



**IPG** Politécnico  
|da|Guarda  
Polytechnic  
of Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Pedro Miguel Pina Martins da Costa

dezembro| 2014





**Escola Superior de Tecnologia e Gestão**

Instituto Politécnico da Guarda

---

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

PEDRO MIGUEL PINA MARTINS DA COSTA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

Dezembro de 2014

## Ficha de Identificação

### Professor Orientador:

- Professor Francisco José Sanches Tomé

### Identificação do Estagiário:

- Nome: Pedro Miguel Pina Martins da Costa
- Número de aluno: 1011199
- Telefone: 00351 962 016 828
- E-mail: ppmartinscosta@gmail.com

### Identificação da Empresa:

- Grupo Sr. Brinquedo Importação e Comércio de Brinquedos Lda
- Sede e Armazém: Plataforma Logística da Guarda Lote 77 6300-885 Guarda  
PORTUGAL
- Telefone: 00351 271 215 240
- E-mail: info@srbrinquedo.pt
- Supervisor na Instituição: Dr. Nuno Henriques

Início do estágio: 15 de setembro de 2014

Fim do estágio: 28 de novembro de 2014

Duração: 400 horas

## Plano de Estágio

Aquando da realização da convenção de estágio foram definidas as seguintes atividades:

- Análise crítica dos sites da empresa;
- Gestão das redes sociais;
- Plano de comunicação para redes sociais;
- Contato com empresas para acompanhamento mensal;
- Levantamento de dados de empresas para futuro contato.

## Resumo

Após a conclusão da parte teórica do curso de Marketing é importante adquirir experiência prática, de modo a consolidar e aplicar os conhecimentos adquiridos. Assim, o aluno é sujeito a um estágio curricular obrigatório de 400 horas numa Empresa à sua escolha.

Este relatório tem então como objetivo relatar os conhecimentos adquiridos ao longo do estágio bem como resumir todas as atividades realizadas ao longo do mesmo estando assim dividido em dois capítulos. O primeiro capítulo é dedicado à apresentação da empresa. Neste são apresentadas informações sobre as empresas do Grupo Sr. Brinquedo, facultando indicações mais alongadas sobre a empresa Sr. Brinquedo onde são referidas informações relativas à sua história, missão, visão, organograma, entre outras. No segundo capítulo são retratadas as atividades desenvolvidas durante o estágio, sendo que algumas foram sugeridas pela empresa e outras por mim.

Na conclusão é efetuada uma ponderação sobre o estágio e todos os meios adquiridos na licenciatura que me permitiram realiza-lo.

Palavras-chave: Marketing, Distribuição, Brinquedos, Jogos, Puericultura.

JEL Classification: Marketing (M31); Comunicação (M39); Informática (O3).

## Agradecimentos

Após a conclusão do estágio, não posso deixar de agradecer ao Dr. Nuno Henriques, não só por me ter acolhido na sua empresa mas também pela confiança que depositou na minha pessoa, pelo facto de me ter dado liberdade para exprimir as minhas ideias e de as ter em consideração e acima de tudo pelas várias lições transmitidas ao longo do estágio.

Quero agradecer também a todos os colaboradores da Sr. Brinquedo pela forma agradável como me acolheram, pela paciência que demonstraram e ainda pelo apoio que me facultaram.

Um muito obrigado ao Professor Francisco Tomé pela prontidão com que aceitou ser meu orientador, pelo acompanhamento não só na realização deste relatório mas também durante o estágio e durante o processo de escolha de uma instituição.

A todos o meu Muito Obrigado,

Pedro Miguel Pina Martins da Costa

# Índice

Ficha de Identificação.....	i
Plano de Estágio .....	ii
Resumo .....	iii
Agradecimentos .....	iv
Índice.....	v
Índice de Figuras .....	vi

## Capítulo I - Apresentação da Empresa

1.1. Apresentação do Sr. Brinquedo Group.....	2
1.2. Sr. Brinquedo.....	5
1.3. Visão e missão da Sr. Brinquedo.....	6
1.4. Organograma .....	7

## Capítulo II - Apresentação das atividades desenvolvidas .....

2.1. Atividades desenvolvidas .....	10
2.2. Análise crítica dos sites das empresas do Grupo.....	11
2.3. Plano de comunicação para as redes sociais.....	12
2.3.1. Objetivos.....	13
2.3.2. Público-alvo.....	13
2.3.3. Estratégias.....	14
2.4. Acompanhamento mensal dos postos de abastecimento Galp .....	16
2.5. Levantamento de dados para futuras oportunidades de negócio .....	16
2.6. Levantamento de distribuidores de GIFTS em Portugal .....	16
2.7. Levantamento de lojas Lego Wear em Portugal.....	16
2.8. Selecção de referências e imagens para campanha de Halloween .....	17
2.9. Selecção de referências para construção de catálogo .....	18
2.10. Pesquisa e selecção de imagens para catálogos.....	18
2.11. Correções de catálogos .....	18
2.12. Contato com possíveis futuros clientes .....	18
2.13. Criação de uma loja online no Facebook para a Wisegames .....	20

2.14. Criação de separadores para newsletter e catálogos no Facebook da Sr. Brinquedo e GestBrink.....	21
Conclusão .....	22
Bibliografia.....	23
Anexos.....	24

## Índice de Figuras

Figura 1 Organograma Sr. Brinquedo Group .....	2
Figura 2 Marcas comercializadas pelo Sr. Brinquedo Group.....	2
Figura 3 Logotipo GestBrink.....	3
Figura 4 Logotipo Brink.....	3
Figura 5 Logotipo Yupitime .....	4
Figura 6 Logotipo Wisegames.....	4
Figura 7 Marcas comercializadas pela empresa Sr. Brinquedo.....	5
Figura 8 Organograma Sr. Brinquedo .....	7
Figura 9 Campanha de Halloween.....	17
Figura 10 Loja Online .....	20
Figura 11 Newsletter e Catálogos Online.....	21



## Capítulo I

### Apresentação da Empresa

## 1.1. Apresentação do Sr. Brinquedo Group

Constituído em 2004 por cinco amigos que partilhavam a mesma visão e objetivos, o SR.BRINQUEDO Group reúne três empresas especializadas na distribuição de brinquedos em toda a Península Ibérica, uma empresa destinada à venda online de brinquedos e puericultura e uma Editora de Jogos.

