



IPG Politécnico
da Guarda
Escola Superior
de Tecnologia e Gestão

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Curso Técnico Superior Profissional
em Gestão e Comércio Internacional

Vanda Cristina Carvalho Primo

julho | 2018





ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO
INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Sr. Brinquedo



VANDA CRISTINA CARVALHO PRIMO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO DIPLOMA EM GESTÃO E
COMÉRCIO INTERNACIONAL

julho de 2018

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

IDENTIFICAÇÃO DA ALUNA
Nome: Vanda Cristina Carvalho Primo Número: 1012490 Curso: TeSP Gestão e Comércio Internacional Morada: Rua do Ribeiro Código Postal: 6430-031 Carvalhal - Meda
IDENTIFICAÇÃO DA ESCOLA
Instituto: Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico da Guarda Morada: Av. Doutor Francisco Sá Carneiro Código Postal: 6300-559 Guarda Site: www.ipg.pt/website/
IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA DE ACOLHIMENTO DE ESTÁGIO
Nome: Sr. Brinquedo – Comércio e Importação de Brinquedos, Lda. Morada: Plataforma Logística da Guarda Código Postal: 6300-885 Guarda Site: www.srbrinquedo.pt
ORIENTADORES E PERÍODO DE ESTÁGIO
Orientador na ESTG-IPG: Teresa Felgueira Supervisor na Empresa: Aldina Gomes Período de estágio: 1 de março a 16 de julho de 2018

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Politécnico da Guarda

Por ter aceite a minha candidatura.

À Orientadora, Professora Teresa Felgueira

Pelo apoio na organização do relatório de estágio.

À Supervisora, Aldina Gomes

Por ser bastante prestável.

A toda a equipa da empresa Sr. Brinquedo

Por serem bastante dedicados.

A todos os amigos que fiz durante este ano

Por estarem sempre comigo.

A toda a minha família

Por me apoiar sempre.

A TODOS BEM-HAJA!

PLANO DE ESTÁGIO

O plano de estágio foi definido pelo Dr. Nuno Henriques, gerente da empresa, e pela supervisora Aldina Gomes, incluindo as seguintes atividades:

- Gestão do site internacional;
- Gestão das redes sociais;
- Planificação e tratamento de imagens;
- Outras atividades.

RESUMO

Este relatório foi desenvolvido no âmbito do curso Técnico Superior Profissional em Gestão e Comércio Internacional e tem como finalidade descrever as atividades e reflexões realizadas durante o estágio, que decorreu na empresa Sr. Brinquedo.

O objetivo principal deste estágio centrou-se na aplicação dos conhecimentos teórico-práticos adquiridos ao longo do ano letivo.

Durante o estágio, foram aplicadas várias técnicas aprendidas, essenciais na gestão do site internacional, na gestão das redes sociais, na planificação e tratamento de imagens, e noutras atividades.

Palavras-chave: Brinquedos; Marcas; Templates; Sr. Brinquedo.

ÍNDICE GERAL

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	i
AGRADECIMENTOS	ii
PLANO DE ESTÁGIO	iii
RESUMO	iv
ÍNDICE GERAL	v
LISTA DE SIGLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
INTRODUÇÃO	1
Capítulo 1 - Sr. Brinquedo	2
1. Apresentação da Empresa.....	3
2. Estrutura Organizacional.....	6
3. Visão, Missão, Valores e Objetivos	9
4. Análise SWOT	10
5. Marcas/Produtos da Empresa	11
Capítulo 2 - Atividades Desenvolvidas	27
1. Análise de Catálogos	29
2. Visualização e Análise do Site da Sr Brinquedo	30
3. Registo de <i>Templates</i>	31
4. <i>Fotopacklist</i>	40
5. Tratamento de Imagens para o <i>Site</i> da Empresa.....	41
6. Renomeação de Imagens	42
7. Arquivar Faturas.....	43
8. Ficheiro <i>Master</i>	44
9. Recolha de Informação de um Novo Produto	46

10. Etiquetagem	47
Conclusão	48
Referências Bibliográficas	49

LISTA DE SIGLAS

CTT - Correios de Portugal

EAN - Código de barras

ESTG - Escola Superior de Tecnologia e Gestão

GCI - Gestão e Comércio Internacional

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

OGE - Organização e Gestão de Empresas

PHC - Software Profissional

PVP - Preço de venda em Portugal

SRB - Senhor Brinquedo

SWOT - Strengths (Pontos Fortes); Weaknesses (Pontos Fracos); Opportunities (Oportunidades); Threats (Ameaças)

TeSP - Curso Técnico Superior Profissional

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1- EMPRESA SR. BRINQUEDO (ARMAZÉM)	5
FIGURA 2 - EMPRESA SR. BRINQUEDO (ESCRITÓRIOS)	5
FIGURA 3- ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	6
FIGURA 4- DISTRIBUIÇÃO DA EQUIPA DE VENDAS	7
FIGURA 5- LOGÓTIPO SCHLEICH.....	11
FIGURA 6- LOGÓTIPO BRUDER	11
FIGURA 7- LOGÓTIPO SIKU	12
FIGURA 8- RAVENSBURGER	12
FIGURA 9- ROLLY TOYS.....	13
FIGURA 10- LEGO.....	13
FIGURA 11- BABY FEHN.....	14
FIGURA 12- JANOD.....	14
FIGURA 13- THE CREATIVITY HUB.....	15
FIGURA 14- YUPIMEAL	15
FIGURA 15- LOGÓTIPO MATTEL	16
FIGURA 16- SCIENCE4YOU.....	16
FIGURA 17- LOGÓTIPO OLIVO.....	17
FIGURA 18- WILD REPUBLIC.....	17
FIGURA 19- COROLLE.....	18
FIGURA 20- LOGÓTIPO HASBRO	18
FIGURA 21- LOGÓTIPO BLOCO TOYS	19
FIGURA 22- PLAYMOBIL.....	19
FIGURA 23- HANKY PANKY.....	20
FIGURA 24- INJUSA.....	20
FIGURA 25- DIFRAX	21
FIGURA 26- ALLERHAND	21
FIGURA 27- NIKKO	22
FIGURA 28- HAPE	22
FIGURA 29- MONDO TOYS.....	23

FIGURA 30- PLANTOYS	23
FIGURA 31- LOGÓTIPO JUMPINGCLAY	24
FIGURA 32- LOGÓTIPO WABOBA.....	24
FIGURA 33- LOGÓTIPO DEVIR	25
FIGURA 34- KIDZZCAST.....	25
FIGURA 35- LOGÓTIPO RUNADRAKE.....	26
FIGURA 36- SES	26
FIGURA 37- SR. BRINQUEDO	30
FIGURA 38- TEMPLATE.....	32
FIGURA 39- TEMPLATE (1).....	32
FIGURA 40- PESQUISA DE PRODUTO/MARCA	33
FIGURA 41- PHC (SOFTWARE PROFISSIONAL) (1)	34
FIGURA 42- JOGOS ELETRÓNICOS TELECOMANDADOS – TIPO DE ALIMENTAÇÃO.....	35
FIGURA 43- JOGOS ELETRÓNICOS TELECOMANDADOS – OUTRAS CARACTERÍSTICAS	35
FIGURA 44- JOGOS ELETRÓNICOS TELECOMANDADOS - GARANTIA.....	36
FIGURA 45- JOGOS ELETRÓNICOS CONSTRUÇÕES – CARACTERÍSTICAS (1)	37
FIGURA 46- JOGOS ELETRÓNICOS CONSTRUÇÕES – CARACTERÍSTICAS (2)	37
FIGURA 47- JOGOS DIDÁTICOS	38
FIGURA 48- JOGOS DE TABULEIRO	39
FIGURA 49- FOTOPACKLIST SCHLEICH	40
FIGURA 50- IMAGENS EM FALTA NO SITE	41
FIGURA 51- FASTSTONE	42
FIGURA 52- FICHEIRO MASTER	45
FIGURA 53- FICHEIRO MASTER (1)	45

INTRODUÇÃO

Tendo concluído a parte letiva do curso Técnico Superior Profissional (TeSP) em Gestão e Comércio Internacional (GCI), decidi fazer o meu estágio curricular na empresa Sr. Brinquedo, situada na cidade da Guarda. O estágio decorreu no período compreendido entre 1 de março a 16 de julho de 2018.

