

A REALIDADE CONCRETA E A VIVÊNCIA EXPERIENCIADA EM UMA EMPRESA RECÉM CRIADA

Leonardo de Alencar Gurgel, Francisco Isidro Pereira

INTRODUÇÃO. A organização foi criada em 2020, em São Paulo com o objetivo de operar em todo o território brasileiro, com a venda de insumos hospitalares e, principalmente, com o foco na importação e comercialização de testes rápidos para COVID-19, esses fabricados na Coreia do Sul. Os setores em que o estágio está em desenvolvimento abrangem o marketing e comercial.

PERGUNTA ORIENTADORA. Quão desafiante é encarar uma atividade cuja organização recém criada quase nada se tinha de experiência?

PINCELADAS TEÓRICAS. Conforme Murari e Helal (2009), o estágio, em Administração, é um mecanismo que permite a formação de competências profissionais, e contribui de maneira significativa para a inserção do aluno no mercado de trabalho.

EXPERIÊNCIA VIVENCIADA. Por certo, um dos principais desafios encontrados na execução das atividades foi o de se estar trabalhando com uma nova marca que por não ter sido submetida às ações de marketing do produto no ano de sua introdução no mercado (2020), se constatou dificuldades em conseguir desenvolver a confiança no produto em novos clientes. As atitudes dos gestores e os cursos elaborados provocaram uma espécie de alavanca na inserção do produto junto a demanda fazendo-a compartilhar um momento de interação com o produto em si.

A GUIA DE CONCLUSÃO. O registro prático-profissional galgado até o presente comprova quanto de desafios a realidade impõe. Aparentemente parece distante da academia, mas a dinâmica do raciocínio obtido acelera possíveis soluções quando os entraves do trabalho se manifestam no cenário inserido.

Palavras-chave: Estágio. Realidade concreta. Experiência inicial.