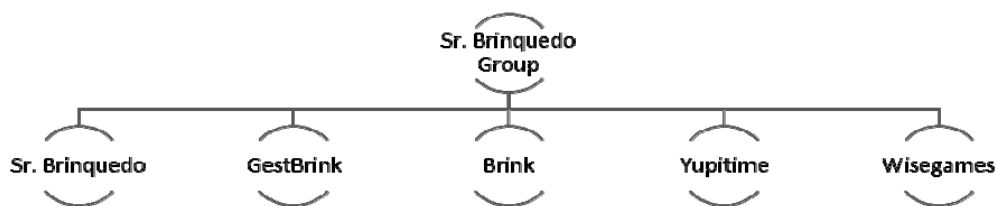


Figura 1 Organograma Sr. Brinquedo Group / Fonte: Elaboração Própria

As três empresas de distribuição: Sr. Brinquedo, GestBrink e a Brink contam com um vasto portfólio de marcas que comercializam, as quais estão representadas na figura seguinte.



Figura 2 Marcas comercializadas pelo Sr. Brinquedo Group / Fonte: Apresentação Corporativa

O estágio foi efetuado na empresa Sr. Brinquedo mas tendo em conta que foram realizadas atividades para a maioria das empresas do Grupo segue uma breve apresentação sobre as mesmas.

## GestBrink

Fundada em 2012, a GestBrink é uma distribuidora multimarca de Brinquedos e Puericultura. Com sede e armazém na cidade da Guarda a sua área de atuação centra-se em Portugal.

As marcas a que a GestBrink está associada são: Mattel, Hasbro, Lego, Playmobil, Wild Republic, Famosa, Nikko, Hanky Pranky, Science4you, Faro, Fashion Agents, Fisher-Price, Play-Doh, Mesaboardgames, Origen e Gunther.



*Figura 3 Logotipo GestBrink / Fonte: [www.gestbrink.pt](http://www.gestbrink.pt)*

## Brink

Com escritórios em Barcelona, a Brink é uma empresa de distribuição e comércio de Brinquedos que opera em Espanha. Distribui marcas como: Corolle, Fehn, Rollytoys, Lego, Mattel, Wisegames, Fisher-Price, Orange e Chillafish.



*Figura 4 Logotipo Brink / Fonte: [www.brink.com](http://www.brink.com)*

## Yupitime

A Yupitime, localizada em Lisboa, tem duas vertentes ativas:

- O comércio de brinquedos, puericultura e pré-mamã;
- O segmento corporate que fornece brinquedos para as festas de Natal de várias empresas do País.



*Figura 5 Logotipo Yupitime / Fonte: [www.yupitime.com](http://www.yupitime.com)*

## Wisegames

A Wisegames é uma empresa orientada para a criação e edição de jogos de tabuleiro. Conta já com a criação do jogo Trench que é distribuído exclusivamente, em Portugal pela Sr. Brinquedo, e em Espanha pela Brink.



*Figura 6 Logotipo Wisegames / Fonte: [www.wisegames.com](http://www.wisegames.com)*

## 1.2. Sr. Brinquedo

A Sr. Brinquedo é uma empresa especializada na distribuição exclusiva de marcas de Brinquedos e Puericultura em Portugal

Foi a primeira empresa do Grupo, fundada em 2004 e, durante os primeiros dois anos de existência, operou através de um armazém localizado em Sintra.

Devido ao grande crescimento da empresa e à ambição de alargar a área de operações para Espanha, a estratégia foi repensada e posteriormente a empresa é transferida para a cidade da Guarda.

Em 2012, e devido ao contínuo crescimento da empresa, são construídas as atuais instalações da Sr. Brinquedo que incorporam a Sede do Grupo e o armazém localizadas na Plataforma Logística da Cidade da Guarda.

A Sr. Brinquedo define três pilares como fundamentais na sua atividade:

- Cliente;
- Produto;
- Serviço.

Como referido anteriormente a Sr. Brinquedo trabalha em regime de exclusividade com as marcas que comercializa em Portugal que são: Schleich, Siku, Bruder, Ravensburger, Corolle, Rolly Toys, Plan Toys, Vallejo, Babyfehn, Lego, Wow, Wild Republic, Kidzzcast, Difrax, Wisegames, Playskool, Allerhand e Fisher-Price.



Figura 7 Marcas comercializadas pela empresa Sr. Brinquedo / Fonte: Apresentação Corporativa

A Sr. Brinquedo é considerada PME LIDER desde 2011 vindo dessa forma reconhecida a sua qualidade enquanto empresa distribuidora. De realçar na estratégia da empresa a presença anual em feiras nacionais no Porto e em Lisboa.

### 1.3. A Visão e Missão da Sr. Brinquedo

#### Visão

A visão de uma empresa pode ser percebida como a direção desejada, o caminho que se pretende percorrer, uma proposta do que a empresa deseja ser a médio e longo prazo e, ainda, de como ela espera ser vista por todos.

A Sr. Brinquedo define como a sua visão:

“Ser líder na área da distribuição de brinquedos através da seleção e distribuição exclusiva de marcas de excelência, da elevada qualidade de serviço e do enfoque total no cliente.”

*Fonte: [www.srbrinquedo.pt](http://www.srbrinquedo.pt) / Consultado em dezembro de 2014*

#### Missão

A missão é tida como o detalhamento da razão de ser da empresa, ou seja, é o porquê da empresa. Na missão, tem-se acentuado o que a empresa produz, sua previsão de conquistas futuras e como espera ser reconhecida pelos clientes.

“A missão da Sr. Brinquedo consiste em proporcionar aos pais, os meios necessários para o desenvolvimento de experiências únicas com os seus filhos, ajudando-os a crescer e a aprender de forma divertida.”