Durante o estágio tive oportunidade de estabelecer um primeiro contacto com a realidade laboral e desenvolver várias competências, tais como visualização de catálogos, construção de *templates*, *Fotopacklist*, ficheiros *master*, entre outras atividades descritas no capítulo 2.

Assim, para facultar uma ideia mais precisa do meu estágio, dividi o presente relatório em dois capítulos.

No primeiro capítulo, procedo a uma breve apresentação da empresa, da sua estrutura organizacional, da missão, visão, objetivos e valores, da análise *SWOT* realizada à empresa e descrevo as várias marcas com que trabalha.

No segundo capítulo, descrevo as atividades realizadas ao longo do período de estágio.

Por fim, na conclusão apresento uma reflexão sobre o que aprendi no estágio.

Capítulo 1 - Sr. Brinquedo

Neste capítulo, procedo a uma breve apresentação da empresa Sr. Brinquedo, bem como a sua história, estrutura organizacional, missão, visão, valores e objetivos, análise SWOT e as marcas que comercializa.

1. Apresentação da Empresa

A empresa Sr. Brinquedo é especializada na distribuição de marcas de brinquedos e puericultura em Portugal. Dedicar-se ao Comércio por Grosso de Brinquedos, Jogos e Artigos de Desporto. Esta define três pilares muito importantes:

- Produto;
- Cliente;
- Serviço.

A Sr. Brinquedo tem um portefólio de marcas exclusivas que responde às necessidades dos clientes, apresentadas mais à frente neste capítulo.

O crescimento desta empresa depende muito dos clientes finais (consumidor), e em particular do trabalho que os retalhistas (clientes empresariais) realizam nas suas lojas, pelo que estão apostados em concretizar parcerias sólidas que conduzam ao sucesso mútuo.

“Estamos certos que somos o parceiro ideal para a vossa empresa”¹.

Os comerciais da empresa também têm um papel fundamental, pois são eles que vão às lojas onde os clientes finais se encontram. Se a loja for nova e abrir nos próximos dias ou meses, eles ajudam na colocação dos expositores, e dão uma opinião sobre como organizar a loja. Quando a loja já existe, eles verificam se realmente existe stock ou se necessitam de ajuda na realização das encomendas.

A Sr. Brinquedo iniciou as suas atividades em maio de 2004, quando um grupo de amigos se juntou e decidiram abrir uma empresa. A Sr. Brinquedo é uma empresa vocacionada essencialmente para crianças.

¹ Retirado de documentação interna da empresa

Nos dois primeiros anos a distribuição de brinquedos era feita a partir de uma garagem em Sintra. O negócio começou a evoluir e acabou por se transferir para a Guarda, pois assim iria situar-se mais perto da fronteira, e pretendia-se que o seu negócio fosse alargado para Espanha. Em 2012, devido ao crescimento da empresa, mudou-se para novas instalações, onde se encontra atualmente, na Plataforma Logística da Guarda.

A empresa dispõe de instalações modernas com capacidade para abastecer mercados internacionais exigentes, bem como dos meios tecnológicos e humanos de apoio que permitem garantir um nível de serviço de excelência.

A figura 1 mostra parte da empresa Sr. Brinquedo, a parte do armazém, onde o portão 1 serve para receber a mercadoria, e o portão 2 serve para enviar a mercadoria. A figura 2 mostra a parte dos escritórios da empresa.

A empresa faz uma rigorosa seleção de produtos tendo como base duas premissas:

- Qualidade;
- Rotatividade nos espaços dos clientes.

Tem à disposição uma equipa especializada cuja principal missão passa por garantir aos clientes o acesso às melhores marcas maximizando a rentabilidade dos pontos de venda.

Todas as marcas que comercializa cumprem com todas as normas internacionais de segurança, o que garantem a qualidade de excelência de todas elas.



Figura 1- Empresa Sr. Brinquedo (Armazém)

Fonte: Elaboração própria



Figura 2 - Empresa Sr. Brinquedo (Escritórios)

Fonte: Elaboração própria

2. Estrutura Organizacional

Na figura seguinte apresenta-se a estrutura organizacional da empresa Sr. Brinquedo.

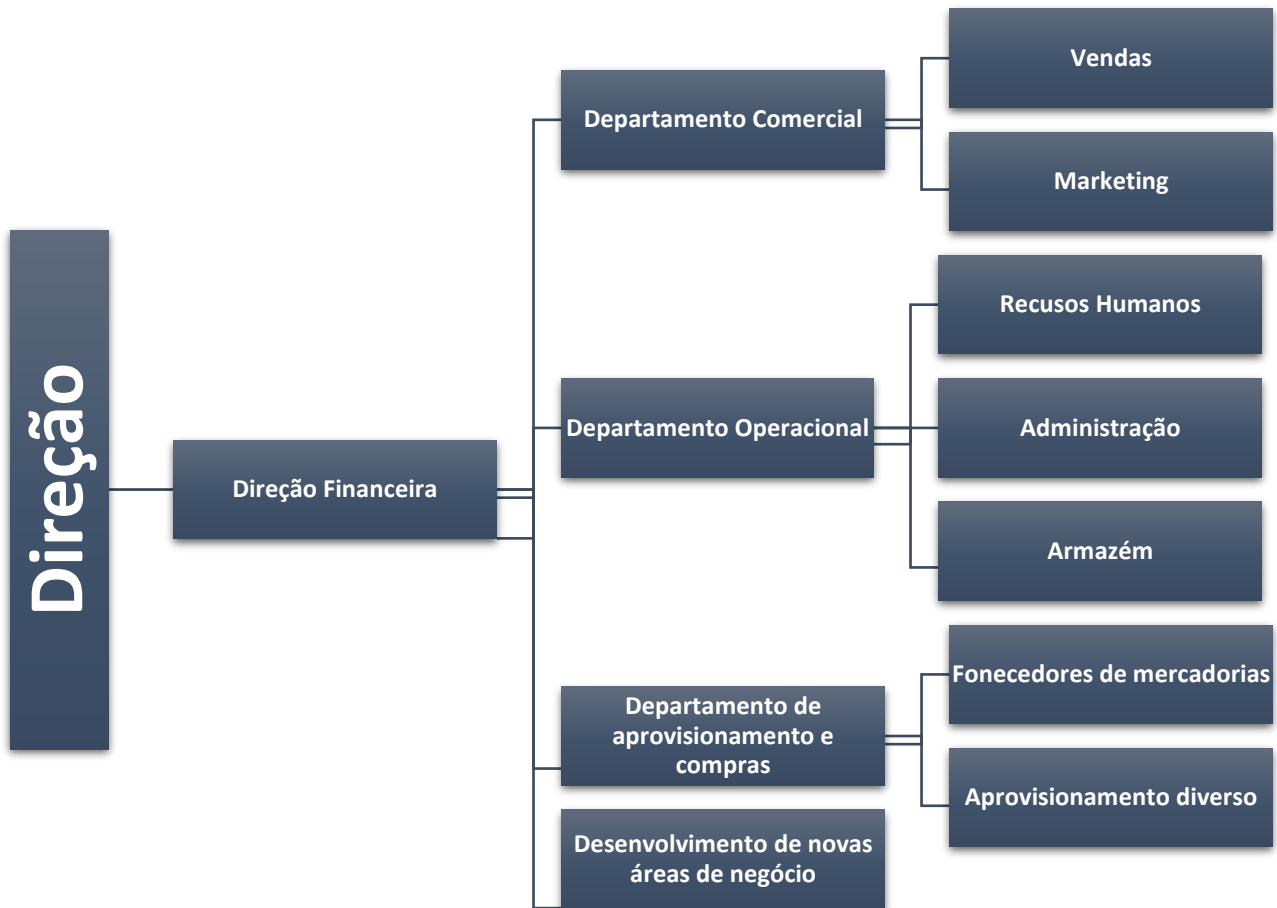


Figura 3- Estrutura organizacional

Fonte: Elaboração Própria

A direção está a cargo do Dr. Nuno Henriques, gerente da empresa.

