



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO
COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO**

FABRICIO MATOS OLIVEIRA

**TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

**Serrinha
2025**

FABRICIO MATOS OLIVEIRA

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

Relatório apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, ministrada pelo Prof. Cleber de Souza Couto do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia – Campus XI.

Orientador(a): Prof^ª. Ms. Jocely Santos Caldas Almeida

**Serrinha
2025**

GOVERNADOR DO ESTADO DA BAHIA

JERÔNIMO RODRIGUES SOUZA

REITOR DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA

ADRIANA MARMORI LIMA

DIRETOR DO DEPARTAMENTO UNEB

ISABELLE SANCHES

COORDENADORA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNEB

JOCELY SANTOS CALDAS ALMEIDA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
CAMPUS XI

ASSUNTO: RELATÓRIO DE ESTÁGIO

EMPRESA: Wantel Tecnologia LTDA.

CNPJ: 21.850.223/0005-41

INSCRIÇÃO MUNICIPAL: 11402493

ENDEREÇO: Avenida Deputado Manoel Novaes. Nº 221. Centro.
Serrinha/BA

BA / CEP: 48.700-000

CARGA HORÁRIA TOTAL DO ESTÁGIO: 300 horas

SUPERVISOR DO ESTÁGIO: Andreilson Soares de Souza

FABRICIO MATOS OLIVEIRA

**Serrinha
2025**

APRESENTAÇÃO

Este TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, em formato de relatório, tem por finalidade apresentar meu desenvolvimento no estágio curricular e descrever as atividades desempenhadas como Operador de Suporte Técnico nas áreas de atendimento ao cliente e controle de estoques, na empresa Wantel Tecnologia LTDA. Apresento, inicialmente, o conceito e importância do estágio e em seguida a empresa, história, estrutura organizacional e suas unidades, ressaltando a filial localizada em Serrinha na Bahia, objeto do estágio. Na sequência, descrevo um pouco mais sobre as atividades que foram desenvolvidas, a área de atuação e a correlação entre as experiências práticas e também teóricas vivenciados ao longo do curso de Administração, ressaltando as metas traçadas e os resultados alcançados durante esse percurso. Por fim, analiso minha participação como estagiário, expondo minhas percepções e conclusões sobre os resultados obtidos, dificuldades encontradas e experiências vivenciadas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	06
2 O ESTÁGIO SUPERVISIONADO	07
2.1 CONCEITO	07
2.2 IMPORTÂNCIA	08
3 A EMPRESA	09
3.1 HISTÓRIA	09
3.2 ESTRUTURA	11
3.3 ORGANOGRAMA	11
3.4 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	12
3.5 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	12
3.6 APRECIÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA	13
3.7 RECOMENDAÇÕES À EMPRESA	15
4 REFERENCIAL TEÓRICO	17
4.1 GESTÃO DE ESTOQUES E SUA IMPORTÂNCIA NA LOGÍSTICA EMPRESARIAL	19
4.2 COMPETÊNCIAS INTERPESSOAIS E A COMUNICAÇÃO EFICAZ NAS ORGANIZAÇÕES	20
4.3 EFICIÊNCIA NO CONTROLE DE ESTOQUES E ADOÇÃO DE PRÁTICAS	23
5 COMPARATIVO ANALÍTICO ENTRE PLANEJAMENTO E AÇÕES IMPLEMENTADAS DURANTE O ESTÁGIO	29
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
7 REFERÊNCIAS	33
ANEXOS	37

1 INTRODUÇÃO

O estágio curricular obrigatório é um passo importante para o desenvolvimento das capacidades dos discentes e aplica na prática todo o conteúdo estudado de forma teórica em sala de aula. Então, esse momento se torna crucial para quem almeja trabalhar com administração e, principalmente, gestão e tomada de decisão, pontos fundamentais que são exigidos de qualquer administrador no mercado de trabalho e que são postos em prática durante o estágio e que vão formar um bom profissional ao longo de sua carreira dentro da área.

O período de experiência desenvolvido no estágio prepara os alunos para o mercado de trabalho e, conseqüentemente, aperfeiçoa as suas habilidades de interação com outras pessoas e também melhora suas capacidades pessoais, principalmente referente a disciplina, competência almejada e requerida dentro do ambiente corporativo. Sendo assim, essa preparação que o estágio proporciona reflete ao longo prazo em um melhor desenvolvimento profissional do aluno, preparando-o para enfrentar e lidar melhor com os desafios e problemas do mercado.

Além disso, essa experiência faz com que o estagiário consiga expandir a sua rede de contatos, diversificando seu portfólio e permitindo conhecer melhor a sua área de interesse na visão de outras pessoas ou se desafiando a entender melhor áreas diferentes da sua, tornando-o um profissional multidisciplinar, se adequando ao que as empresas buscam em seus colaboradores hoje em dia. Ademais, a rotina de estágio proporciona aspectos valiosos para o crescimento e ascensão de carreira do futuro administrador, como na cultura do *feedback* e modo de trabalho da equipe, favorecendo a troca de ideias e aumentando conexões positivas dentro do ambiente de trabalho, facilitando o estagiário a adquirir um melhor desenvolvimento de suas técnicas comunicativas e o aumento de suas habilidades de aperfeiçoamento contínuo.

O período de estágio que ocorreu na Wantel Tecnologia LTDA., localizada em sua filial na Avenida Dep. Manoel Novaes, nº 221, no centro de Serrinha, Bahia, se deu em dois períodos distintos, o primeiro, de 6 de março a 2 de maio de 2024, e o segundo, de 12 de agosto a 26 de novembro de 2024, totalizando uma carga horária de 300 horas de estágio curricular obrigatório.

As atividades desenvolvidas durante esse período estavam, em sua maioria, voltadas para o campo da administração geral, com foco principal na experiência do cliente e suas diversas demandas, realizando demandas financeiras, contratuais e

comerciais que esses usuários buscavam. Além disso, essas demandas eram realizadas com clientes presenciais ou também pelo Fortics, ferramenta multiplataforma de atendimentos online, então, isso fez com que o meu trabalho não ficasse limitado a atividades básicas, mas que pudessem expandir minhas habilidades em diversas áreas do atendimento. Logo, essa experiência foi super válida pois me ajudou a melhorar minhas técnicas de comunicação e também de escrita, além de conseguir enfrentar o meu maior receio e até medo que era de atender pessoas e seus diversos desafios.

As atividades voltadas para o atendimento ao público tinham como objetivo a resolução de problemas, na maioria das vezes, voltadas para demandas financeiras de imprimir boletos e carnês, realizar pagamentos de mensalidades da internet, negociar dívidas e aplicar descontos em alguns casos. Além disso, também existiram demandas mais contratuais como a de realizar suspensões contratuais, renovação de contratos, ajustes de planos e valores e orientação para possíveis cancelamentos de linha. Por fim, também houve a necessidade de realizar vendas dentro da loja dos planos de internet para os clientes que vinham adquirir o serviço, então, todas essas atividades desempenhadas foram necessárias para melhorar o meu desenvolvimento profissional e pessoal, que me permitiu uma melhoria nas minhas habilidades para um atendimento mais humanizado e uma excelente prestação de serviços.

Além dos serviços de atendimento ao cliente, também trabalhei com atividades secundárias relacionadas a questões mais técnicas de um provedor de internet, com o gerenciamento de materiais, como roteadores e outros equipamentos, realizando o cadastro desses produtos no sistema da empresa chamado de RBX e os separando para os técnicos de acordo com a demanda diária que eles possuíam, além de ter um bom controle dos materiais diariamente no estoque.

2 O ESTÁGIO SUPERVISIONADO

2.1 CONCEITO

Conforme a Lei nº 11.788/2008, artigo 1º: “estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos”. Trata-se, portanto, de um instrumento

legal que legitima a vivência prática como parte essencial da formação do estudante. De acordo com Pimenta (2012), o estágio é visto como a parte mais prática em comparação com as disciplinas teóricas do curso, assim, ele se torna um momento crucial para que o discente veja na prática tudo que foi visto em sala de aula, facilitando a sua compreensão sobre os temas abordados na teoria e levando-o a querer buscar mais conhecimento em sua área de interesse.

A prática de estágio é fundamental para o aprendizado do futuro administrador e garantir a construção de sua identidade profissional. Dessa forma, ele deve ser visto como fator crucial para reverberar no discente uma postura reflexiva e investigativa sobre cada assunto teórico visto em sala de aula, tornando-se um ponto chave para a evolução de conhecimento e sucesso para a carreira a longo prazo de qualquer estudante.

Dessa maneira, o estágio se destaca por sua particularidade ao transitar entre o ambiente acadêmico e o mundo profissional (Reichmann, 2015), facilitando a conexão entre teoria e prática. Então, essa integração busca trazer novas experiências ao corpo discente fundamentados em conhecimentos pré-adquiridos por cada disciplina da base curricular do curso de administração, que serão essenciais para fornecer os métodos e técnicas a serem aplicados durante a prática e ao longo de toda trajetória profissional do recém administrador.