*Fonte: [www.srbrinquedo.pt](http://www.srbrinquedo.pt) / Consultado em dezembro de 2014*

## 1.4. Organograma

O organograma é uma representação gráfica da estrutura formal de uma organização, seja esta uma empresa, um grupo de pessoas ou uma estrutura hierárquica.

### Organograma Sr. Brinquedo



Figura 8 Organograma Sr. Brinquedo / Fonte: Apresentação Corporativa

A direção da Sr. Brinquedo está a cargo do Dr. Nuno Henriques.

O Departamento Comercial integra a área de Marketing e Vendas. Na área de Marketing, as funções passam pela delineação de todas as estratégias relativas à atuação da empresa, gestão das relações com fornecedores e clientes bem como a criação de material de apoio a vendas. A área das vendas engloba não só a equipa de vendedores distribuída por toda a área de atuação da Sr. Brinquedo mas também a área de coordenação de vendas.

O Departamento Operacional é composto pelo Escritório, Armazém e Recursos Humanos. No Escritório as atividades efetuadas passam pelo acompanhamento a vendedores e clientes e faturação e outras atividades relacionadas com o Departamento financeiro. No Armazém, as atividades englobam o envio e receção de encomendas bem como a seleção e produtos e a preparação de encomendas. Os Recursos Humanos tratam da seleção e gerenciamento de pessoal conduzindo os mesmos na direção dos objetivos e metas da empresa.

O Departamento de Aprovisionamento e compras integra o Fornecimento de Mercadorias, que trata das compras e gestão de mercadorias, e o Aprovisionamento diverso, que gere o transporte nacional e internacional de mercadorias.

No Departamento de Desenvolvimento de novas áreas de negócio são geridas questões como marcas nacionais e a marca Wisegames.



## Capítulo II

### Apresentação das atividades desenvolvidas

## 2.1. Atividades desenvolvidas

Como referido anteriormente, durante o estágio curricular, realizei várias atividades não apenas para a Sr. Brinquedo, como também para as restantes empresas do Grupo. Para além das tarefas que me foram atribuídas, contempladas no Plano de Estágio, aquando da realização do plano de comunicação, fiz várias sugestões de alterações e introdução de conteúdos que acabei por realizar no decorrer do estágio. Propus alterações nas páginas de Facebook e sites da empresa, o lançamento da loja online da Wisegames e criação de separadores para catálogos no Facebook.

Em suma, as atividades realizadas foram as seguintes.

- Análise crítica dos sites das empresas do Grupo (Sr. Brinquedo, GestBrink e Yupitime);
- Plano de comunicação para as redes sociais;
- Acompanhamento mensal dos postos de abastecimento Galp;
- Levantamento de empresas e associações relacionadas com a equitação;
- Levantamento de distribuidores de GIFTS em Portugal;
- Levantamento de lojas Lego Wear em Portugal;
- Seleção de referências e imagens para a campanha de Halloween;
- Seleção de referências para construção de catálogos;
- Pesquisa e seleção de imagens para catálogos;
- Correção de catálogos;
- Primeiro contato com possíveis futuros clientes;
- Criação de uma loja online no Facebook para a Wisegames;
- Criação de separadores para newsletter e catálogos no Facebook da Sr. Brinquedo e GestBrink;
- Seleção de referências e colocação das mesmas no Showroom da Sr. Brinquedo.

## 2.2. Análise crítica dos sites das empresas do Grupo (Sr. Brinquedo, GestBrink e Yupitime)

### Empresa GestBrink e Sr. Brinquedo

O objetivo destes sites é funcionar como um cartão de visita das empresas, que visa estabelecer uma ponte entre estas e os clientes e possíveis clientes das mesmas. Como tal, devem estar bem claras todas as informações relativas às empresas que podem ser consideradas relevantes para o cliente, sendo estas: contatos, localização, missão objetivos e valores, descrição dos serviços que disponibiliza bem como as marcas que comercializa.

Sugestões apresentadas:

- Dar mais ênfase à descrição dos serviços bem como aos fatores que a distinguem dos concorrentes;
- Reforçar a missão, objetivos e valores;
- Criar um separador unicamente para contatos.

### Empresa Yupitime

Sugestões apresentadas:

- Dar mais ênfase aos serviços corporativos;
- Conferir maior visibilidade ao separador das promoções;
- O separador “pesquisar” deve ser otimizado;
- Organizar os produtos no site de uma forma mais intuitiva;
- Os produtos devem estar todos presentes no catálogo temático;
- Os produtos em promoção devem apresentar o preço antigo ou a percentagem de desconto a que estão sujeitos;
- O separador “apoio ao cliente” deve conter os contatos e deve ser criado um separador “ajuda” onde esteja o que consta no “apoio ao cliente” atualmente;
- A informação em “sobre nós” deve ser sintetizada.

## 2.3. Plano de Comunicação para as redes sociais

De acordo com Paço, A. (2009) um Plano de Comunicação é um documento que estabelece a forma que deverá assumir a comunicação organizacional, devendo portanto incluir os seguintes elementos:

- **Objetivo:** qual o objetivo, ou objetivos, que se pretende atingir com a comunicação;
- **Mensagem:** qual a mensagem (e respetivo conteúdo) que se pretende fazer passar de forma a atingir os objetivos pretendidos;
- **Destinatários:** a quem se pretende chegar com a mensagem;
- **Abordagem:** quem deve ser o emissor da mensagem, quais deverão ser os suportes e canais de comunicação para transmitir eficazmente a mensagem e qual deverá ser o momento para a sua transmissão;
- **Avaliação:** de que forma será avaliada a eficácia da mensagem e a sua adequada recepção pelo público definido como destinatário.

O objetivo desta atividade não passou pela elaboração de um plano de comunicação global da empresa, mas sim pela execução de um plano específico que orientasse todo o comportamento da empresa nas redes sociais. Assim foi criado o seguinte documento onde constam os objetivos, o público-alvo e as estratégias a implementar.