A direção financeira é responsável pela gestão de investimentos, gestão de fundos e gestão de risco financeiro, está englobado neste departamento o setor da contabilidade que tem por objetivo o controlo, o registo e avaliação.

O departamento comercial está dividido em dois, as vendas e o marketing.

Às vendas cabe gerir e organizar vendas, nomeadamente os vendedores, distribuídos por regiões e por marcas (Figura 4).

Na área do marketing, estuda-se o mercado, faz-se análise de tendências e gestão das redes sociais, uma vez que as pessoas hoje em dia as utilizam muito. O catálogo impresso está em desuso porque já é possível a sua consulta *online*.

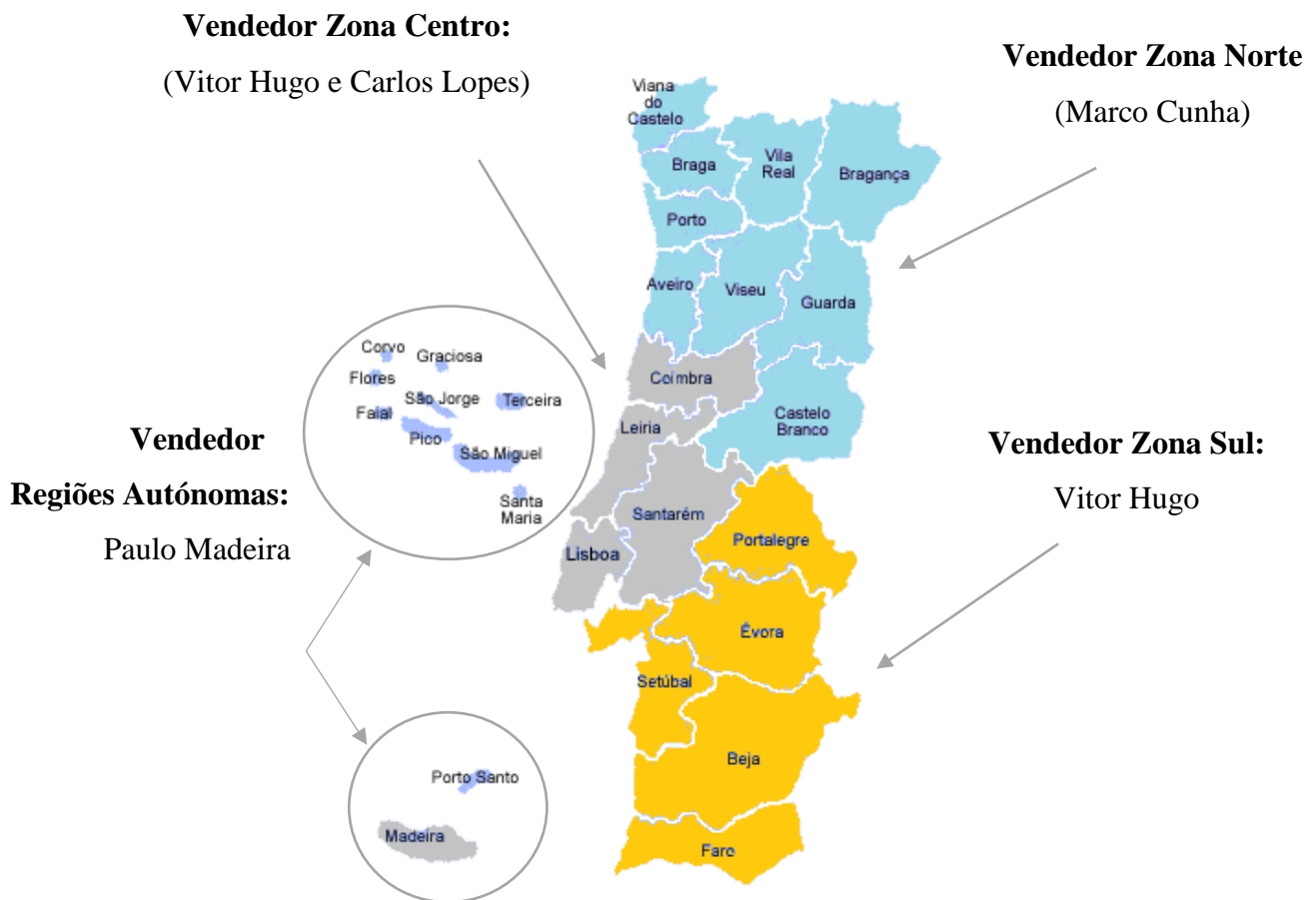


Figura 4- Distribuição da Equipa de Vendas

Fonte: Elaboração própria

Como referido no mapa anterior a empresa tem uma equipa de venda distribuída pelo território nacional. O vendedor na zona norte é o Marco Cunha, na zona centro Vitor Hugo e Carlos Lopes, na zona sul Vitor Hugo, e nas ilhas o vendedor Paulo Madeira, representantes das marcas *Ravensburger*; *Corolle*; *Rolly Toys*; *Schleich*; *Bruder*; *SIKU*; *Wild Republic*; *Janod*; *Fehn* (marcas exclusivas Sr. Brinquedo).

Os principais clientes, estabelecimentos comerciais, são livrarias, papelarias, bazares e espaços temáticos.

O departamento operacional está dividido em três: recursos humanos, administração e armazém. Nos recursos humanos faz-se a seleção dos recursos humanos da empresa, tendo por objetivo selecionar os colaboradores na direção dos objetivos e metas da empresa. Na administração procede-se à organização de reuniões da empresa, atendimento telefónico, realização de encomendas, processamento de faturas, e informa-se os clientes do montante da encomenda que vai ser entregue no dia seguinte. No armazém recebem-se as encomendas vindo das várias marcas, etiquetam-se as caixas com as instruções em português e embalam-se as encomendas para enviar para os respetivos clientes.

O departamento de aprovisionamentos e compras está dividido em dois: fornecedores de mercadorias e aprovisionamento diversos. A parte dos fornecedores de mercadorias trata da análise de stocks para que não haja falhas com as encomendas, planeamento de compras e mercadorias, e a realização das tabelas de preços. O aprovisionamento diverso trata dos transportes nacionais e internacionais, e analisa os preços dos transportes.

No desenvolvimento de novas áreas de negócios é onde se encontra a marca própria e a venda a retalho.

3. Visão, Missão, Valores e Objetivos

Visão

“A visão de uma empresa traduz, de forma abrangente, um conjunto de intenções e de aspirações para o futuro, servindo de inspiração a todos os membros da organização.” (Teixeira, D, 2017).

A Sr. Brinquedo tem como visão: *“Liderança na área da distribuição de brinquedos através da seleção de marcas de excelência.”* (Site Sr. Brinquedo, 2018).

Missão

A missão de uma empresa *“consiste numa declaração escrita que traduz os ideais e orientações globais da empresa.”* (Teixeira, D, 2017).

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. Para tal temos à sua disposição uma equipa com um elevado conhecimento na área dos brinquedos didáticos, dotados dos meios tecnológicos e da capacidade de gestão que o atual panorama de mercado impõe.”* (Site Sr. Brinquedo, 2018).