2.2 IMPORTÂNCIA

O estágio supervisionado é um dos últimos momentos em que o estudante tem com vínculo acadêmico e possui o objetivo na vida do futuro administrador de prepará-lo para os desafios que o mercado de trabalho possui e que vão exigir dele, tornando-o preparado para resolver problemas e tomar melhores decisões, principalmente, como gestor. Dessa forma, após o estágio, o quase profissional está apto a lidar melhor com as rotinas administrativas e lidar melhor com equipes de trabalho, na qual pode futuramente vir a se tornar um líder.

Ademais, essa experiência possui uma rica vantagem de aperfeiçoar características interpessoais que as empresas no mercado de trabalho procuram cada vez mais em seus colaboradores, como a resiliência e a disciplina, que são contribuições que os acadêmicos conseguem adquirir durante esse período do estágio. Além disso, vale ressaltar que o futuro administrador sempre será um eterno aprendiz, justamente porque necessita construir mais conhecimento continuamente

para conseguir cargos melhores e ter uma ascensão na sua carreira, assim como descreve (LIMA et al., 2014), que evidenciam que o estagiário e futuro profissional sempre deve estar aberto ao aprendizado, objetivando à inovação nas suas ideias e melhorar a qualidade dos seus serviços prestados.

Outrossim, o processo de estágio torna-se uma ferramenta poderosa para o futuro do administrador já que alia de maneira prática todos os assuntos abordados na teoria com os componentes curriculares no cotidiano da empresa do estagiário. Além disso, é importante salientar que o dia a dia dentro da organização pode acabar fugindo do que a teoria apresenta, e isso é super normal e pode ser um desafio valioso para a experiência do aluno, podendo lidar com novos problemas e desenvolvendo melhor novas habilidades. De acordo com Almeida (2014, p.73):

Durante o curso de graduação começam a ser construídos os saberes, as habilidades, posturas e atitudes que formam o profissional. Em períodos de estágio, esses conhecimentos são ressignificados pelo aluno estagiário a partir de suas experiências pessoais em contato direto com o campo de trabalho que, ao longo da vida profissional, vão sendo reconstruídos no exercício da profissão.

Além disso, a graduação tem o dever e a responsabilidade de contribuir para a construção dos valores éticos e também ideológicos de seus estudantes, capacitando e preparando o futuro profissional para atuar com eficiência no mercado de trabalho, que exige cada vez mais novas habilidades dos novos profissionais.

3 A EMPRESA

3.1 HISTÓRIA

A Wantel Tecnologia LTDA., empresa de telecomunicações foi fundada em 2015 e foi eleita em 2022 como um dos melhores provedores de banda larga em Petrolina, Pernambuco. Além disso, a empresa tem se destacado continuamente por seus serviços de alta qualidade e fácil adaptabilidade sobre as necessidades que o mercado de internet possui, abrangendo os segmentos B2B e B2C. Aliás, a organização disponibiliza diversas soluções tecnológicas, que incluem desde conectividade até o monitoramento e suporte de necessidades das pessoas físicas e jurídicas. Além disso, as atividades da Wantel não se limitam a sua sede, localizada em Petrolina, houve uma expansão de filiais por diversas cidades da Bahia, como Juazeiro, Senhor do Bonfim, Tucano, Araci e Serrinha. Por fim, houveram novas aquisições de provedores parceiros no sul da Bahia, para cidades como Itaberaba,

Wagner, Bonito, Utinga, Ipirá e arredores, expandindo ainda mais as operações da empresa, gerada por crescimentos inorgânicos, e conseqüentemente, rápidas e impactantes para o segmento de tecnologia e provedor de internet da região.

A empresa tem o objetivo principal de entregar uma conexão e prestação dos seus serviços da melhor forma e qualidade possível, que consigam superar as expectativas dos seus clientes, entregando a velocidade contratada do serviço e de alta disponibilidades. Além disso, a organização preza por uma excelente pós-venda, com um excelente atendimento e resolução de problemas que seus usuários possam ter, buscando incessantemente um crescimento e evolução com excelência dos serviços prestados e o alcance de maiores rentabilidades no longo prazo como consequência.

A Wantel Tecnologia possui uma rica cultura organizacional, pautada em valores que se concentram em garantir e transformar a vida de seus clientes internos e externos, onde acredita-se que a conectividade pode transformar a vida das pessoas, encurtar distâncias e oferecer oportunidades de desenvolvimento econômico. Nesse viés, é importante destacar que a empresa se compromete com causas sociais, como a atenção sobre as comunidades carentes com a doação de roupas e alimentos para quem mais precisa, por meio de campanhas sazonais. Além disso, a empresa valoriza os seus funcionários com o compromisso de treinamentos contínuos, almejando o crescimento profissional dentro da organização.

Assim, pode-se dizer que a empresa vai muito além de entregar uma conexão de qualidade, ela oferece e tem a missão de ter um crescimento sustentável e também responsável com todos os seus clientes, colaboradores e comunidades que atendem, então, seu sucesso como provedor de internet é um reflexo tangível que é pautado no compromisso com a qualidade dos seus serviços e na inovação dentro do setor de telecomunicações, que hoje em dia vem sendo super concorrido e se faz necessário sempre se destacar.

Vale ressaltar que, as informações desta seção foram obtidas por meio de consulta ao site institucional da Wantel Tecnologia LTDA. (<http://wantel.com.br>), entrevista com o supervisor responsável do estágio dentro da empresa Andreilson Soares de Souza e dados fornecidos pelo setor de Recursos Humanos da empresa.

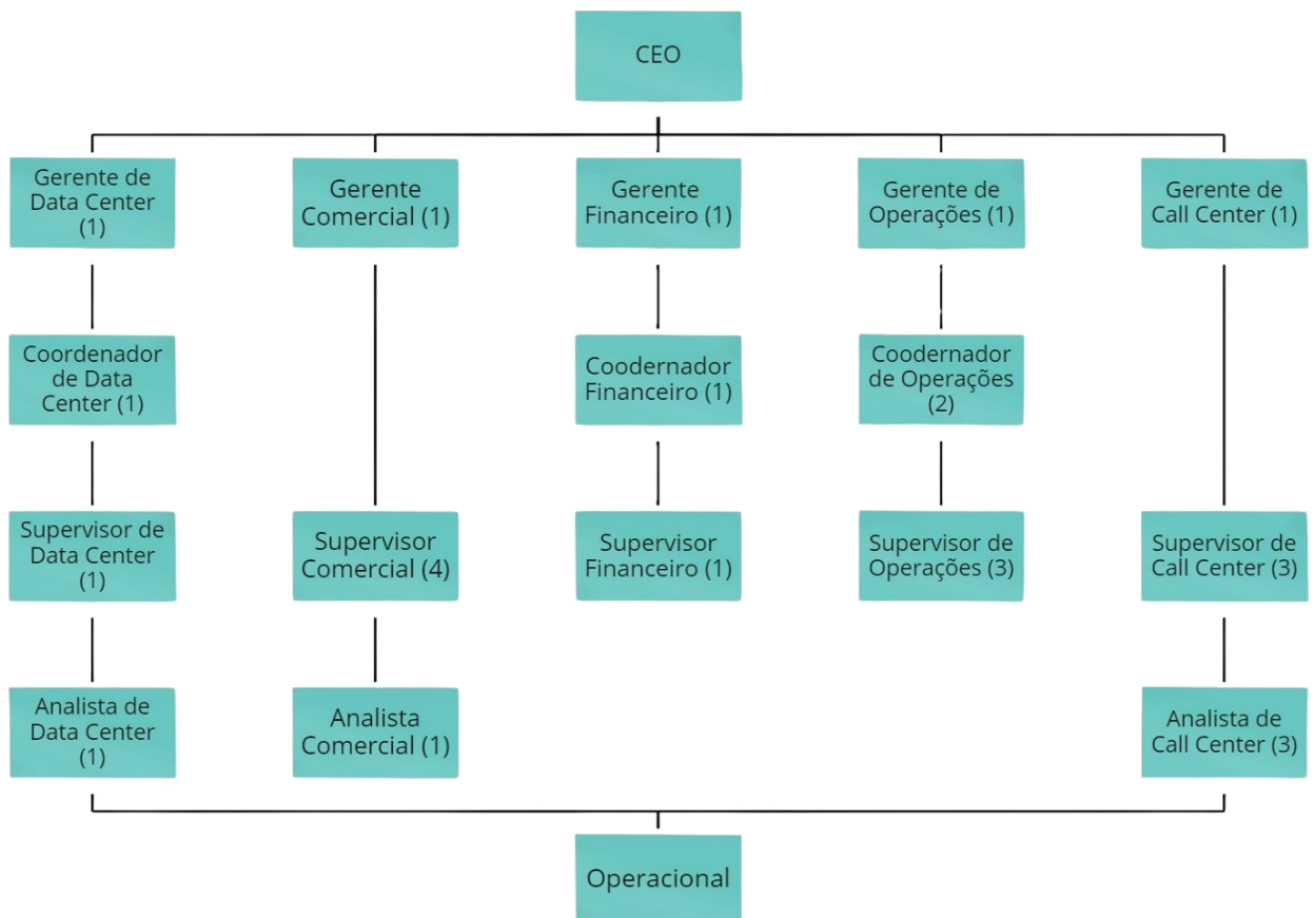
3.2 ESTRUTURA

A empresa conta com os seguintes departamentos:

1. Recursos Humanos (RH)
2. Finanças
3. Cobranças
4. Vendas e Marketing
5. Produção ou Operações
6. Compras
7. Tecnologia da Informação (TI) ou Departamento de Tecnologia
8. Serviço ao Cliente ou Atendimento ao Cliente
9. Jurídico Terceirizado

3.3 ORGANOGRAMA

Segue o organograma da empresa Wantel Tecnologia LTDA:



Fonte: Informações fornecidas pelo Departamento Pessoal (DP) da Wantel Tecnologia LTDA, em abril de 2024.