### 2.3.1. Objetivos

#### Empresas Sr. Brinquedo/ GestBrink

- Captar possíveis clientes para ambas as empresas;
- Dar visibilidade à marca e aos produtos que comercializa;
- Munir clientes atuais e potenciais de todas as informações relativas às empresas (marcas que comercializa bem como todos os catálogos das mesmas; informações sobre contatos e localização da empresa).
- Estabelecer uma ponte entre a empresa e atuais e potenciais clientes (pode funcionar como um canal de apoio ao cliente assim como uma forma de manter os clientes informados acerca de todas as novidades da empresa).

#### Empresa Yupitime

- Promover serviços corporativos.
- Funcionar como um canal de apoio ao cliente;
- Dar visibilidade ao site de forma a atrair novos clientes;
- Manter atuais e possíveis clientes informados de todas as novidades da empresa.

### 2.3.2. Público-alvo

#### Empresas Sr. Brinquedo/ GestBrink:

- Todas as empresas que comercializam brinquedos em Portugal.

#### Empresa Yupitime:

- Indivíduos de ambos os sexos; com idades compreendidas entre os 18 e os 70, na sua maioria portugueses. Estão divididos pelos vários quadrantes de classes sociais, educação e profissão considerados em Portugal. Estes são, na sua maioria, os financiadores e tomadores de decisão. Já os influenciadores/impulsionadores são crianças, de ambos os sexos, com idades compreendidas entre os 0 e os 18 e, na sua maioria, residentes em Portugal.

### 2.3.3. Estratégias

#### Estratégia para a Empresa Yupitime:

- Fazer entre dois a três *posts* por dia;
- *Postar* nos intervalos de tempo que geram mais engajamento, que são: 8-9h 12-15h 17-19h sendo que o melhor intervalo é entre as 12-15h;
- Tipos de posts que geram mais engajamento:
  - Perguntas + 100%
  - Vídeos + 100%
  - Fotografias + 120%
  - Álbuns + 180%
- Não ultrapassar os 100 caracteres em *posts*
- Fazer uma boa construção de conteúdo utilizando dicas, curiosidades, vídeos, texto ou fotos didáticas;
- Celebrar datas comemorativas;
- Construir *posts* com humor;
- Fazer perguntas que não tenham uma resposta direta e que não se foquem apenas na empresa;
- Promover Jogos e concursos que premeiem os fãs da página com promoções;
- Pedir *reviews*;
- Usar *Emoticons* na construção dos *posts*;
- Escrever um texto ou mensagem em cada partilha, imprimindo um cunho pessoal;
- Não impingir ou vender algo em todos os posts;
- Dialogar com os fãs;
- Definir o tom da comunicação;
- Destacar as duas atividades da empresa;
- Todos os *posts* relacionados com produtos ou marcas da loja devem ter um link direto para o artigo ou marca na loja;
- Fazer uma seleção cuidada dos artigos postados pois estes devem atrair clientes para a loja;

- Divulgar promoções da loja;
- Fazer uma gestão cuidada dos álbuns. Estes devem estar organizados por marcas e conter poucas fotos de cada produto.

### Estratégias para as Empresas Sr. Brinquedo/ GestBrink

- Descrever as funções da empresa;
- Definir missão, valores e objetivos;
- Divulgar contatos e localização;
- Criar hiperligação com o site;
- Referir as marcas com que trabalha e os serviços que presta;
- Disponibilizar catálogos no facebook.

A comunicação é orientada para empresas, podendo assim estar mais focada nas vendas, mostrando frequentemente os produtos disponíveis e as novidades, podem ser divulgadas fotos de expositores, deve-se tentar, através de um cronograma semanal e respeitando o número de posts acima descrito, focar todas as marcas na mesma semana dando prioridade às marcas que mais convêm.

## 2.4. Acompanhamento mensal dos postos de abastecimento Galp

Como forma de potenciar as vendas nos postos de conveniência da Galp propuseram-me contactar todos os postos de abastecimento em Portugal. Esta atividade foi realizada mensalmente (para todos os três meses do estágio) com o objetivo perceber o volume de vendas e a quantidade de stock existente.

## 2.5. Levantamento de dados para futuras oportunidades de negócio

Com o objetivo de angariar novos clientes para duas das marcas comercializadas pela Sr. Brinquedo, BRUDER e SCHLEICH, foi-me pedido que fizesse um levantamento de todos os Centro Hípicos, Coudelarias e empresas relacionadas existentes em Portugal.

Partes das tabelas de levantamento de dados que construí em: Anexo I, II, III, IV

## 2.6. Levantamento de distribuidores de GIFTS em Portugal

A Empresa Sr. Brinquedo trabalha exclusivamente com a marca Origen no mercado nacional, uma marca de Gifts masculinos que não se enquadra no *core business* da empresa. Assim, e com o objetivo de escoar todos os produtos, construí uma base de dados de potenciais clientes onde constam vários distribuidores deste tipo de produtos em Portugal.

## 2.7. Levantamento de lojas Lego Wear em Portugal

Esta atividade teve como objetivo escoar o stock de mini figuras da Lego criando uma parceria com todas as Lojas Lego Wear em Portugal. No entanto, após algum tempo de pesquisa percebi que grande parte das lojas Lego Wear fecharam, restando apenas quatro. Assim a pesquisa foi alargada para todas as lojas que comercializam brinquedos Lego em Portugal.



## 2.8. Seleção de referências e imagens para campanha de Halloween

Recorrendo a bases de dados de referências e a todos os catálogos disponíveis na empresa, esta atividade consistiu na seleção de referências de brinquedos alusivos ao Halloween e posteriormente na pesquisa de imagens na internet dos brinquedos selecionados com o objetivo de construir um cartaz para ser divulgado nas redes sociais.



Figura 9 Campanha de Halloween / Fonte: elaboração da designer da empresa Sr. Brinquedo

## 2.9. Seleção de referências para construção de catálogo

Na sequência do pedido do levantamento de empresas relacionadas com o mundo dos cavalos e com vista a preparar uma apresentação para possíveis clientes, foi-me pedido para selecionar as referências de brinquedos alusivos ao mundo dos cavalos das marcas Schleich e Bruder.

Desta seleção resultou a tabela de referências (Anexo V).