Valores

Os valores *“são constituídos pelos princípios e regras morais a que devem ser submetidas as decisões e ações na empresa.”* (Teixeira, D, 2017).

Os valores da Sr. Brinquedo é a qualidade do serviço e a boa relação com os vários clientes.

Objetivos

O principal objetivo da Sr. Brinquedo é a satisfação total dos seus clientes.

4. Análise SWOT



	<p>S (PONTOS FORTES)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qualidade dos produtos; ➤ Empresa bem situada; ➤ Boa equipa; ➤ Boa posição no mercado; ➤ Bons fornecedores /clientes. 	<p>W (PONTOS FRACOS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produtos com defeito; ➤ Dependência de transportes para levar/trazer encomendas; ➤ Incumprimento dos prazos de pagamento por parte dos clientes; ➤ Falta de proximidade dos clientes.
<p>O (OPORTUNIDADES)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Internacionalização; ➤ Novas tecnologias; ➤ Novas tendências/preocupações ambientais. 	<p>SUGESTÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Optar por criar todas as embalagens a partir de produtos reciclados; ➤ Encontrar fornecedores de brinquedos de composição “Amigo do ambiente” evitando o plástico. 	<p>SUGESTÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fortalecer o investimento em publicidade e na comunicação nos mercados de atuação. ➤ Maior presença nas redes sociais.
<p>T (AMEAÇAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Concorrência; ➤ Inovação no mercado. 	<p>SUGESTÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A empresa deve estar atenta a novas entradas no mercado que se possam tornar concorrentes. 	<p>SUGESTÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Criação de mais empresas de B2C (Da empresa para o consumidor final).

5. Marcas/Produtos da Empresa

A empresa Sr. Brinquedo comercializa 32 marcas, das quais 9 são exclusivas da Sr. Brinquedo: a *Schleich*, *Bruder*, *Siku*, *Ravensburger*, *Rolly Toys*, *Baby Fehn*, *Janod*, *Wild Republic*, e a *Corolle*. As restantes marcas são: *Lego*, *The Criativity Hub*, *Yupimeal*, *Mattel*, *Science4You*, *Olivo*, *Hasbro*, *Bloco Toys*, *Playmobil*, *Hanky Panky*, *Injusa*, *Difrax*, *Allerhand*, *Nikko*, *Hape*, *Mondo Toys*, *Plantoy*, *JumpingClay*, *Waboba*, *Devir*, *Kidzzcast*, *Runadrake* e a *SES*.

De seguida apresento uma breve descrição de cada uma delas.

Schleich

A Schleich foi fundada por Friedrich Schleich e é uma marca Alemã que fabrica miniaturas de animais (Figura 5).



Figura 5- Logótipo *Schleich*

Fonte: Sr. Brinquedo

Bruder

A Bruder é uma marca alemã com longa experiência na conceção e construção de veículos para crianças, veículos funcionais, estáveis e leves para brincar diariamente (Figura 6).

Os brinquedos da Bruder são reproduções de tratores, camiões, veículos e acessórios agrícolas de marcas conhecidas bem como: Caterpillar, John Deere, Land Rover, Scania, Mercedes... Veículos que as crianças veem no dia a dia.



Figura 6- Logótipo *Bruder*

Fonte: Sr. Brinquedo

Siku

A Siku é uma empresa familiar, fundada em 1921, situa-se na Alemanha. A marca Siku produz os brinquedos Blister, a Siku Super, a Siku Control, a Siku Farmer e os respetivos acessórios (Figura 7).



Figura 7- Logótipo Siku

Fonte: Sr. Brinquedo

Ravensburger

A empresa foi fundada por Otto Robert Maier com sede em Ravensburger. O primeiro jogo de tabuleiro apareceu pela primeira vez em 1884, chamado “Viagem ao redor do mundo”.

A Ravensburger tem cerca de 1800 livros disponíveis e 850 jogos, bem como quebra-cabeças e produtos de passatempo (Figura 8).



Figura 8- Ravensburger

Fonte: Sr. Brinquedo

Rolly Toys

Os brinquedos da Rolly Toys foram criados em 1938 por Rosa e Franz Schneider. O objetivo desde o início era dar prazer às crianças e aos seus pais com brinquedos de alta qualidade (Figura 9).



Figura 9- Rolly Toys

Fonte: Sr.Brinquedo

Legó

O Grupo Legó é uma empresa privada com sede na Dinamarca, fundou-se em 1932. O Grupo está envolvido no desenvolvimento das crianças através dos jogos e aprendizagem. A empresa fornece brinquedos, experiências e materiais de ensino a mais de 130 países (Figura 10).



Figura 10- Legó

Fonte: Sr.Brinquedo

BabyFehn

A BabyFehn nasceu em 1949, na Alemanha, com brinquedos inovadores a partir do nascimento do bebé. Os brinquedos estão divididos por categorias, existindo seis novas categorias, que são elas, a Colorado, Zauberhaft, Rivergang, Holiday, Hapiness e Display&Ersatzteile. Para além destas ainda há, Oskar, Lomolos, Bobbs, Lillebi, Explorer, Bubby Crew, Baby Love, Rainbow e 70's Stripes (Figura 11).



Figura 11- *Baby Fehn*

Fonte: Sr.Brinquedo

Janod

Louis Janod criou a empresa Janod em Orgelet no ano 1970. A atividade da empresa é focada na criação e comercialização de brinquedos tradicionais de madeira. Por exemplo (Pião, íoyo, etc...).

No ano 2008 a Janod expandiu a gama com a introdução de produtos de papelão, como quebra-cabeças e apresenta um dos seus melhores vendedores de madeira, o quebra-cabeça do mundo magnético (Figura 12).



Figura 12- *Janod*

Fonte: Sr.Brinquedo

The creativity hub

The creativity hub criam grandes jogos que fazem as pessoas pensarem. Os jogos são simulações, eles podem ajudar a contar histórias, tem a capacidade de ajudar a crescer como jogadores e como pessoas (Figura 13).



Figura 13- *The creativity hub*

Fonte: Sr.Brinquedo

Yupimeal

Com a Yupimeal as refeições das crianças tornam-se um momento de relaxamento e prazer. A interação de dispositivos móveis com a refeição yupii ajudará a distração da criança, tornando a comida um momento harmonioso. Com as malas a refeição é ideal para usar em qualquer lugar (Figura 14).



Figura 14- *Yupimeal*

Fonte: Sr.Brinquedo

Mattel

A Mattel nasceu numa garagem na Califórnia, em 1945, foi criada por um casal, Ruth Handler e o seu marido Elliot e um amigo do casal Harold Matson. Os principais produtos são: carrinhos Hot Wheels & Matchbox, bonecas Barbie & Polly, bonecos Max Steel e jogos de tabuleiro (Figura 15).



Figura 15- Logótipo *Mattel*

Fonte: Sr. Brinquedo

Science4You

A Science4You ao longo dos anos as vendas aumentaram não só em Portugal, mas também em Espanha, Angola e Brasil.

Esta empresa dedica-se a brinquedos científicos, puzzles e a tudo o que tem a ver com a ciência (Figura 16).



Figura 16- *Science4You*

Fonte: Sr.Brinquedo

Olivo

Olivo é uma marca nacional de jogos e brinquedos. Deram continuidade à herança e ao saber da maior e tradicional fábrica de brinquedos em Portugal (Figura 17).



Figura 17- Logótipo *Olivo*

Fonte: <https://www.facebook.com/olivotoys/photos/>

Wil Republic

Wild Republic existe desde 1979. Foi fundada como K & M Internacional como um negócio familiar, que é reconhecida internacionalmente. Esta empresa está acima de tudo dedicada á natureza, todos os seus brinquedos mostram todos os tipos de animais que existem nas suas diversas formas (Figura 18).