3.4 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

1. Atendimento ao cliente;
2. Gerenciamento de materiais e estoques.

3.5 SÍNTESE DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

1. É realizado atendimentos referentes a demandas financeiras, como a emissão de boletos e carnês, quitação de cobranças e disponibilização de comprovantes. Além disso, são realizadas negociações e renegociações de boletos com longo vencimento, aplicação de abatimentos e a solução de questões relacionadas a dúvidas que possam surgir durante o processo de pagamento por parte dos clientes.

Outra área de atuação dentro do atendimento ao público, realizada tanto na loja quanto online, é a resolução de falhas técnicas, como ausência de conexão, desconfiguração de equipamentos, oscilações no sinal de internet e alteração no cadastro do WI-FI (*Wireless Fidelity*). Vale destacar que essas correções, na maioria das vezes, são executadas remotamente pelo sistema da empresa. Caso não seja possível efetuá-las dessa forma, é necessário abrir uma Ordem de Serviço (O.S.), para que a equipe técnica realize uma visita, efetue o reparo e o cliente possa usufruir de uma conexão estável e de qualidade.

Além disso, quanto à abertura dessas ordens de serviço, é garantida uma comunicação eficaz entre os setores de *call center* e de operações, com agendamentos e solicitações de prioridade para os atendimentos, especialmente nos casos de clientes sem acesso à conexão.

Ademais, outro serviço executado na área de atendimento são as vendas internas e o cadastramento de novos clientes na base, colaborando com o setor comercial por meio do envio dessas solicitações. Além disso, também são feitas alterações de planos, mudanças na velocidade da conexão e pedidos de redução de valores ou concessão de descontos, quando necessário.

Por fim, são conduzidas demandas contratuais, como a suspensão temporária do contrato por até 4 meses; atualizações cadastrais; solicitações de troca de

titularidade; e inclusão de serviços adicionais que são ofertados de forma integrada ao contrato, como *Deezer*, *Max* ou *Ubook Go*. Por fim, também são tratadas questões relacionadas ao encerramento de contratos e à retenção de clientes.

2. Também é realizada a retirada dos materiais técnicos, como roteadores e outros equipamentos de internet necessários para a instalação. Cada item é cuidadosamente separado de acordo com as requisições de retirada do dia, que têm como base o que cada técnico utilizou no dia anterior, evitando a retirada excessiva de materiais. Além disso, todos os produtos retirados precisam ser devidamente registrados, contabilizados e encaminhados para a fila do técnico correspondente.

Após o registro, é realizada uma contagem diária dos materiais que sobraram no estoque, em relação aos que foram retirados. Essa etapa é crucial para manter a organização, garantir a precisão do inventário e evitar discrepâncias. Assim, essas informações são submetidas à supervisão, com o envio de um relatório detalhado de todo o trabalho realizado no dia, para que se tenha ciência da situação do estoque, possibilitando a tomada das melhores decisões e a manutenção de um bom fluxo operacional, sem contratemplos. Dessa forma, vale destacar que se trata de um serviço minucioso, que exige atenção aos pequenos detalhes, mas que é fundamental para assegurar a excelência dos serviços prestados, evitando desperdícios, prejuízos operacionais e custos desnecessários.

3.6 APRECIACÃO GERAL SOBRE A EMPRESA

Sobre a empresa em si, posso descrevê-la como um local que busca dar oportunidades aos seus colaboradores para se aperfeiçoarem, com treinamentos periódicos e a possibilidade de trocar de área dentro da empresa, para o que melhor convém ao funcionário. Além disso, a cultura organizacional da Wantel incentiva o respeito mútuo entre as equipes e busca ampliar as capacidades e talentos internos, principalmente com o desenvolvimento de habilidades, que são reconhecidas pela gestão. Dessa forma, a empresa consegue enriquecer a experiência profissional dos seus agentes internos, estimulando um ambiente saudável e produtivo, garantindo, assim, uma equipe de trabalho motivada e engajada com os serviços que lhe são propostos.

A organização se destaca por sua estratégia de expansão pelas cidades baianas de forma contínua, e isso reflete o sucesso que a Wantel vem tendo ao longo dos anos, buscando atender e prestar os seus serviços em diferentes localidades, para atender à demanda regional, que está crescente. Então, esse movimento de expansão que a empresa faz abre novas oportunidades, tanto para os clientes como para os colaboradores, que podem vivenciar diferentes realidades e desafios, além da questão de gerar novos empregos para essas localidades.

Porém, vale ressaltar que essa expansão contínua que a empresa realiza acaba sendo um fator desgastante, no momento em que acabam focando nesse quesito e esquecem de priorizar melhorias nas filiais que já existem, deixando de lado, por exemplo, a expansão das redes de internet para localizações ainda não cobertas na cidade; a realização de maiores incentivos de marketing que abranjam novos clientes; e a melhoria na infraestrutura das lojas físicas.

No mais, a empresa busca valorizar os seus funcionários com benefícios que vão além do salário, ao oferecer vale-alimentação e comissões por vendas internas realizadas, além de oferecer descontos em faculdades e em lojas parceiras para quem é funcionário da Wantel. Dessa forma, a empresa consegue motivar as suas equipes, garantindo uma boa qualidade de vida aos seus funcionários, reforçando a valorização e o reconhecimento de seus colaboradores.

Vale destacar que a Wantel possui algumas vantagens internas, como a integralização entre os seus departamentos, o que favorece uma melhoria no fluxo de comunicação entre os setores e equipes e, conseqüentemente, contribui para o aumento da eficiência na resolução de problemas que possam acontecer internamente. Além disso, existe o processo de incentivo à colaboração e à valorização do desenvolvimento humano na empresa, e isso foi reconhecido com o selo "*Great Place To Work*", que é um certificado que elege a empresa como um excelente lugar para se trabalhar. Logo, a organização se destaca continuamente na busca por melhorias para os seus funcionários e mantém uma boa abertura para diálogos e sugestões.

Entretanto, como em qualquer outra empresa, existem áreas que podem ser melhor aprimoradas e, dentre os desafios observados, pôde-se verificar a necessidade que a empresa possui de melhorar na formalização de seus processos internos, com maior transparência das informações, o que pode gerar aumento na eficiência operacional e também ajudar a reduzir falhas. Além disso, a Wantel precisa

melhorar em alguns pontos de comunicação. Por mais que seja seu ponto forte, existe a falta de clareza e consistência nas informações que acabam sendo passadas de um setor para o outro, o que gera gargalos na eficiência dos procedimentos internos.

Portanto, a gestão pode ter uma análise mais cuidadosa desses pontos negativos e até transformá-los em oportunidades de crescimento na área. Mas, para isso, é necessário que seja realizado um plano de ação e a adoção de novas estratégias para solucionar essas questões. Dessa maneira, será possível potencializar os resultados que a empresa vem construindo, tornando-a ainda mais competitiva no mercado de provedores de internet.

3.7 RECOMENDAÇÕES A EMPRESA

A Wantel, assim como qualquer outra empresa do ramo de tecnologia, está passível de erros e ineficiências em seus processos internos, que podem acarretar em problemas de produtividade, eficiência e eficácia, gerando, assim, menos vendas a longo prazo e menor geração de receita. Dessa forma, é necessário que a empresa busque novas formas de promover impactos positivos nas suas operações e, pensando nisso, sinto-me capacitado em sugerir algumas mudanças que possam tornar a experiência do cliente mais dinâmica e, conseqüentemente, ajudar a organização a fluir melhor em suas operações.

Nesse sentido, nos próximos parágrafos, vou discorrer sobre sugestões que podem melhorar não apenas as áreas em que atuo, como no atendimento ao público e na gestão de estoques, mas também em outras áreas, como a financeira e a comercial, visando uma melhor interdisciplinaridade das áreas, com o objetivo de tornar o ambiente laboral mais fluido e, posteriormente, mais produtivo.

Inicialmente, a empresa precisa rever a questão de fidelização dos seus contratos, pois, quando o cliente cancela os serviços com menos de 12 meses, é gerada uma multa financeira e, em alguns casos, o cliente não teve outra escolha, como, por exemplo, a necessidade de mudar de endereço e não ter cobertura; falhas de conexão constantes que afetam totalmente a experiência do cliente; ou até mudança para uma cidade sem a rede da Wantel. Então, faz-se necessária uma mudança nessa abordagem da empresa, para promover a transparência, o respeito e a confiança do consumidor. Para isso, a empresa deve analisar os casos e ser mais flexível com determinadas situações, o que acarretará na melhoria da imagem da

empresa e, posteriormente, fortalecerá seu relacionamento perante os seus stakeholders.