## 2.10. Pesquisa e seleção de imagens para catálogos

Com o objetivo de dar destaque aos produtos descontinuados pelas marcas que os comercializam e tomada a decisão de efetuar catálogos com esses mesmos produtos foi-me pedido para pesquisar e selecionar imagens na internet para figurarem nos catálogos das várias marcas como: Mattel, Famosa, Hasbro e Wildrepublic.

Efetuei também a pesquisa de todas as imagens presentes no catálogo alusivo ao mundo dos cavalos.

## 2.11. Correções de catálogos

Esta atividade consistiu em corrigir todos os catálogos efetuados pela *designer* da empresa, verificar se as referências coincidiam com os nomes e figuras presentes nos catálogos. Esta atividade foi efetuada em catálogos como: Corolle, Mattel, Famosa, Hasbro e Mundo dos Cavalos.

## 2.12. Contacto com possíveis futuros clientes

No seguimento das atividades realizadas por mim anteriormente, que consistiram no levantamento de dados sobre empresas e na criação de material de apoio para propostas comerciais, efetuei o primeiro contacto entre a Sr. Brinquedo e empresas de vários âmbitos.

### Empresas ligadas à equitação:

Este contacto consistiu num primeiro telefonema para as empresas com o intuito de avaliar o interesse das mesmas em comercializar os produtos em questão e seguidamente no envio de um e-mail construído por mim onde constavam não só informações sobre a Sr. Brinquedo como também das marcas incluídas no catálogo e, em anexo, seguiu o Catálogo e a tabela de preços dos produtos.

### Lojas Lego e Lego Wear:

Este contacto envolveu apenas uma chamada telefónica para as lojas selecionadas visto que as mesmas já conheciam o produto em questão e, como pude verificar, grande parte delas já o comercializavam.

### Distribuidoras de GIFTS:

Tal como nos anteriores telefonemas, estes também envolveram um primeiro contacto com vista a perceber qual a viabilidade de se estabelecer uma relação comercial com as empresas selecionadas e posteriormente foi enviado um e-mail também elaborado por mim com informações sobre a Sr. Brinquedo e a marca Origen bem como um panfleto cedido pela marca com todos os produtos disponíveis e uma tabela de preços.

Aquando da realização dos contatos, uma das distribuidoras, devido à sua forma de trabalhar, mostrou interesse na marca, mas referiu que só poderia trabalhar com a Sr. Brinquedo se passasse a ser a única distribuidora da marca em Portugal. Assim elaborei um e-mail com uma proposta que garantia exclusividade distribuidora com a condição de a mesma comprar todo o stock que a Sr. Brinquedo detinha, enviando o mesmo panfleto, a tabela de preços e pedindo que fosse feita uma proposta de aquisição.

## 2.13. Criação de uma Loja online no Facebook para a Wisegames

Esta atividade foi uma das sugestões que fiz à empresa aquando da análise crítica.

Tendo em conta que o Jogo Trench (o único produto da empresa Wisegames) tem uma presença relevante nas redes sociais através de fóruns e páginas no facebook, mostrou-se assim, importante que houvesse uma forma de o adquirir através da página da empresa tendo em conta que a mesma não tem instalações físicas e que a distribuição era apenas feita pela Sr. Brinquedo em Portugal e pela Brink em Espanha. Assim, e depois de fazer uma pesquisa sobre as várias aplicações que permitem abrir lojas online no Facebook escolhi, dentro das que não acarretam custos para a empresa, a que apresentava mais funcionalidades disponíveis.