Figura 18- *Wild Republic*

Fonte: Sr.Brinquedo

Corolle

A Corolle é uma marca francesa, desde 1979. Tem bonecas para todo o tipo de idades. Esta está dividida por seis etapas, as BabiCorolle, que é para recém-nascidos; as Doucette, é para crianças com mais de 18 meses, assim como a Mon Premier, são consideradas as primeiras bonecas de infância; as Les Classiques, são identificadas para várias idades; a Miss Corolle, é a mais clássica e formal uma vez que estas estão vestidas a rigor para diferentes ocasiões; e por fim, as Les Trendies, com cores agradáveis e com uma imagem diferente.

As bonecas Corolle têm a particularidade de ter um cheiro agradável a chocolate e baunilha (Figura 19).



Figura 19- *Corolle*

Fonte: Sr.Brinquedo

Hasbro

Hasbro fundou-se em 1940, a sede encontra-se em Rhode Island, Estados Unidos, fábrica de brinquedos e jogos. É a maior e mais popular de jogos de tabuleiro do mundo (Figura 20).



Figura 20- Logótipo *Hasbro*

Fonte: Sr.Brinquedo

Bloco toys

A Bloco Toys cria e desenvolve jogos de montagem inovadoras, de alta qualidade e coloridos (Figura 21).



Figura 21- Logótipo *Bloco Toys*

Fonte: <http://www.blocotoys.com/>

Playmobil

A Playmobil é uma linha de brinquedos de plástico fabricados em Brandstater com sede em Zirndorf, Alemanha (Figura 22).



Figura 22- *Playmobil*

Fonte: Sr.Brinquedo

Hanky Panky

Tudo começou em Amsterdão, em 1961, quando Jack Monshouwer se juntou a Van Rosmalen como parceiros. Tudo começou com uma simples caixa de magia, a partir daí as suas perícias em magia foram aumentando (Figura 23).



Figura 23- *Hanky Panky*

Fonte: <http://www.hankypanky-toys.com/>

Injusa

A Injusa iniciou a sua atividade no começo dos anos 40. Naquela época dedicava-se à fabricação de camiões de madeira combinados com metal. Foi nos anos 50 quando adquiriu ao nome atual de INJUSA, Industrial Juguetera S.A.

A partir dos anos 50 começou a fabricar triciclos e bicicletas metálicas e até hoje é um referente espanhol na fabricação de brinquedos (Figura 24).



Figura 24- *Injusa*

Fonte: *Sr.Brinquedo*

Difrax

A Difrax existe há mais de 40 anos. Em 1967 foi fundada por Diddy e Frank van Eijkelenborg, uma empresa de fabricação de produtos para bebês. Estes produtos vão desde chupetas, a biberons para um bom crescimento do bebê (Figura 25).



Figura 25- Difrax

Fonte: Sr.Brinquedo

Allerhand

Allerhand é uma empresa Alemã, criada em 2003 pela Stefanie Yung. Dentro da marca existem malas de maternidade, mochilas, lancheiras e sacos para as compras (Figura 26).



Figura 26- Allerhand

Fonte: Sr.Brinquedo

Nikko

Nikko foi criada em 1958, por uma pequena fabrica japonesa. Em 1966, o rádio controle torna-se a principal linha de negócio. Hoje em dia as suas fábricas estão localizadas na China e na Malásia com centro no Japão e Hong Kong. Os escritórios, distribuidores e agências podem ser encontrados em todo o mundo (Figura 27).



Figura 27- *Nikko*

Fonte: Sr.Brinquedo

Hape

A Hape é conhecida por produzir brinquedos destinados a estimular o crescimento das crianças. É premiada mundialmente por especialistas, pediatras, médicos e professores. As coleções de brinquedos da Hape oferecem brinquedos artesanais desde o nascimento até aos 14 anos de idade (Figura 28).



Figura 28- *Hape*

Fonte: Sr.Brinquedo

Mondo Toys

A Mondo Toys foi fundada em 1948 na Itália, evoluiu ao longo dos anos de uma pequena empresa artesanal para um grande grupo multinacional. A divisão dedica-se à criação, fabricação, e distribuição de brinquedos (Figura 29).



Figura 29- *Mondo Toys*

Fonte: Sr.Brinquedo

Plantoys

Plantoys são brinquedos de madeira. A empresa foi fundada em 1981 na Tailândia. São produtos comercializados como “verde”, respeitam muito o ambiente e são reconhecidos por isso, pois as cores da marca são as cores da natureza (Figura 30).



Figura 30- *Plantoys*

Fonte: Sr. Brinquedo

JumpingClay

A JumpingClay é uma plasticina única de produção própria e distribuição nos mercados internacionais, sendo reconhecida pela qualidade e preço alto competitivo como líder na indústria do setor.

Esta plasticina é limpa, segura, versátil e elástica, simples, cheira bem e mistura cores (Figura 31).



Figura 31- Logótipo *JumpingClay*

Fonte:<https://jumpingclayportugal.pt/>

Waboba

Começaram na Suécia em 2005 com a invenção da "bola original que salta na água", até hoje estão empenhados em criar produtos divertidos e que mudem o jogo, que levem pessoas de todas as idades a brincar (agora também para cães) (Figura 32).



Figura 32- Logótipo *Waboba*

Fonte:www.waboba.com

Devir

A Devir tenta seleccionar os melhores jogos do mundo, editá-los e torná-los disponíveis a todos os tipos de jogadores (Figura 33).



Figura 33- Logótipo *Devir*

Fonte: <http://www.devir.pt/>

Kidzzcast

A marca Kidzzcast é direccionada para as crianças, pois mais tarde podem recordar como eram (Figura 34).



Figura 34- *Kidzzcast*

Fonte: Sr.Brinquedo

Runadrake

A Runadrake é uma marca dedicada à criação, produção, desenvolvimento, comercialização e divulgação de jogos de estratégia, em jogos de tabuleiro (Figura 35).



Figura 35- Logótipo *Runadrake*

Fonte: www.facebook.com/Runadrake

SES

O proprietário da SES fundou a empresa em 1972. No início, era uma empresa pequena. Agora tornaram-se maiores. Produzem 80 produtos todos os anos, e vendem em 75 países (Figura 36).



Figura 36- *SES*

Fonte: Sr.Brinquedo

Capítulo 2 - Atividades Desenvolvidas

Neste capítulo são descritas as várias atividades que desenvolvi durante o período de estágio.

As atividades realizadas foram as seguintes:

- Análise dos catálogos;
- Visualização e Análise do Site da Sr. Brinquedo
- Registo de *Templates*
- Realização de *Fotopacklist*;
- Tratamento de Imagens para o Site da Empresa;
- Renomeação de imagens;
- Arquivagem de faturas;
- Construção de ficheiros *master*;
- Recolha de informação de um novo produto *JumpingClay, Waboba*;
- Etiquetagem.

1. Análise de Catálogos

Durante os primeiros dias na empresa foi-me proposto a visualização de catálogos para conseguir melhor diferenciar as marcas com que a Sr. Brinquedo trabalha. Esta tarefa foi muito importante pois não conhecia algumas das marcas. No início fiquei com uma ideia de como seriam os produtos, mas só depois de ver e trabalhar com as marcas percebi a diferença de umas para as outras. Como por exemplo: A *Bruder* são reproduções de tratores, camiões, de marcas verdadeiras como a *John Deere*, *Mercedes*; A *Corolle* é uma marca para todo o tipo de idades, as bonecas têm um cheiro agradável a chocolate e baunilha.

2. Visualização e Análise do Site da Sr. Brinquedo

Foi-me proposto visualizar o site da Sr. Brinquedo, e perceber se estava tudo bem, ou se poderia mudar alguma coisa, uma vez que o site está regularmente em atualizações.