Sobre as operações técnicas, por conta de questões adversas e sem controle, como chuvas e outras condições climáticas, as ordens de serviço são abortadas, o que gera atraso e, posteriormente, acúmulo de agendamentos para o mesmo dia. Dessa forma, a empresa precisa tornar esse processo mais ágil, priorizando os serviços de maior urgência para o mesmo período do dia e remanejando os outros atendimentos para turnos posteriores, sempre avisando os clientes sobre possíveis atrasos no serviço, garantindo, assim, uma produtividade técnica mais assertiva.

Além disso, um ponto importante são as filas geradas no atendimento ao público, onde não existe um sistema organizado e bem gerenciado de prioridades e disciplina sobre as demandas, o que acarreta em clientes desconfortáveis e irritados. Ademais, esse problema acaba gerando filas caóticas, que complicam a qualidade dos atendimentos na loja presencial. Portanto, é necessária a adoção de um sistema eletrônico de senhas para organizar melhor as filas e, se possível, marcações feitas no chão para ilustrar as ordens de prioridade e marcar os espaços de fila, o que seria uma solução efetiva para aprimorar a experiência do cliente e garantir a produtividade da equipe.

É importante que a empresa reveja a questão da sobrecarga que afeta os seus colaboradores internos, na qual precisam atender presencialmente e também por via chat ou voz, o que acaba sobrecarregando e tornando os atendimentos mais lentos e com menor qualidade. Então, seria interessante considerar a terceirização desses atendimentos, principalmente voltados ao chat e à voz. Isso aliviaria a pressão que se coloca sobre os funcionários de atendimento e permitiria que eles possam se dedicar com mais qualidade às suas demandas principais, como no atendimento presencial, elevando tanto a eficiência dos serviços quanto a qualidade percebida pelos clientes e colaboradores.

Atualmente, existe essa dualidade de serviços, onde o atendente precisa prestar seus serviços de atendimento ao cliente e, ao mesmo tempo, realizar o controle de estoques, o que torna o trabalho mais exaustivo. Por isso, a Wantel deve contratar alguém específico para realizar os serviços de retirada e gerenciamento dos materiais no estoque, encarregado exclusivamente do controle e reposição deles. Além disso, a empresa precisa contratar assistentes para auxiliar no atendimento ao cliente em suas filiais, ajudando a gerenciar filas e realizar outras tarefas pertinentes

ao cargo, permitindo que exista fluidez, organização e eficiência no trabalho de seus subordinados, sem sobrecarregá-los com múltiplas tarefas.

Outrossim, as lojas físicas se limitam aos pagamentos via PIX e cartão de crédito ou débito, o que acaba restringindo o pagamento da maioria dos clientes que preferem pagar em espécie, ocasionando inadimplências frequentes entre os clientes antigos e até entre os novos. Assim, a solução prática encontra-se em aceitar os métodos de pagamento em espécie nas suas lojas físicas, facilitando a vida de quem ainda não se adaptou completamente ao meio digital ou que possui, naquele momento, somente dinheiro físico, acarretando maior satisfação do cliente. Além disso, é importante a contratação de um funcionário exclusivo para trabalhar com cobranças de clientes com boletos vencidos e fiscalizar o caixa da empresa diariamente nas lojas filiais, melhorando, assim, a taxa de adimplência e a geração de receita para a empresa.

No mais, a divulgação da internet pelas filiais ainda deixa muito a desejar. Então, é preciso que a equipe de marketing promova melhor publicidade pelas cidades, com a alocação de *outdoors* em placas ou em paredes em locais de fácil visualização, justamente para elevar a marca, torná-la mais conhecida e despertar o interesse. Por fim, é fundamental a distribuição de panfletos e a participação de colaboradores em eventos e feiras sazonais nas cidades, para divulgar as promoções e atrair novos públicos para adquirir os serviços da Wantel.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

O atendimento ao cliente é considerado uma das peças-chave para o sucesso de qualquer empresa, então, nesse momento de contato direto que a organização tem a chance de mostrar quem é, de ouvir de verdade o cliente, ajudar, esclarecer dúvidas, resolver problemas e, acima de tudo, tentar entender o que aquela pessoa precisa ou espera naquele momento.

Para Lobos (1993, p. 38) “qualidade é a condição de perfeição ou se preferir, do exato atendimento das expectativas do cliente”. Dessa maneira, não basta apenas pensar em atrair pessoas, se faz necessário construir uma relação duradoura, baseada em confiança e cuidado. Assim, ter essa visão de longo prazo fará uma diferença de verdade no relacionamento com o cliente e irá trazer para empresa um crescimento de forma sólida e duradoura.

Nesse contexto, o atendimento ao cliente vai muito além de um simples contato para resolver um problema, ele envolve todas as interações da empresa, desde o primeiro momento de interesse até muito depois da venda ser concluída, com a chamada pós-venda. De acordo com Braga, Marinho e Ramos (2014), oferecer um bom atendimento significa acolher tanto os clientes internos quanto os externos, buscando sempre agradar e surpreender de forma positiva. Logo, essa questão só é possível quando a equipe está preparada para resolver os problemas dos clientes, além disso, precisam estar bem treinados e, principalmente, comprometidos em resolver o que for preciso. Aliás, atender bem é, acima de tudo, mostrar que se importa de verdade com o outro, ouvindo com atenção e buscando soluções reais para os problemas apresentados.

Kotler e Armstrong (2007) também reforçam essa ideia ao destacar que clientes satisfeitos tendem não só a voltar, mas também a indicar a empresa para outras pessoas, e isso tem um poder enorme de valorização para uma empresa que busca competitividade no mercado.

Dessa forma, os autores afirmam que os clientes satisfeitos tendem a permanecer leais e a falar positivamente sobre a empresa para outras pessoas, ajudando a atrair novos consumidores e a fortalecer a marca e isso é crucial para manter um bom ciclo de vida para empresa e consiga manter um bom nível de competitividade perante outras empresas do mesmo ramo no mercado.

Assim, quando alguém compartilha uma boa experiência com amigos, familiares ou colegas, esse tipo de recomendação espontânea acaba gerando um efeito em cadeia, trazendo novos clientes e fortalecendo ainda mais o crescimento do negócio, é o conhecido boca a boca, que acaba gerando uma boa fama e reputação para o negócio em médio e longo prazo.

Quando uma empresa supera as expectativas de um cliente apresentando algo que extrapola o essencial e o básico, o cliente fica encantado.” (Las Casas, 2012, p. 33). Dessa maneira, quando um cliente tem seus desejos não atendidos, ele fica insatisfeito e pode nunca mais voltar à empresa ou ainda, pode espalhar a experiência negativa para outras pessoas, criando uma má reputação em cadeia para a empresa. Vale ressaltar que, com a facilidade de acesso às redes sociais, esse tipo de crítica pode se espalhar rapidamente e atingir um número enorme de pessoas.

Além disso, nenhuma empresa quer que os consumidores comprem algo apenas uma vez, o objetivo delas é conquistar clientes leais e construir um

relacionamento de longo prazo com elas. Segundo Grönroos (2000), as empresas buscam criar vínculos duradouros com os clientes ao oferecer serviços personalizados e atenciosos, utilizando pequenas ações de cordialidade, como oferecer um café, para proporcionar uma experiência acolhedora e diferenciada, o que ajuda a empresa a conseguir uma vantagem competitiva por meio do atendimento e acolhimento.

4.1 GESTÃO DE ESTOQUES E SUA IMPORTÂNCIA NA LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Outrossim, sobre a questão operacional e os serviços relacionados aos estoques, é importante entender que se tratam de bens materiais, que são armazenados dentro da empresa com o sentido de serem utilizados no curto prazo. Além disso, esses estoques podem incluir matérias-primas, produtos acabados e também semiacabados, além de embalagens e outros insumos que serão necessários para a manutenção e operação dos serviços técnicos. Vale lembrar que, os materiais são comprados prontos pelos fornecedores e nenhum deles são produzidos na Wantel, o que gera menos custos e mais praticidade no funcionamento das obrigações rotineiras nas lojas.

De acordo com Slack, Chambers e Harland (1997, p.42),

a gestão de estoques começou como parte da função de compras, quando as organizações reconheceram a necessidade de integrar o fluxo de materiais com outras áreas. Além disso, a gestão de estoques envolve o equilíbrio entre as três atividades principais do varejo: aquisição, armazenamento e vendas de produtos.

Dessa forma, entende-se que garantir a melhor organização do layout físico dos estoques pode aumentar a produtividade no fluxo logístico da empresa, corroborando para resultados efetivos nas operações. Além disso, ajustar os estoques conforme as necessidades do dia a dia da empresa de acordo com o volume de negócios que ela realiza pode garantir que cada item esteja na quantidade certa e no momento certo dentro da cadeia de produção. Ademais, o uso de alguns métodos administrativos de entrada e saída de materiais como PEPS (primeiro a entrar, primeiro a sair) ou UEPS (último a entrar, primeiro a sair) pode gerar um controle melhor e maior fiscalização contábil dos estoques físicos, que favorece um arranjo físico adequado e organizado.