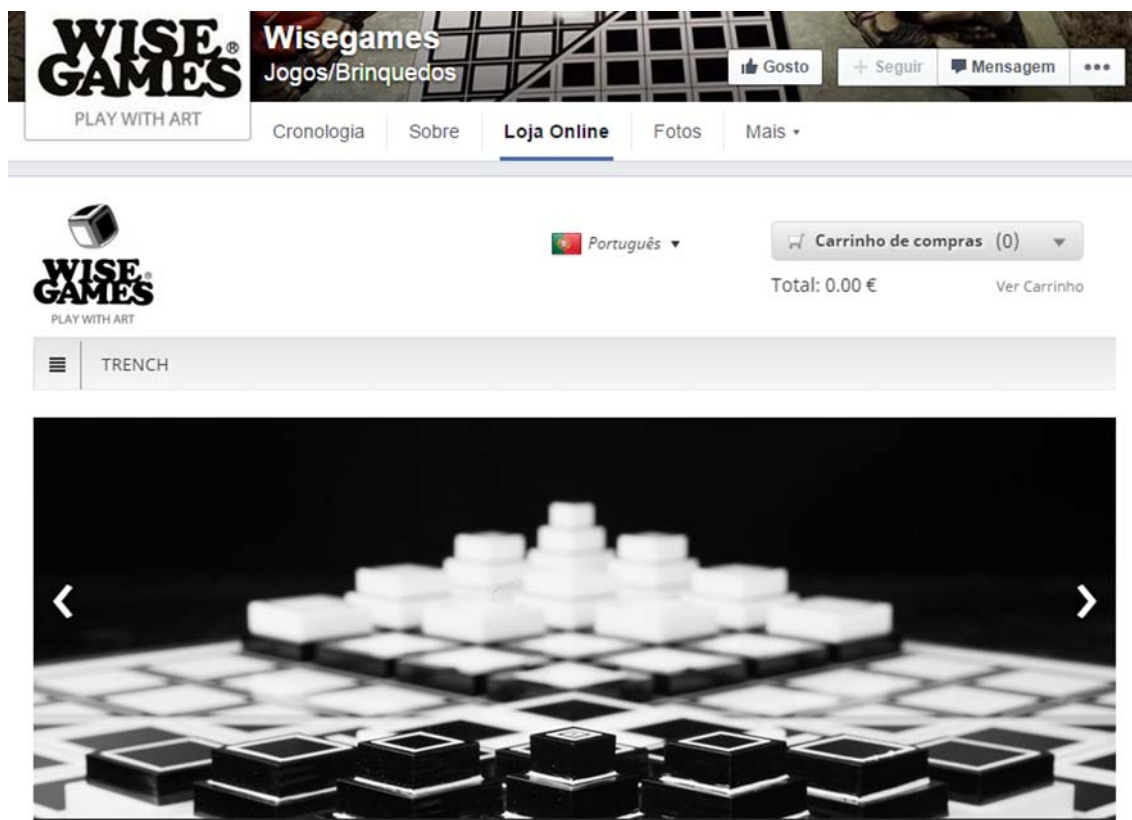


Figura 10 Loja Online Fonte: Página de Facebook Wisegames

## 2.14. Criação de separadores para Newsletter e Catálogos no Facebook da Sr. Brinquedo e GestBrink

Ambas as páginas foram criadas com o intuito de dar visibilidade à empresa estabelecendo assim uma ponte entre os atuais/possíveis clientes e a empresa mantendo os mesmos informados sobre as notícias da empresa e os produtos comercializados. Assim, e como sugerido na análise crítica, elaborei uma pesquisa sobre as aplicações que permitiam criar separadores compatíveis com ficheiros pdf e criei vários separadores para catálogos e um para a newsletter.

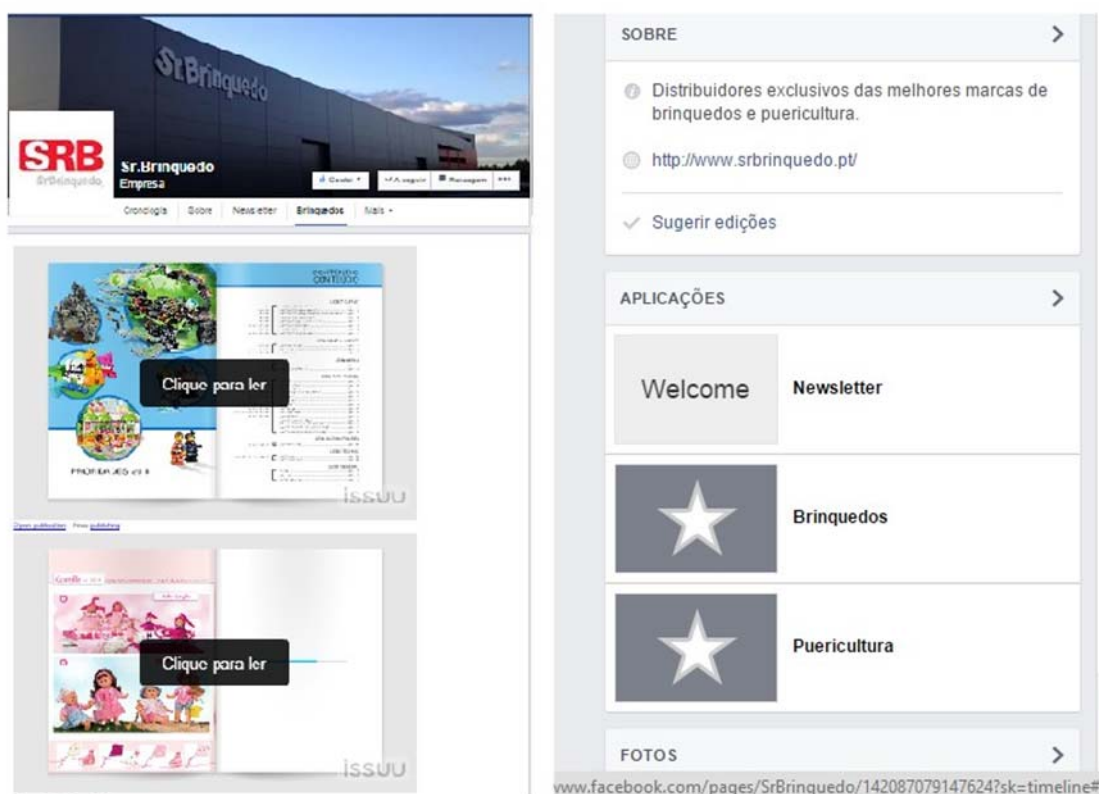


Figura 11 Newsletter e Catálogos Online / Fonte: Página de Facebook Sr. Brinquedo

## Conclusão

O propósito deste estágio passa por garantir aos alunos uma primeira experiência num ambiente profissional, o que faz com que estes entendam o funcionamento de uma empresa, consolidando conhecimentos ou adquirindo novos.

No meu caso, ressalvo as competências adquiridas em ambiente profissional, como o trabalho em equipa (maioritariamente com a designer da empresa) e o protocolo a seguir na comunicação mais formal, indispensável no contato com clientes.

Não posso deixar de referir a extrema importância que as diferentes unidades curriculares a que tive acesso tanto no IPG como na UBI tiveram para a realização deste estágio, salientando a Análise e Gestão Estratégica que aliada a Promoção de Vendas e Publicidade e ainda a e-Marketing me permitiram executar de uma melhor forma o plano de comunicação e me ajudaram a realizar a análise crítica de um modo construtivo.

Durante a realização do plano de comunicação para as redes sociais, fui confrontado com a importância de ferramentas como o Facebook que, hoje em dia, assumem uma grande importância para as empresas. Devido à falta de formação nessa área e tendo em conta que a informação que se encontra online é muitas vezes contraditória considero que esta foi a maior dificuldade que encontrei no desempenho das minhas tarefas.

Sinto que este estágio cumpriu todos os propósitos a que se destina, acabando por ser uma experiência bastante enriquecedora a vários níveis.

## Bibliografia

- Paço, A. (2009), *Manual de suporte da unidade curricular de Promoção de vendas e Publicidade* – Universidade da Beira Interior, Covilhã.

## Websites

- [www.srbrinquedo.pt](http://www.srbrinquedo.pt) [em linha] consultado em dezembro de 2014.
- [www.gestbrink.pt](http://www.gestbrink.pt) [em linha] consultado em dezembro de 2014

## Anexos



## Anexo I

Tabela que resultou de levantamento de dados sobre centros hípicos.