Verifiquei que as marcas como a *Ravensburger*; *Corolle*; *Rolly Toys*; *Schleich*; *Bruder*; *SIKU*; *Wild Republic*; *Janod*; *Fehn* são marcas de distribuição Sr. Brinquedo como referido anteriormente, e estas eram as primeiras da lista de marcas da página Sr. Brinquedo.

Verifiquei no site na loja online que uma das informações em destaque diz respeito ao pagamento de portes. O cliente que não quiser pagar portes terá de fazer uma compra no valor superior de 150€, como mostra a figura 37.



Figura 37- Sr. Brinquedo

Fonte: Elaboração própria

3. Registo de *Templates*

Os *templates* são uma folha de excel que reúne toda a informação dos brinquedos comercializados pela Sr. Brinquedo.

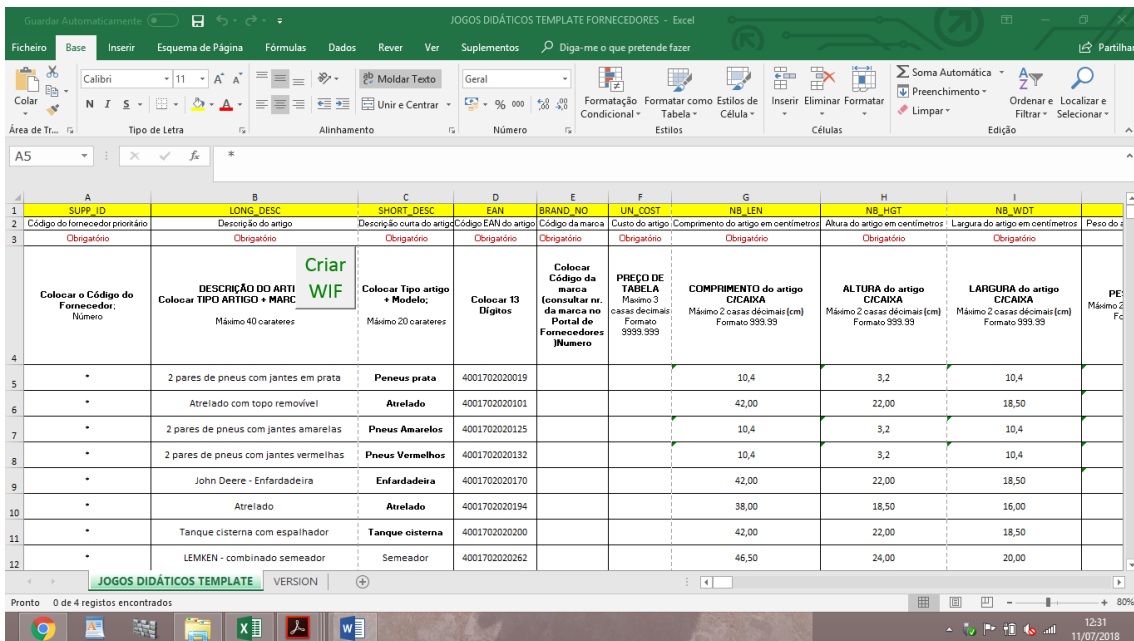
Esta tarefa foi uma forma de conseguir perceber ainda melhor as várias marcas. Com ajuda dos meus colegas de estágio, percebi rapidamente como se preenche estes ficheiros. Durante todo o estágio, sempre que necessário, fiquei encarregue de os preencher, e foram os seguintes:

- *Templates* de Jogos eletrónicos telecomandados;
- *Templates* de Jogos eletrónicos construções;
- *Templates* de Jogos didáticos;
- *Templates* de Jogos de tabuleiro.

O preenchimento dos respetivos ficheiros está dividido em duas partes:

- Uma parte de preenchimento Obrigatório;
- Outra parte de preenchimento Opcional.

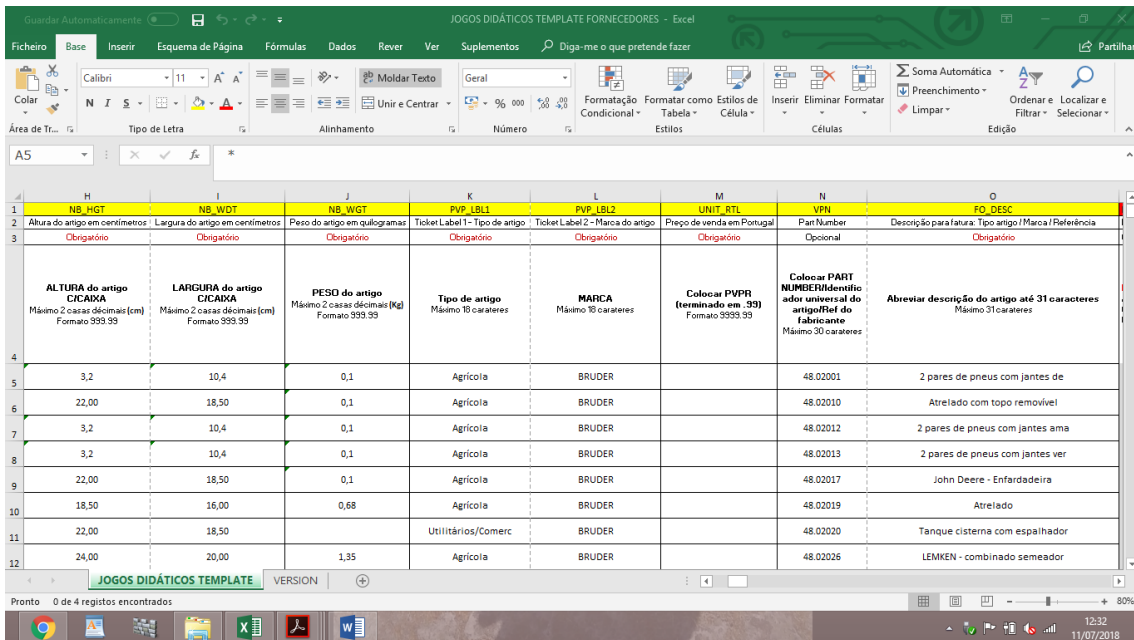
A parte obrigatória é igual em todos os *templates* como referido nas figuras 38/39. Desta parte constam o código de fornecedor, a designação do artigo, o EAN (Código de barras), o código da marca, o custo do artigo, comprimento, altura, largura, peso, tipo de artigo, marca, PVP (Preço de venda em Portugal) e a referência. Para conseguir preencher estes ficheiros é necessário reunir informação das várias marcas, dos catálogos e do PHC (Software Profissional).



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
SUPP_ID	LONG_DESC	SHORT_DESC	EAN	BRAND_NO	UN_COST	NB_LEN	NB_HGT	NB_WDT	
Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório
Colocar o Código do Fornecedor. Número	DESCRIÇÃO DO ARTIGO Colocar TIPO ARTIGO + MARCA Máximo 40 caracteres	Colocar Tipo artigo + Modelo; Máximo 20 caracteres	Colocar 13 Dígitos	Colocar Código da marca (consultar nr. da marca no Portal de Fornecedores) Número	PREÇO DE TABELA Máximo 3 casas decimais Formato 9999.999	COMPIMENTO do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (cm) Formato 999.99	ALTURA do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (cm) Formato 999.99	LARGURA do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (cm) Formato 999.99	PE Máximo 2 Casas Decimais
*	2 pares de pneus com jantes em prata	Pneus prata	4001702020019			10,4	3,2	10,4	
*	Atrelado com topo removível	Atrelado	4001702020101			42,00	22,00	18,50	
*	2 pares de pneus com jantes amarelas	Pneus Amarelos	4001702020125			10,4	3,2	10,4	
*	2 pares de pneus com jantes vermelhas	Pneus Vermelhos	4001702020132			10,4	3,2	10,4	
*	John Deere - Enfardadeira	Enfardadeira	4001702020170			42,00	22,00	18,50	
*	Atrelado	Atrelado	4001702020194			38,00	18,50	16,00	
*	Tanque cisterna com espalhador	Tanque cisterna	4001702020200			42,00	22,00	18,50	
*	LEMKEN - combinado semeador	Semeador	4001702020262			46,50	24,00	20,00	

