



---

## A IMPORTÂNCIA DA ÁREA DE VENDAS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA MR DE SOUZA COMÉRCIO DE MADEIRA E TRANSPORTE – ME

Janaina de Oliveira Brasileiro<sup>1</sup> ([jana\\_inabrazil195@outlook.com](mailto:jana_inabrazil195@outlook.com))

Mayara Abadia Delfino dos Anjos e Borges<sup>2</sup>

### RESUMO:

**Introdução:** Este artigo apresenta um estudo de caso, realizado na empresa MR de Souza Comércio de Madeira e Transporte, de Estrela do Sul – MG, sobre a importância da área de vendas nas empresas, no período de estágio supervisionado. Na introdução é relatado o conceito de Administração de Vendas, visto que é o planejamento, direção e controle de venda pessoal, incluindo recrutamento, seleção, treinamento, delegação, determinação de rotas, supervisão, pagamento e motivação, à medida que estas tarefas se aplicam às forças de vendas. **Objetivo:** tem como objetivo avaliar se a área de vendas está sendo executada de maneira adequada e identificar o que pode ser melhorado. Para melhor falar das características da empresa, será aplicado o método da matriz SWOT, também conhecida como FOFA, onde será obtido dados do ambiente interno sobre suas forças e fraquezas, e do ambiente externo sobre suas oportunidades e ameaças. **Metodologia:** A metodologia desse trabalho seria o estudo empírico, baseado nos fatos que foram observados durante o período de estágio na MR de Souza. Uma análise de caráter descritivo, expondo as características da área de vendas da empresa. Realizado sob a estratégia de estudo de caso, buscando indicar um plano de ação com intuito de melhoria para a organização. Utilizando pesquisa bibliográfica, reunindo os dados e informações que auxiliarão na base para a composição do estudo de acordo com o tema. **Resultados:** Foi obtido como resultados, que a área de vendas da empresa MR de Souza não está sendo executada de maneira correta, portanto não tem nenhum regulamento estabelecido sobre as vendas. **Considerações finais:** Diante disso, chega-se à conclusão que a solução mais viável seria criar um plano de vendas a fim de melhorar

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério - FUCAMP.

<sup>2</sup> Orientadora – Profa. Ma. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



---

as vendas da empresa, apresentando objetivos com suas vantagens e desvantagens. Com a aplicação desse plano de vendas, ocorrerá um aumento nas vendas e consequentemente alavancará a lucratividade da empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Vendas. Planejamento. Lucratividade.