87	Centro Hípico Cavalos Amigo	Coimbra	919414408
88	Centro Hípico Cavalos & Companhia	Largo 1º de Dezembro - Ovar	914566474
89	Centro Hípico Clube Cavalos e Aventura	Quinta de vale d'arca - Benafim - Loulé	289472527
90	Centro Hípico Costa Estoril	Lisboa	214 872 064
91	Centro Hípico D. Dinis	Rua dos Moinhos 173 2710 SINTRA	219242657
92	Centro Hípico d'Ouessas	Casal Mato - Vale d'Ouessas 2735 CACÉM	219120019
93	Centro Hípico da Coutada	Atouguia da Baleia - Peniche	262750250
94	Centro Hípico da Lourinhã	Quinta da Serra - Ventosa 2530 Lourinhã	261461359
95	Centro Hípico da Quinta	Rua da Atalaia Lugar Travanca 4520-814 Santa Maria da Feira	966076739
96	Centro Hípico da Quinta da Foz	Largo do Arraial 2500 457 FOZ DO ARELHO	262979369
97	Centro Hípico da Sobreda	Sobreda	212942444
98	Centro Hípico de Coimbra	Mata do Choupal / Coimbra	239837695
99	Centro Hípico de Coruche	Coruche	243617520
100	Centro Hípico de Elkadai Parque	Estrada Nacional 4 7350 422 ELVAS	268628207
101	Centro Hípico de Espinho	Rua Lagoa 4500 524 PARAMOS	227344958
102	Centro Hípico de Évora	Évora	266701376
103	Centro Hípico de Figueiró Vinhos	Rua Luís Quaresma 21 3260 422 FIGUEIRÓ DOS VINHOS	236552796
104	Centro Hípico de Fontanelas	Fontanelas - Sintra	219282088
105	Centro Hípico de França	Bairro Salvador Nunes Teixeira Lote 5 Parque Natural de Montesinho	273919031
106	Centro Hípico de Gouveia	Hipodromo de Quintela Apartado 146 6290 512 GOUVEIA	238492717
107	Centro Hípico de Joane	Cornide - 4760 Joane Vila Nova Famalicão	252990020
108	Centro Hípico de Lamego	Rua da Amazeda Sé 5100 113 LAMEGO	254613927
109	Centro Hípico de Leirão	Casal das Pedreiras - Leirão - Porto Salvo, 2780 Oeiras	214210017
110	Centro Hípico de Miranda do Corvo	Quinta da Paiva 3220 MIRANDA DO CORVO	239531106
111	Centro Hípico de Stª Barbara	Quinta de Stª Barbara - Constância	919941623
112	Centro Hípico de Vila do Conde	Rua das Minas 55-87 Quinta do Cestêlo 4485 VILA DO CONDE	917526508
113	Centro Hípico de Vilamoura	Qta. da Quarteira - Boliqueime 8100 Loulé	289322675
114	Centro Hípico de Viseu	Rio de Loba / Viseu	232449298
115	Centro Hípico do Bié	Gambelas Caixa Postal 8577 8005 226 FARO	
116	Centro Hípico do Cabanão	Herdade do Pontão - Rio Frio - 2955 - Pinhal Novo	212320762
117	Centro Hípico do Cadoiço	8100 233 LOULÉ	289462492
118	Centro Hípico do Carvalhal	Lugar do Carvalhal - Serzedelo - 4830 Póvoa de Lanhoso	253636490
119	Centro Hípico do Convento de São Domingos	Praça da Republica 18 - Vila Nogueira de Azeitão - 2925-585 Azeitão	212198930
120	Centro Hípico do Hotel Golf Mar	Praia do Porto Novo - Termas do Vimieiro 2560 100 MACEIRA TVD	261984157

## Anexo II

Tabela que resultou do levantamento de dados sobre Coudelarias

1	COUDELARIA	MORADA	TELEFONE
2	Adelino Lourenço Joia	R. Lucio Azevedo, 9-8º Dto 1600 Lisboa	351217271648
3	Afonso António Serra Neves	Casa Sena - Rua Sena nº101 - 4785-598 Trofa	351939827688
4	Agro-Pecuária Comenda da Igreja	Herd. Comenda da Igreja S. Geraldo 7050 M.-Novo	351212073811
5	Agro-Pecuária Quinta da Rainha	Quinta da Rainha - 2350 Torres Novas	351249812511
6	Aida Barreiros Penedo Villas	R. Dr. Joaquim Moura Relvas, 195 3000 Coimbra	351239712731
7	Alda M. Machado Gouveia	R. Dr. Joaquim Tavares Machado, 22 - 7430-027 Crato	351245699128
8	Alexandre Calheiros Ferreira	Quinta da Caridade - Pontével 2050 Cartaxo	351263402275
9	Alfredo Baptista Coelho	Quinta do Barreiro - 2580 Alenquer	351263732775
10	Alter Real	Coutada dos Arneiros - 7440-152 Alter do Chão	351245610060
11	Ana Claudia Ferreira Barbeiro	Herdade Bodial da Rainha - 7040 Arraiolos	35126642380
12	Ana Maria Brito de Moura Lupi	R. 19 de Junho, 43 - 7300-155 Portalegre	351245906128
13	Angelo Ramos do Nascimento	Quinta dos Borralhos - Curalha - 5400 Chaves	351276325564
14	António Castro Van-Zeller P. Palha	Paul da Vala - 2135 Samora Correia	35126362117
15	António Coutinho Lopes da Costa	Lg. Com. Augusto Madureira, 7 - 4º - 1495 Lisboa	351214103704
16	António Eduardo Jacinto Sobral	Rua 4 de Infantaria, 34 - 1º Esq. 1300 Lisboa	351213854537
17	António Ferreira P. Palha	Quinta das Areias - 2600 Vila Franca de Xira	351263271267
18	António Frazão Pedroso	Casal de Payres 2140-356 Ulme	351249770267
19	António J. Godinho de Carvalho	Rua das Flores, 10 Apartado 33 - 2154-909 Golegã	351249976508
20	António Joaquim Flores	Cumeadas - 7540 Santiago do Cacém	351269826708
21	António Joaquim Mendes Dias	Rua das Amoreiras - 7425 Montargil	351242904169
22	António José de Veiga Teixeira	Rua de S. Francisco, 2 - 2100 Coruche	351243617173
23	António Justino Palmeiro Mendes	Rua Proletario, 10 Bairro 1º de Maio - 2830 Barreiro	351212152589

## Anexo III

Tabela que resultou do levantamento de dados sobre lojas hípcas.