Segundo Heizer e Render (2017, p. 456), a função da gestão de estoques “é implementar, regular e disseminar informações precisas para embasar decisões em

todos os níveis da empresa”. Nesse sentido, uma administração deficitária pode comprometer desde o fluxo de caixa até o cumprimento dos SLAs (*Service Level Agreement*) firmados com clientes e fornecedores. Por isso, é fundamental monitorar de forma rigorosa o recebimento de produtos e materiais, englobando etapas de armazenagem e aplicação dos recursos, de modo a assegurar rapidez e qualidade na prestação dos serviços.

O estoque envolve também, documentar, supervisionar as entradas, saídas e devoluções de produtos, não apenas como uma forma de organização, mas principalmente como um instrumento de controle financeiro. Portanto, é aconselhável investir em produtos de alta rotatividade para prevenir que o capital empregado fique estagnado no inventário ou nas prateleiras, um problema que pode ser amenizado ao monitorar as demandas do mercado (Amaral, Dourado, 2011). Dessa forma, o fluxo de trabalho será contínuo e não haverá gargalos tão grandes sobre as instalações da internet dos clientes, garantindo melhores resultados e objetivando desempenhos superiores sobre os seus concorrentes.

Para Viana (2002, p. 42), “o objetivo da gestão é administrar os estoques através de métodos que assegurem o equilíbrio com o consumo, estabelecendo parâmetros e níveis de reabastecimento e monitorando sua evolução”. Pascoal, (2008, p.15) destaca, “o controle de estoque é de suma importância para a empresa, porque ele controla os desperdícios, desvios e apura os valores para fins de análise, bem como, apura o demorado investimento, o qual prejudica o capital de giro”. Entende-se que a ausência de controle pode resultar em perdas, desperdícios e desvios de materiais, bem como ociosidade com estoque parado, podendo impactar diretamente nos balanços da entidade, logo, é de suma importância que a empresa avalie melhor os seus estoques com uma auditoria rígida para garantir que se consiga os melhores níveis de qualidade e organização, com o objetivo de melhorar o seu desempenho.

4.2 COMPETÊNCIAS INTERPESSOAIS E A COMUNICAÇÃO EFICAZ NAS ORGANIZAÇÕES

Segundo Hariharan e Shanmugam Priya (2010), a forma como os profissionais utilizam suas competências interpessoais é a primeira característica a ser avaliada pelos CEOs (*Chief Executive Officer*) das grandes corporações, assim, um exemplo dessas competências observadas é a comunicação, que deve ser clara e objetiva para

evitar ruídos e ineficiências dentro da corporação. Robinson (2018, p. 92), destaca que:

a comunicação eficaz é fundamental para o sucesso organizacional, pois ela permite que todos os membros da equipe compartilhem informações de forma clara e compreendam as expectativas, reduzindo assim a possibilidade de mal-entendidos e falhas.

Além disso, para Robbins (2005), a comunicação facilita a motivação por esclarecer aos funcionários o que deve ser feito, qual a qualidade do seu desempenho e o que fazer para melhorá-lo, além de facilitar na tomada de decisões e isso facilita para que a empresa consiga manter um bom clima organizacional e obter uma relação interdepartamental saudável para gerar bons resultados de eficiência para empresa.

Ainda sobre a ótica da importância do desenvolvimento das habilidades interpessoais, Friedman (2014) relata que o diploma não se torna uma garantia direta na obtenção de emprego, e que a partir do momento em que ocorre a busca pela inovação, surge também a preocupação com as inúmeras habilidades interpessoais, dentre elas a liderança, colaboração, adaptabilidade e a capacidade de aprender, visto que serão pontuadas e procuradas pelas organizações atuais para a contratação de pessoal, onde se exige de qualquer profissional atualmente dentro da área administrativa tais competências.

Então, ao abordar a questão da gestão administrativa eficiente, é fundamental mencionar os papéis do administrador, que podem ser classificados em três categorias: interpessoais, informacionais e decisórios, as quais, segundo Mintzberg (2011), refletem melhor a realidade atual dos profissionais nas empresas. Assim, o papel interpessoal está relacionado ao desenvolvimento de boas relações com as pessoas e, simultaneamente, à capacidade de liderança, uma característica essencial para um gestor de sucesso. Além disso, o papel informacional refere-se à habilidade de coletar e disseminar informações de forma correta e eficiente, sendo esse processo crucial para a comunicação entre o gestor, sua equipe e os demais setores da organização. Por fim, o papel decisório está diretamente ligado à tomada de decisões e à resolução de problemas de forma assertiva, contribuindo para que a empresa alcance melhores resultados por meio de uma gestão eficaz.

Dessa forma, todas essas competências, quando bem desenvolvidas, não só impulsionam a carreira do profissional, mas também ajudam a manter o equilíbrio com a vida pessoal de maneira mais leve e organizada, o que é importante em um mundo

em que cada vez mais as pessoas estão adquirindo problemas de saúde como depressão ou síndrome de *burnout* e precisam repensar sobre como conciliar trabalho e vida pessoal.

A relação entre o atendimento ao cliente e a gestão de estoques é muito mais importante do que parece à primeira vista, essas duas áreas caminham juntas e, quando estão bem alinhadas, fazem toda a diferença na rotina da empresa e na experiência de quem está do outro lado: o cliente. Dessa maneira, como dizem Kotler e Armstrong (2007), oferecer um bom serviço não é só resolver problemas rapidamente ou atender bem; é também garantir que a parte operacional funcione de forma eficiente, e nisso, o estoque tem um papel fundamental.

Então, se a empresa não estiver atenta às reposições e não conseguir prever bem a demanda, por exemplo, o cliente pode acabar esperando mais do que o necessário por um produto, o que pode gerar insatisfação e esses atrasos afetam diretamente a percepção que as pessoas têm da marca e da empresa. Por isso, cuidar da administração de estoque com responsabilidade é uma forma direta de cuidar também do cliente.

Quando a empresa consegue unir uma boa administração de estoque com um atendimento ao cliente de verdade, feito com atenção e qualidade, o resultado é um ciclo muito positivo com clientes satisfeitos que tendem a voltar e indicam a marca para outras pessoas e isso, naturalmente, aumenta a demanda. Além disso, investir continuamente na capacitação das equipes, tanto aquelas que lidam diretamente com os clientes quanto as que cuidam dos produtos e processos internos, é essencial para manter o ritmo e não ficar para trás em um mercado que está cada vez mais exigente e focado na experiência do cliente de forma a entregar a melhor qualidade.

Além disso, quando a comunicação entre os setores de vendas e estoque funciona bem, problemas podem ser evitados e essa troca eficiente de informações ajuda a manter tudo nos trilhos, evitando falhas que podem atrapalhar o andamento do trabalho. Para isso acontecer, é essencial ter uma liderança bem estruturada, que consiga unir os dois lados em torno de um objetivo em comum: conquistar a satisfação e a fidelidade dos clientes de maneira a não parecer autocrática. Entende-se ainda, ser fundamental incentivar que os profissionais desses setores estejam sempre dispostos a aprender e se adaptar, ao mercado e suas diversas transformações ou quando os clientes começam a ter novas necessidades. Nesse cenário, a boa administração de estoque se mostra ainda mais importante, já que é ela que ajuda a

empresa a reagir rápido às mudanças do mercado, com eficiência e fluidez de respostas.

4.3 EFICIÊNCIA NO CONTROLE DE ESTOQUES E ADOÇÃO DE PRÁTICAS ECOLÓGICAS

No que tange à gestão de estoques, autores como Beulke e Bertó (2001) destacam a importância de controlar de forma eficiente os níveis de mercadorias. Assim, esse controle não apenas evita perdas e desperdícios, mas também contribui para o fluxo de caixa, uma vez que a empresa não imobiliza capital em produtos parados. Portanto, um sistema de controle de estoques bem estruturado possibilita uma análise constante das demandas do mercado, alinhando a disponibilidade de produtos com as expectativas dos consumidores e garantindo que o atendimento seja ágil e eficaz.

Ademais, o uso consciente de materiais dentro do espaço corporativo é de suma importância para se adequar ao meio sustentável que o planeta terra exige para amenizar os efeitos negativos da ação humana ao longo do tempo. Para Colin (2004, p.103):

A conservação, a reutilização e a reciclagem de bens e produtos devem prevalecer sobre a dejeção e a predação e o uso de matérias-primas e o consumo de energias renováveis deve prevalecer sobre as esgotáveis, respeitando os ciclos naturais de renovação.

Além disso, para Barbieri (2007, p. 127), “tratar sistematicamente as questões ambientais proporciona valor aos componentes do ambiente de negócio da empresa que os diferenciam dos seus concorrentes e contribui para dotá-la de vantagens sustentáveis”, elevando o nível de consciência da empresa e captando novos clientes que são adeptos à causa, fortalecendo a marca no mercado.

Assim, a reciclagem e métodos sustentáveis e eficientes dentro do ambiente de trabalho se torna necessário, e para isso, foram adotadas algumas medidas importantes dentro da Wantel na sua filial em Serrinha, como: reutilização de papéis que possuem versos em branco para utilizar como rascunho; reuso de embalagens de roteadores e unidades de fibra óptica para guardar outros equipamentos já usados e que podem ser reutilizados em outras instalações; uso adequado de água no ambiente físico; envio de papelões que não são mais usados para os centros de

reciclagem e, por fim, o uso limitado da energia com o desligamento dos aparelhos e luzes em momentos que não são utilizados.

