCONDES, J. S. **Empresa: o que é? objetivos, conceitos e tipos de empresas**. Disponível em: <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/empresa-o-que-e-objetivo-conceitos/>. Acesso em 27 de maio de 2020.

OCDE - Organisation for Economic Co-operation and Development. **Science, Technology and Industry Scoreboard**. Paris: OCDE, 2003. Disponível em: <https://www.oecd.org/sti/oecd-science-technology-and-industry-scoreboard-20725345.htm>. Acesso em: 08 jun. 2020.

PINTO, J. S. **Empresa pública x sociedade de economia mista: semelhança e distinções**. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/46701/empresa-publica-x-sociedade-de-economia-mista-semelhancas-e-distincoes>. Acesso em 25 de maio de 2020.

RACHEL, A. R. **A sociedade limitada é uma sociedade de pessoas ou de capital?** Disponível em: <https://lfg.jusbrasil.com.br/noticias/1354635/a-sociedade-limitada-e-uma-sociedade-de-pessoas-ou-de-capital-andrea-russar-rachel>. Acesso em 02 de junho de 2020.

REDE DO CAMPO. **Identidade corporativa**. Disponível em: https://rededocampo.com.br/?page_id=400. Acesso em 31 de maio de 2020.

ROCHA, A. CHRISTENSEN, C., **Marketing, teoria e prática no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 284p.

SEBRAE. **As pequenas empresas do Simples Nacional**. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/empresa-de-pequeno-portedetalhe8,8e5713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 03 de junho de 2020.

SEBRAE. **Tudo sobre ramo de atividade e como escolher o seu.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/ramos-deatividades,8ef89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 02 de junho de 2020.

SILVA, E. L.; MENEZES E. M. **Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação.** 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

TSCHOHL, John. **Encantando totalmente o cliente.** São Paulo: Makron Books, 1996.

VARGAS, M. R. M.; ABBAD, G. da S. Bases Conceituais em Treinamento, Desenvolvimento e Educação. *In*: BORGES-ANDRADE, Jairo; ABBAD, G.; MOURÃO, Luciana. **Treinamento & Desenvolvimento e Educação em Organizações e Trabalho: fundamentos para gestão de pessoas.** Porto Alegre: Bookman, 2006. P. 137-158.