1	NOME	MORADA	TELEFONE
2	A Casa dos Arreios	Av. 9 Julho Nº 48C 2665-521 Venda do Pinheiro	968081296
3	Agro Maçanita	Rua Duarte Borges, 70 S. Roque 9504-719 Ponta Delgada - Açores	296383714
4	Arménio Sousa Carvalho	Lugar de Espezes - 4755-331 Milhazes Barcelos	253851678
5	Blackhorse - Artigos de Equitação	Lugar de Gonçalves - Leça da Palmeira 4450 Matosinhos	919901926
6	Boutique do Cavalo	Hipódromo do Campo Grande	217954689
7	Braga Equitação	Rua Cônego Manuel Faria 168/172 Apartado 2675 E. C. Maximinos 4701-908 Braga	253618957
8	Casa Farto	Avenida Egas Moniz, 35 2135 - 232 Samora Correia	263655708
9	Cavalinho	Estrada Nacional Nº10 - Loja A e B - 2135-144 Porto Alto	263651747
10	Clemente Correeiros	Rua dos Chãos, 133 4710-230 Braga	253263164
11	Correaria Américo Freitas	Rua da Calçada, 124 - 5100 Lamego	254615879
12	Correaria Carlos G. Silvério	Rua Casal Centeio, Pombalinho - 2150 Golegã	243459114
13	Correaria Cesteiro	Rua Soeiro Pereira Gomes, 14 - 7400-279 Ponte de Sôr	242204402
14	Correaria Dantas 01	Hipódromo de Ponte de Lima - Calvelo - Ponte de Lima	253841906
15	Correaria Dantas 02	Campo 25 de Abril, Rua Dr. José Júlio Ramos Nº 347 Edifício Domais - Barcelos	253841906
16	Correaria Dantas 03	Loteamento do Sobral - Ponte de Lima	253841906
17	Correaria de Carlos Paiva Teixeira	Rua Largo do Rosário nº 1 9600 Ribeira Grande - Ilha de S. Miguel	296472472
18	Correaria do Oeste	Rua 25 de Abril, 41 -A - 2665-201 Malveira	219862760
19	Correaria Eduardo Ferreira	Terras da Costa Caparica	212912254
20	Correaria Ferreira Montijo	Rua da Barrosa, 13 - 2870 104 Montijo	212300700

## Anexo IV

Tabela que resultou do levantamento de dados sobre locais turísticos relacionados com equitação.

1		Morada	Numero
2	Aguentinha do Campo	Messejana 7600-012 Aljustrel	284655419
3	Barroca d'Alva Turismo Equestre	20890-152 Alcochete	212309160
4	Caminhos do Alentejo	Chaparrinho S. Luis 7555 Cercal do Alentejo	2698397150
5	Casa de Hóspedes Quinta da Fé	Estrada de alçarias, Taipinhas 7960 Vidigueira	284434105
6	Casa de Linteiro	Varzea Pequena 3330 Gois	235778689
7	Centro equestre da leziria Grand	Estrada Nacional 1 2600 Vila Franca de Xira	263275279
8	Herdade do Pessegueiro	Ilha do Pessegueiro- Porto Couvo 7520-421	269905521
9	Herdade da Sanguinheira	Longomel 7400-452 Ponte de Sôr	242283379
10	Ibericus	Sítio do Bom Retiro Portimão- Algarve	282 482 967
11	Lusitanus Turismo Equestre	Pátio Campinos Felício 2150-105	249976932
12	Monte dos Aroeiras	Travessa Paiva Lobato, 8 7460 Fronteira	245604839
13	Monte da Corte Ligeira	Cabeça Gorda 7800-631 Beja	284947216
14	Quinta da Agra	Correlhã 4990-275 Ponte de Lima	258931750
15	Quinta da Adarnela	3405-158 Lagares da Beira	238648076
16	Quinta da California	Vale de Santarém 2000 Santarém	243769326
17	Quinta do Carvalhal	6040-999 gavião	241638888
18	Quinta do Fijó	4970 Arcos de valdevez	258515320
19	Quinta do Vale Calado	Av. D. João III - Edifif 2002- 3ºs 2400-154 Leiria	244836807
20	Quinta d'Azervada		964744851
21	Quinta da Praia das Fontes	Lasrgo do marquês de Soydos 2890-032 Alcochete	212340191

## Anexo V

Tabela de seleção de referências para catálogos.

REFERÊNCIA	DESIGNAÇÃO
10.13276	Potro árabe
10.13292	Potro hafling, deitado
10.13297	Pony shetland
10.13617	Égua knabstrupper
10.13624	Mustang preto empinado
10.13625	Cavalo tinker
10.13651	Pony dartmoor
10.13668	Égua andaluz
10.13671	Potro clydesdale
10.13687	Potro falabella
10.13688	Égua falabella
10.13691	Potro pónei dartmoor
10.13692	Pónei dartmoor
10.13695	Potro pinto
10.13699	Potro haflinger
10.13702	Potro akhal-teke
10.13706	Cavalo treinado
10.13707	Pony garanhão islandês
10.13708	Pony fêmea islandês
10.13709	Pony potro islandês
10.13711	Égua camargue
10.13712	Potro camargue
10.13714	Potro tennessee walker
10.13730	Potro Hanoverian
10.13731	Egua Appaloosa
10.13732	Cavalo Appaloosa
10.13733	Potro Appaloosa
10.13734	Cavalo Shire
10.13735	Egua Shire
10.13736	Potro Shire
10.13738	Potro Lipizzaner
10.13739	Cavalo Fell Pony
10.13740	Egua Fell Pony
10.13741	Potro Fell Pony
10.13749	Egua Frisian