Outrossim, é crucial falar sobre gargalos que acontecem nos atendimentos via sistema que a empresa utiliza, o RBX, na qual exige de seus colaboradores um alto grau de detalhes a serem acrescentados ao abrir um atendimento, como a confirmação constante dos números de telefone e endereço do cliente; adição de protocolos, dados e informações manualmente; anexo financeiros obrigatórios e por acaso, lentidão e sobrecargas constantes do sistema, tornando essas exigências um processo mais demorados que o normal e gerando a insatisfação dos clientes por atrasos de eficácia para obter a resolução de seus problemas.

Conforme Di Pietro (2012, p. 212): “no âmbito do direito do trabalho, terceirização é a contratação, por determinada empresa (o tomador de serviço), do trabalho de terceiros para o desempenho de atividade-meio”. Assim, o atendimento ao público se torna mais eficiente quando se tem esse apoio em dias de fluxo intenso de pessoas dentro das lojas filiais da Wantel, pois o serviço costuma ser muito demorado ao passo que se deve realizar vendas internas, atender os clientes presencialmente e ainda apoiar com o atendimento online pela plataforma do Fortics. Logo, realizar a terceirização dos serviços de atendimentos, pelo menos, em dias estratégicos deve evitar aborrecimentos por parte da clientela e ajudar a amenizar o trabalho puxado sobre os funcionários, auxiliando o processo a ser menos caótico.

Além disso, uma parte definitiva para uma boa qualidade no atendimento é a gestão de conflitos e reclamações que o cliente possa ter ao adentrar na loja física ou de forma online na plataforma de atendimentos e o bom atendimento das expectativas que ele tem sobre o serviço, então a forma de saber lidar com essas questões torna a prestação de serviços um diferencial positivo ou então negativo, em alguns casos. Nessa perspectiva, para Kotler e Keller (2006, p. 397),

a diferenciação competitiva pode ser alcançada por meio de serviços de valor agregado ou de um excelente atendimento ao cliente, enquanto a retenção depende de níveis elevados de satisfação. (Kotler & Keller, 2006, p. 144).

Outro ponto importante a ser discutido é a ética profissional e uma boa postura profissional que o funcionário deve ter ao adentrar em uma empresa, ele não deve apenas seguir as normas internas que a empresa exige, mas ter uma conduta profissional respeitosa e que não interfira negativamente nos interesses dos consumidores e outros colegas de trabalho.

E, nesse processo, o estudante é sujeito ativo, e não um mero objeto a ser moldado pela corporação, embora esta busque uma padronização mínima de conhecimentos, valores e atitudes particulares a determinada atuação profissional (Rego, 2003a). Assim, o estagiário deve ser uma voz atuante dentro do ambiente corporativo e exercer uma postura profissional adequada e condizente com seus valores éticos, isso vai destacá-lo dentro da corporação e irá ajudar em seu processo de evolução na carreira.

Os laços emocionais de um cliente com uma marca ou empresa fornecem importantes indicadores do sucesso do negócio (Iglesias et al. 2019). Assim, a experiência do cliente é um fator que torna uma empresa mais competitiva no ramo de mercado em que atua, e para isso, ele deve realizar com excelência a prestação de serviços do pré-venda até o pós-venda.

Então, se faz necessário pensar mais na customização dos serviços para atender as exigências dos clientes durante todo o processo, seja na forma de apresentar os serviços no pré-venda até o tratamento diferenciado no pós-venda, conforme alertam Tukker e Tischner (2017), produtos ou serviços de qualidade não são mais suficientes para garantir a competitividade ou a sobrevivência da empresa.

Hoje em dia, o ramo de tecnologia e provedores de internet está em ascensão e com um alto nível de consumo pelas pessoas, então é papel das empresas fornecer uma experiência que venha a encantá-lo e não apenas satisfazer as suas demandas, justamente para fazer com que aquele cliente continue com os serviços no longo prazo e recomende para a base novas pessoas e futuros clientes. Nesse sentido, Pine e Gilmore (1998) fornecem evidências de que a competitividade das empresas reside em fornecer aos consumidores experiências únicas e memórias inesquecíveis. Assim, as empresas se esforçam para que os consumidores obtenham não apenas experiências positivas ou satisfatórias, mas também experiências memoráveis (Iglesias et al., 2019).

Além disso, é preciso levar em conta as expectativas e percepções do cliente sobre a empresa e a sua marca e tudo isso vai agregar e gerar um resultado na avaliação de valor que a empresa possa ter, dessa forma, a satisfação é confirmada como um dos primeiros resultados da experiência (Ali, Amin & Cobanoglu, 2016), e é definida em termos de prazer (Wang, 2011) e satisfação (Sina & Kim, 2019) sentidos pelo cliente como consequência direta do resultado obtido. Logo, a entrega de valor deve ser feita pensando no todo e, para isso, a empresa deve trabalhar com

Interdisciplinaridade entre os departamentos e setores para gerar melhorias de inovação e metodologias para encantar o cliente durante todo o seu processo de experiência.

Atualmente, a fidelização de clientes deve ser um processo que precisam de uma boa gestão de relacionamento com o cliente, também chamado de CRM (*Customer Relationship Management*), então nesse sentido é preciso criar laços duradouros com esses clientes para conseguir atingir objetivos organizacionais ao longo prazo. Para Gronroos (1993) o relacionamento é visto como a capacidade, em maior ou menor grau, de relacionar-se, conviver ou comunicar-se com os seus semelhantes; é ainda uma ligação de amizade, afetiva e profissional, condicionada por uma série de atitudes recíprocas. Assim, o CRM deve ter o objetivo de ligar os princípios organizacionais e os interesses dos consumidores para atingir as necessidades não apenas das empresas, mas também de seus usuários de forma harmônico, levando em conta um ciclo de vida longínquo.

De acordo com Swift (2001, p. 39), o CRM é mais do que um simples projeto, transformando-se num processo iterativo que “converte a informação sobre os clientes em relacionamentos com esses mesmos clientes, através da utilização ativa e do entendimento dessa informação”. Além disso, enfatiza que o uso do CRM está mais voltado para uma abordagem empresarial com o objetivo de influenciar clientes e os seus comportamentos através da comunicação, de modo a melhorar a interação empresa-consumidor e maximizar os lucros da empresa e satisfazer o cliente levando-o para uma fidelização com o serviço ou bem.

Outrossim, alguns autores, como Kutner & Cripps (1997) ou Stone & Woodcock (2001), defendem os sistemas de CRM enquanto vertente tecnológica orientada para o cliente, justamente por fazer uso das tecnologias da informação para gerar algum resultado no relacionamento com os clientes. Mas há autores, como Payne & Frow (2005), pensam diferente ao propor o CRM como um sistema de abordagem mais holística e voltada para o relacionamento de gestão de pessoas para criar algum valor nessa relação. Porém, acredita-se que o CRM é um conjunto que agrega todos esses valores para melhorar a experiência do cliente e criar a sua fidelidade, é a partir dos dados que se pode tomar decisões e é pela interação que se põe em prática tudo que foi decidido, então, o conjunto cria o valor que a empresa necessita para melhorar a sua expertise no tratamento dos clientes para encantá-los.

Um outro quesito que deve ser pensado dentro do escopo de estudo é a gestão eficiente dos estoques, em especial sobre os seus materiais, na qual em muitos momentos acabam gerando resíduos que não são mais utilizados ou até o uso excessivo de materiais, como papel e que não tem uma finalidade com seu descarte. Nesse contexto, Dias (2010), afirma que a gestão ambiental vem tornando-se mais competitiva nos últimos anos, por consequência aos benefícios que traz ao processo produtivo e a alguns fatores que são potencializados.

Segundo Dias (2001, p. 67): “Reciclagem é o conjunto de operações de recuperação de materiais, permitindo reintroduzi-los na cadeia produtiva e, assim, reduzir a extração de recursos naturais”. Assim, o descarte correto de materiais como aparelhos, caixas e papéis ou até o seu reuso em outros serviços visa ajudar com questões sustentáveis e evitar mais poluição nas cidades em que a organização atua, melhorando inclusive em uma boa gestão de custos e reduzindo gastos desnecessários com materiais reutilizáveis.

Segundo Moraes (2012), o crescente aumento da consciência ecológica e a preocupação das empresas e da sociedade são decisivos para uma gestão ambiental eficiente e melhor qualidade de vida para geração atual e futura, o que consequentemente abre novas perspectivas de negócios no país, e uma que se destaca hoje é a área de reciclagem de resíduos sólidos como: papel, vidro, metal, plásticos, resíduos orgânicos e inorgânicos.

Nesse viés, é importante levar em conta algumas atitudes que são tomadas dentro da Wantel, como o reuso de papéis para rascunho; a identificação de equipamentos como roteadores ou UFOs (Unidades de Fibra Óptica) para seu reuso em outros clientes e marcados como revalidados e também a reutilização de caixas de equipamentos em outros serviços, além da limitação de água e uso consciente de energia. Dessa forma, o papel das organizações é implementar ações que sejam sustentáveis e que, consequentemente vai gerar eficiência e a economia dos seus serviços e bens.