Figura 38- Template

Fonte: Elaboração própria








H	I	J	K	L	M	N	O
NB_HGT	NB_WDT	NB_WGT	PVP_LBL1	PVP_LBL2	UNIT_RTL	VPH	FO_DESC
Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório	Obrigatório
Altura do artigo em centímetros; Largura do artigo em centímetros	Largura do artigo em centímetros	Peso do artigo em quilogramas	TIPO de artigo	MARCA do artigo	Preço de venda em Portugal	Plant Number	Descrição para fatura. Tipo artigo / Marca / Referência
ALTURA do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (cm) Formato 999.99	LARGURA do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (cm) Formato 999.99	PESO do artigo CICADA Máximo 2 casas decimais (kg) Formato 999.99	Tipo de artigo Máximo 18 caracteres	MARCA Máximo 18 caracteres	Colocar PVPR (terminado em .99) Formato 9999.99	Colocar PART NUMBER/Identificador universal do artigo/Ref do fabricante Máximo 30 caracteres	Abreviar descrição do artigo até 31 caracteres Máximo 31 caracteres
3,2	10,4	0,1	Agrícola	BRUDER		48.02001	2 pares de pneus com jantes de
22,00	18,50	0,1	Agrícola	BRUDER		48.02010	Atrelado com topo removível
3,2	10,4	0,1	Agrícola	BRUDER		48.02012	2 pares de pneus com jantes ama
3,2	10,4	0,1	Agrícola	BRUDER		48.02013	2 pares de pneus com jantes ver
22,00	18,50	0,1	Agrícola	BRUDER		48.02017	John Deere - Enfardadeira
18,50	16,00	0,68	Agrícola	BRUDER		48.02019	Atrelado
22,00	18,50		Utilitários/Comerc	BRUDER		48.02020	Tanque cisterna com espalhador
24,00	20,00	1,35	Agrícola	BRUDER		48.02026	LEMKEN - combinado semeador

Figura 39- Template (1)

Fonte: Elaboração própria

A cada produto/marca é atribuída uma referência, e por pesquisa da mesma sabemos a designação, os preços, se a referência é ou não descontinuada e a quantidade em armazém/ Loja La Vie, como podemos ver na figura 40.

-  Referência;
-  Designação;
-  Preços;
-  Descontinuados ou não;
-  Quantidade em armazém/ Loja La Vie.

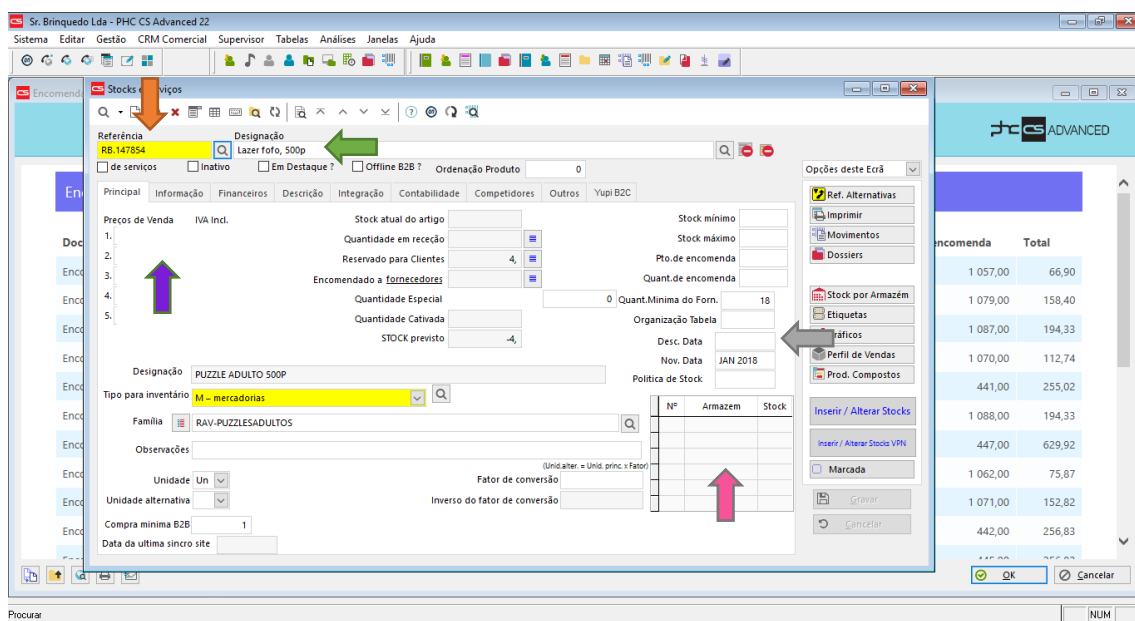


Figura 40- Pesquisa de Produto/Marca

Fonte: Elaboração própria

Da figura 41 a informação que utilizei foi o EAN e a marca, como mostram as setas.

Conseguí sempre preencher o que me era pedido: o código do fornecedor prioritário, descrição do produto, EAN, custo do artigo, comprimento, altura, largura, peso, tipo de artigo, marca do artigo, modelo, preço de venda em Portugal e a referência do produto.

- ➡ Código de barras;
- ➡ Marca.

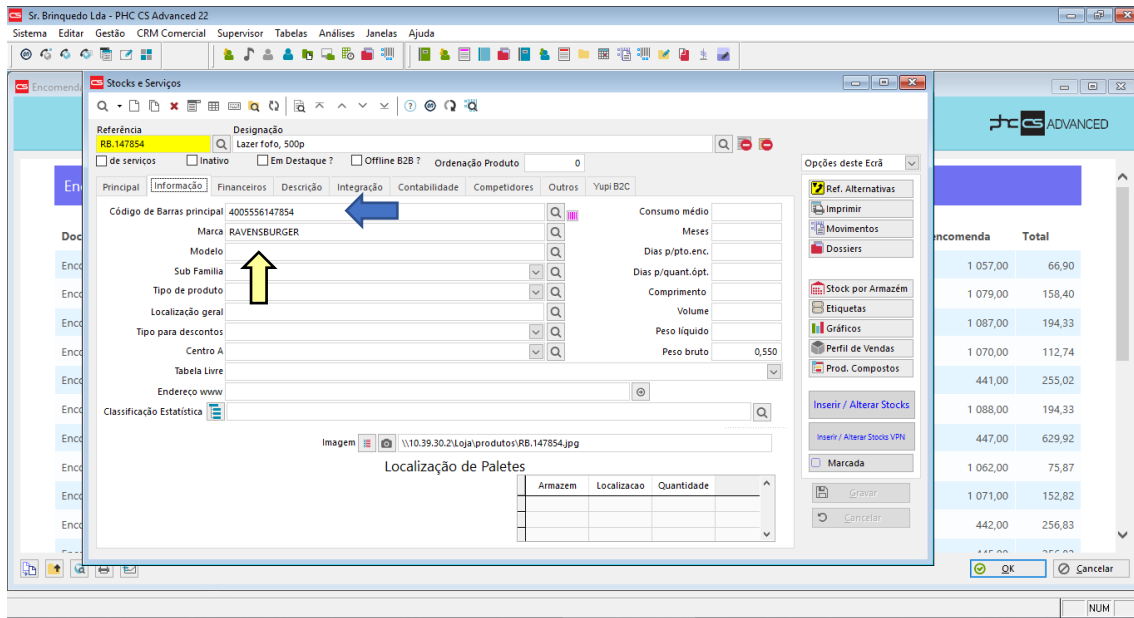
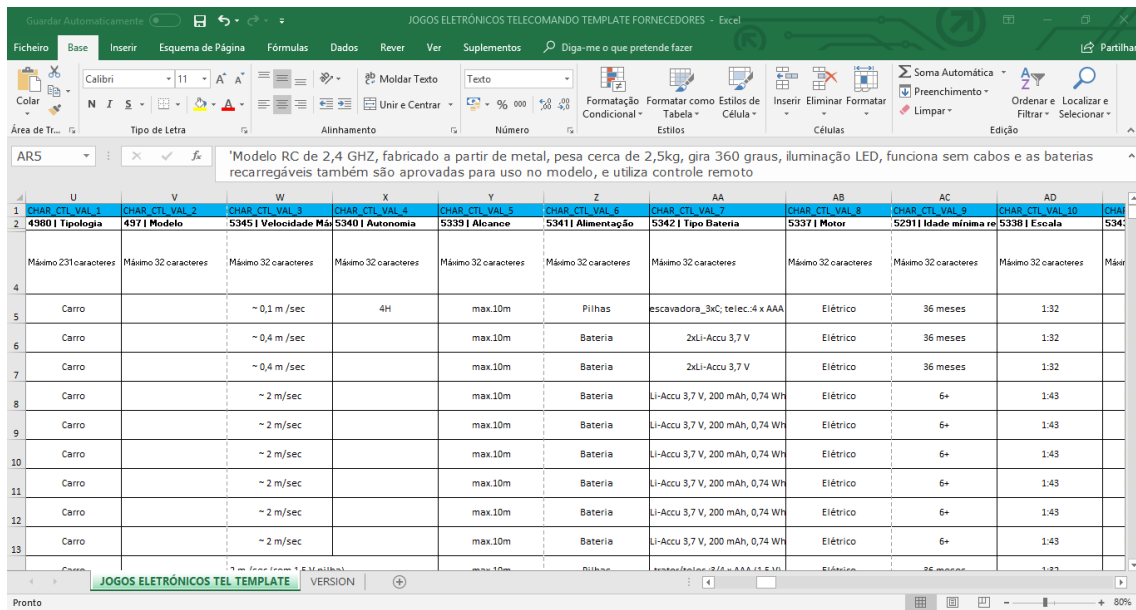