Por fim, cabe uma atenção especial ao trabalho em conjunto entre uma boa gestão de estoques e um excelente atendimento ao cliente. Segundo Dias (2005), a previsão de demanda estabelece estimativas futuras para a aquisição de produtos, pois prevê quais produtos, quanto desses produtos e quando serão comprados pelos clientes ou usufruídos pelo serviço. Assim, o controle desses materiais de forma contínua garante que os clientes não se frustrem, permitindo que adquiram os serviços

com maior rapidez. Internamente, isso significa maior eficácia para atingir os resultados operacionais, seja nas novas vendas realizadas ou no suporte de reparo solicitado por clientes já na base.

De acordo com Dias (2005), as técnicas de previsão de consumo podem ser divididas em três grupos. O primeiro é a projeção, que parte da ideia de que o comportamento futuro repetirá o passado ou seguirá uma tendência de evolução ao longo do tempo. Já a segunda é a explicação, onde se busca entender as vendas passadas a partir da relação com outras variáveis conhecidas ou previsíveis. Por fim, existe a predileção, que se baseia na experiência de funcionários que, conhecendo bem o mercado e seus fatores de influência, estimam como as vendas irão se comportar no futuro. Segundo Novaes (2004, p. 35) a definição de logística:

para o *Council of Logistics Management* norte-americano a logística é o processo de planejar, implementar e controlar de maneira eficiente o fluxo e a armazenagem de produtos, bem como os serviços e informações associados, cobrindo desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor.

Nesse contexto, o uso da logística se torna um ponto crucial para tornar a empresa eficiente e garantir que os materiais e equipamentos que estão no estoque estejam presentes sempre que necessário, no momento certo e na quantidade certa, com um bom relacionamento com os seus fornecedores, até para garantir bons valores de custo e, conseqüentemente garantir um resultado operacional de qualidade.

Além disso, outro ponto importante é o controle desses estoques com auditorias constantes com o objetivo de evitar erros que possam prejudicar o bom funcionamento das operações e até levar a perdas de materiais, levando ao prejuízo financeiro para a organização. Assim, de acordo com Ballou (2006), o objetivo da administração de estoques é manter níveis adequados para atender à demanda, evitando faltas e minimizando os custos, o que, indiretamente, gera benefícios tanto para a empresa quanto para o cliente, o que torna a gestão logística de estoques um ponto crucial para melhorar a produtividade e resultados da empresa.

Logo, o controle de estoque funciona como a base da empresa, e sua falta pode gerar falhas no atendimento, tanto para clientes internos quanto externos e, essas falhas, por sua vez, comprometem a qualidade do serviço, reduzem os lucros e fazem com que a empresa perca espaço no mercado.

Martins (2008) ressalta que decisões como o momento de compra, a quantidade adquirida, a definição de lotes econômicos de aquisição e o estabelecimento de estoques de segurança podem impactar diretamente os resultados de uma organização. Assim, toda atividade de movimentação e armazenagem está diretamente relacionada à satisfação dos clientes então, ao aprimorar o sistema de informação sobre bens e serviços, as empresas conseguem reduzir os custos de transporte e estocagem, o que permite oferecer preços mais competitivos no mercado (Pozo, 2010).

Novaes (2015) destaca a importância de um bom atendimento para a fidelização dos clientes, ressaltando que os consumidores valorizam empresas que cumprem prazos e resolvem problemas de forma rápida, promovendo a satisfação mútua entre comerciante e cliente. Além de fortalecer a relação de confiança e parceria, um atendimento eficiente contribui para que clientes satisfeitos se tornem fiéis e ainda recomendem a marca a outras pessoas, gerando benefícios para toda a cadeia produtiva.

Portanto, regular o fluxo dos negócios, como destacam Martins e Alt (2009), é fundamental nas empresas, então melhorar o atendimento ao cliente vai além de tratar bem: envolve, assim, atender suas necessidades com produtos de qualidade e preços acessíveis. Então, garantir a excelência organizacional exige um bom gerenciamento para tomar decisões eficazes e encantar os clientes também no pós-venda.

5 COMPARATIVO ANALÍTICO ENTRE PLANEJAMENTO E AÇÕES IMPLANTADAS DURANTE O ESTÁGIO

Conforme foi estabelecido dentro do plano de estágio, as responsabilidades dentro do estágio foram direcionadas para a área administrativa e, nessa perspectiva, a experiência ficou voltada ao atendimento ao cliente, focando em aspectos operacionais e técnicos, com o objetivo de garantir o desenvolvimento das habilidades interpessoais do estagiário.

Além disso, dentro do escopo do plano de estágio e alinhado com a empresa, foram desenvolvidos três focos de atuação: o atendimento ao cliente, o gerenciamento de estoques e o desenvolvimento de habilidades do estagiário. Dessa forma, cabe ressaltar que o atendimento ao cliente foi desafiador e foi além da simples prestação de serviço, pois foi preciso lidar com pessoas e ter um alto grau de compreensão de suas particularidades e opiniões, algo que eu acreditava, no início, ser mais tranquilo

e fácil. Ademais, a gestão eficaz dos estoques foi um processo dificultoso no início do estágio e de pouca compreensão, mas, ao longo do tempo, foi-se adquirindo mais prática e aumentando a precisão com as ferramentas que estavam ao meu alcance para executar as tarefas de maneira mais produtiva.

Ao longo do estágio, foi aprendido que o atendimento ao público envolvia muito mais do que somente resolver problemas dos clientes dentro do escopo de questões financeiras, contratuais e comerciais. Foi evidenciado que as pessoas exigem uma postura mais empática, comunicativa e que também atenda às suas necessidades emocionais, algo que fugiu totalmente do que foi planejado inicialmente ao entrar no estágio.

Em relação à área de estoques, o objetivo era manter todos os materiais bem organizados e ter um rígido controle do que entrava e saía, com um gerenciamento adequado, principalmente dos roteadores e unidades de fibra óptica. Embora o planejamento incluísse a contagem diária de produtos e a garantia de acesso dos técnicos a esses materiais de forma contínua diariamente, em alguns dias houveram desafios e problemas, justamente por questões voltadas à alta demanda de requisições de retirada desses materiais e à baixa eficiência do sistema em prover os registros desses equipamentos, sendo necessário cadastrar manualmente cada um. Isso demandou uma atenção maior aos detalhes e, conseqüentemente, maior tempo para realizar o serviço, o que prejudicou, de certa forma, a produtividade e o fluxo de trabalho da equipe técnica, afetando as suas operações de instalação e reparo.

Então, tanto a demanda relacionada à experiência do cliente quanto a operacional envolveram uma série de desafios que me puseram à prova e tornaram possível o meu aperfeiçoamento profissional. Dessa forma, foi possível superar tais problemas ao longo do tempo com técnicas administrativas que foram vistas em sala de aula, como o 5S, para melhorar a minha rotina, focando na organização das tarefas e materiais ao meu redor, o que afetou positivamente a minha produtividade.

Assim, ficou evidenciado que o mundo corporativo exige, cada vez mais, não apenas o conhecimento de habilidades técnicas para conseguir produzir e realizar as atividades laborais, mas também das habilidades emocionais, como empatia, resiliência, autocontrole e adaptabilidade, por exemplo. Logo, esse combo de habilidades resultou em um desenvolvimento valioso da qualidade do meu atendimento e no reconhecimento por parte da minha supervisão, o que acaba gerando mais motivação e uma boa relação interpessoal.

Além do mais, o desenvolvimento das habilidades interpessoais, como liderança e comunicação, foi fundamental na minha rotina diária, visto que houve a necessidade de lidar e gerenciar pequenas equipes, o que foi crucial para conseguir me adequar sem muitos problemas. Além disso, houve alguns momentos de interação e oportunidades de *networking* em eventos e palestras ministradas pela empresa; porém, com a alta demanda operacional, esse contato foi reduzido. Mesmo assim, os momentos que pude acompanhar serviram de grande aprendizado para melhorar as minhas capacidades e meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Logo, essa experiência foi crucial para o meu desenvolvimento como pessoa e profissional, superando as minhas expectativas, permitindo-me aplicar a maioria dos assuntos estudados na universidade e adaptando-os à realidade dinâmica do mundo corporativo. Ao mesmo tempo, o estágio me possibilitou ter reflexões sobre como a empresa pode melhorar e implementar soluções para seus problemas internos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio supervisionado obrigatório é uma etapa muito importante na vida dos estudantes, que acabam adquirindo novas vivências para aprender a lidar melhor com o mercado de trabalho, mas também para as organizações, que acabam se beneficiando das expertises trazidas pelos estagiários para sua cultura organizacional, agregando valor e estabelecendo vínculos trabalhistas importantes. Logo, ambos acabam possuindo alguma vantagem de aprendizagem mútua, em um verdadeiro sistema ganha-ganha.

Sendo assim, o estágio foi uma experiência enriquecedora, que clareou as minhas ideias sobre as questões administrativas e expectativas esperadas para o longo prazo dentro da profissão almejada no curso. Conseqüentemente, o período de estágio foi bem importante para mim, pois pude observar melhor e de forma mais ampliada o meu futuro como administrador, avaliando a minha postura profissional, identificando lacunas que a organização possuía, além de poder observar as boas práticas que a organização já vinha fazendo corretamente.

Do mesmo modo, foi importante verificar o processo de trabalho da empresa como um todo, com os seus departamentos se integrando para resolver problemas de clientes. Me senti parte desse processo e verifiquei que, mesmo como estagiário, eu sou importante para garantir a boa eficiência de todo o sistema interno da organização.

Em complemento, o trabalho em equipe foi algo desafiador no começo, levando em consideração que as pessoas têm pensamentos e opiniões distintas, porém, consegui construir uma relação de respeito com todos os colegas, e isso facilitou a colaboração e trouxe um ambiente mais amigável para se trabalhar. Ademais, o atendimento ao público foi uma área que precisei me atentar em ter uma abordagem mais cautelosa, sabendo ouvir os clientes e verificar realmente as suas especificidades, o que fez-me adequar a cada tipo de cliente e entender melhor as suas dores, tendo mais empatia e gerando um atendimento de qualidade e humanizado.

Além disso, o gerenciamento do estoque foi uma responsabilidade que demandou bastante disciplina e precisão para evitar erros durante o processo e entregar os resultados de forma eficiente e eficaz, o que me ensinou a ser mais rigoroso com os padrões estabelecidos pela empresa, desde a retirada até o registro final de cada material.

Durante o estágio, enfrentei desafios que me fizeram repensar minhas técnicas de trabalho, especialmente ao lidar com um sistema até então desconhecido e clientes exigentes e que possuem diferentes personalidades e temperamentos. Além disso, houve dificuldades na comunicação interna devido à falta de clareza sobre as funções dos colaboradores, o que gerava atrasos nas respostas às demandas e em dias de alta demanda de materiais o controle de estoque se tornava sobrecarregado e mais propenso a erros, devido ao pouco tempo para a retirada dos itens, mas com o tempo aprendi a lidar com essas situações com o apoio da supervisão.

Em síntese, o estágio trouxe diversos benefícios que agregaram totalmente na minha experiência, principalmente por causa das diversas funções e atividades realizadas ao longo do processo. Ademais, a variedade de situações passadas com os clientes, além da interação entre equipes, me tornou mais resiliente e mais ágil para tomar melhores decisões para resolver problemas. Sendo assim, essa situação fará com que eu consiga me adaptar facilmente em qualquer empresa e em qualquer situação que venha a acontecer.

Portanto, todo o aprendizado em sala de aula e na prática do estágio foram fundamentais para melhorar as minhas capacidades profissionais como um futuro administrador. Enfim, sinto-me mais preparado para contribuir, de maneira adequada, os meus serviços em qualquer empresa que eu atuar, justamente pelas experiências criadas fora e dentro da universidade.

7 REREFÊNCIAS

ALI, F.; AMIN, M.; COBANOGLU, C. O efeito do ambiente físico na satisfação do cliente: testando o efeito mediador das respostas emocionais. *International Journal of Hospitality Management*, v. 55, p. 68-76, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.006>. Acesso em: 5 maio 2025.

ALMEIDA, Maria Aparecida de; PIMENTA, Selma Garrido. Formação profissional e estágio supervisionado: articulação entre teoria e prática. In: ALMEIDA, Maria Aparecida de; PIMENTA, Selma Garrido (orgs.). *Estágio supervisionado: saberes, experiências e desafios*. São Paulo: Cortez, 2014. p. 73. Disponível em: <https://inbio.ufms.br/files/2022/03/texto-1-referencia-estagio-biologia.pdf>. Acesso em: 5 maio 2025.

AMARAL, Carlos Roberto; DOURADO, José Antônio. *Gestão de estoques: princípios e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BALLOU, Donald J. *Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BARBIERI, José Carlos. *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BEULKE, Marilda A.; BERTÓ, Denise L. *Administração de materiais: conceitos e práticas*. São Paulo: Atlas, 2001.

BRAGA, L.; MARINHO, L. B.; RAMOS, D. G. *Gestão de pessoas: o capital humano nas organizações*. São Paulo: Érica, 2014.

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. Regulamenta o estágio de estudantes. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 26 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm. Acesso em: 5 maio 2025.

COLIN, Michel. *Gestão ambiental: princípios e práticas sustentáveis*. São Paulo: Atlas, 2004. p. 103.

DIAS, Marcos Antônio. *Administração ambiental: princípios e técnicas*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DIAS, Marcos Antônio. *Gestão ambiental: elementos para uma política empresarial sustentável*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Direito do trabalho*. 12. ed. rev. atual. São Paulo: Atlas, 2012. p. 212.

FRIEDMAN, Thomas L. *O mundo é plano: uma breve história do século XXI*. 4. ed. São Paulo: Farrar, Straus and Giroux, 2014.

GRAMIGNA, Maria Rita. *Modelo de competências e gestão de talentos*. São Paulo: Pearson Mackron Books, 2002.

GRÖNROOS, Christian. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. p. 122-125.

GRÖNROOS, Christian. Serviço: gerenciamento e marketing. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

HARIHARAN, K.; SHANMUGAM PRIYA, R. Interpersonal skills and their importance in the corporate world. *International Journal of Management and Business Studies*, v. 2, n. 3, p. 45-49, 2010.

HEIZER, Jay; RENDER, Barry. Administração de operações: sustentabilidade e cadeia de suprimentos. 12. ed. São Paulo: Pearson Education, 2017. p. 456.

IGLESIAS, Olga; SINGH, Jagdip; BAPTISTA, Ricardo. O papel do amor à marca nas relações consumidor-marca. *Journal of Business Research*, v. 96, p. 339-354, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.024>. Acesso em: 7 maio 2025.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Administração de marketing. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUTNER, Philip; CRIPPS, Simon. CRM: gerenciamento de relacionamento com clientes. São Paulo: Bookman, 1997.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing de serviços. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2012. p. 33.

LIMA, Tiago Cristiano de et al. Estágio curricular supervisionado: análise da experiência discente. *Revista Brasileira de Enfermagem*, v. 67, n. 1, p. 101-118, jan./fev. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/hfvm5RmnJQhW6DttQfzndqp/>. Acesso em: 28 abr. 2025.

LOBOS, Júlio. Encantando o cliente: externo e interno. São Paulo: J. Lobos, 1993.

MARTINS, Petrônio G. Administração de materiais: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Petrônio G.; ALT, José Carlos. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MINTZBERG, Henry. O trabalho do gerente: os papéis do administrador revistos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MORAES, Maria de Fátima. Gestão ambiental e desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

NOVAES, Antônio Carlos. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, planejamento e operações. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PASCOAL, Janaína Araújo. Gestão estratégica de recursos materiais: controle de estoque e armazenagem. 2008. 61 f. Monografia (Graduação em Administração) – Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ, João Pessoa, 2008.

PAYNE, Adrian; FROW, Pennie. Gestão do relacionamento com clientes: estratégia e implementação. São Paulo: Atlas, 2005.

PIMENTA, Selma Garrido. O estágio na formação de professores: unidade teoria e prática. São Paulo: Cortez, 2012. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/002275875>. Acesso em: 27 abr. 2025.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. A economia da experiência: o trabalho é teatro e toda empresa um palco. São Paulo: Bookman, 1999.

POZO, Hércules. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

REGO, Cláudio da Cunha. Estágio supervisionado: formação e prática profissional. São Paulo: Cortez, 2003.

REICHMANN, Maria Helena. Estágio supervisionado: a relação teoria e prática reflexiva na formação de professores do curso de Licenciatura em Pedagogia. Revista Brasileira de Educação, v. 20, n. 61, p. 101-118, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbeped/a/hX97HhvkMZnDnkxLyJtVXzr/>. Acesso em: 28 abr. 2025.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. Tradução técnica: Reynaldo Marcondes. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROBINSON, James. Comunicação organizacional: fundamentos e práticas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018. p. 92.

SINA, S.; KIM, J. A influência da satisfação do cliente na fidelidade do cliente: evidências da indústria hoteleira. Tourism Management Perspectives, v. 29, p. 136-143, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.12.004>. Acesso em: 6 maio 2025.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; HARLAND, Christian. Administração da produção. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997. p. 42.

STONE, Mark; WOODCOCK, Neil. CRM: estratégia e táticas para a era digital. São Paulo: Pearson Education, 2001.

SWIFT, Ronald S. Acelerar relacionamentos com clientes: utilizando CRM e tecnologias de relacionamento. Upper Saddle River: Prentice Hall PTR, 2001. p. 39.

TUKKER, Arnold; TISCHNER, Ursula. Novos negócios para a velha Europa: desenvolvimento de produto-serviço, competitividade e sustentabilidade. Londres: Greenleaf Publishing, 2017.

VIANA, José Carlos de Melo. Gestão de estoques: planejamento e controle. São Paulo: Atlas, 2002. p. 42.

WANG, Y. Satisfação do cliente, qualidade e valor: um modelo integrativo. *Journal of Services Marketing*, v. 25, n. 1, p. 11-20, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/08876041111104912>. Acesso em: 5 maio 2025.

WANTEL TECNOLOGIA LTDA. Site institucional. Disponível em: <http://wanel.com.br>. Acesso em: 25 abr. 2025.