Figura 41- PHC (Software Profissional) (1)

Fonte: Elaboração própria

Nos campos opcionais muitas das vezes não temos a informação toda que necessitamos, uma vez que não é obrigatório. Só é preenchido o que que as marcas nos disponibilizam, como por exemplo modelo, autonomia, cor, mais informações, designação online, conteúdo extra incluído na caixa, licença, dimensões da caixa e pesos.

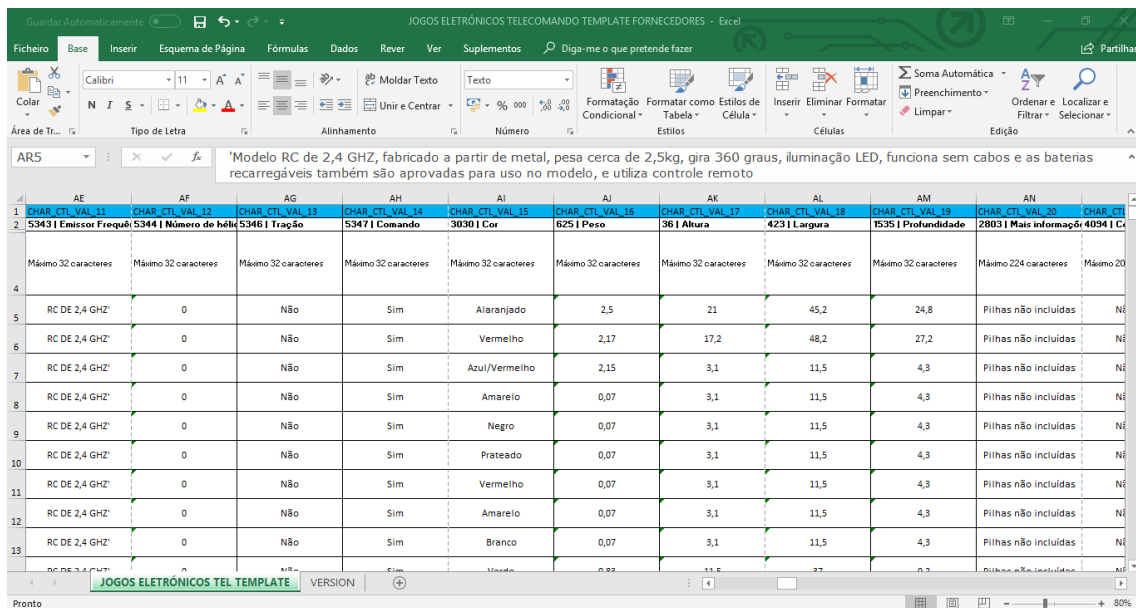
Seguidamente apresento alguns *templates* criados/atualizados para a categoria de jogos. Por exemplo, no *template* de jogos eletrónicos telecomandados, é pedido a alimentação (se o veículo é a pilhas, bateria ou a carregador), o tipo de bateria, se o motor é eletrónico ou a gasolina, a idade mínima, a escala, se têm ou não tração, se utiliza comando, a cor, a garantia e o conteúdo extra incluído (Figuras 42/43/44).



U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
CHAR_CTL_VAL_1	CHAR_CTL_VAL_2	CHAR_CTL_VAL_3	CHAR_CTL_VAL_4	CHAR_CTL_VAL_5	CHAR_CTL_VAL_6	CHAR_CTL_VAL_7	CHAR_CTL_VAL_8	CHAR_CTL_VAL_9	CHAR_CTL_VAL_10	CHAR_CTL_VAL_11
4380 Tipologia	497 Modelo	5345 Velocidade Máx	5340 Autonomia	5339 Alcance	5341 Alimentação	5342 Tipo Bateria	5337 Motor	5291 Idade mínima	5338 Escala	5344 Escala
Máximo 231 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 224 caracteres
Carro		~ 0,1 m/sec	4H	max.10m	Pilhas	escavadora_3xC, telec.4 x AAA	Elétrico	36 meses	1:32	
Carro		~ 0,4 m/sec		max.10m	Bateria	2xLi-Accu 3,7 V	Elétrico	36 meses	1:32	
Carro		~ 0,4 m/sec		max.10m	Bateria	2xLi-Accu 3,7 V	Elétrico	36 meses	1:32	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	
Carro		~ 2 m/sec		max.10m	Bateria	Li-Accu 3,7 V, 200 mAh, 0,74 Wh	Elétrico	6+	1:43	

Figura 42- Jogos Eletrônicos Telecomandados – Tipo de Alimentação

Fonte: Elaboração própria



AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO
CHAR_CTL_VAL_11	CHAR_CTL_VAL_12	CHAR_CTL_VAL_13	CHAR_CTL_VAL_14	CHAR_CTL_VAL_15	CHAR_CTL_VAL_16	CHAR_CTL_VAL_17	CHAR_CTL_VAL_18	CHAR_CTL_VAL_19	CHAR_CTL_VAL_20	CHAR_CTL_VAL_21
5343 Emissor Frequência	5344 Número de hélices	5346 Tração	5347 Comando	3030 Cor	625 Peso	36 Altura	423 Largura	1535 Profundidade	2803 Mais informações	4094 Mais informações
Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 224 caracteres	Máximo 2048 caracteres
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Alaranjado	2,5	21	45,2	24,8	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Vermelho	2,17	17,2	48,2	27,2	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Azul/Vermelho	2,15	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Amarelo	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Negro	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Prateado	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Vermelho	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Amarelo	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não
RC DE 2,4 GHZ	0	Não	Sim	Branco	0,07	3,1	11,5	4,3	Pilhas não incluídas	Não

Figura 43- Jogos Eletrônicos Telecomandados – Outras Características

Fonte: Elaboração própria

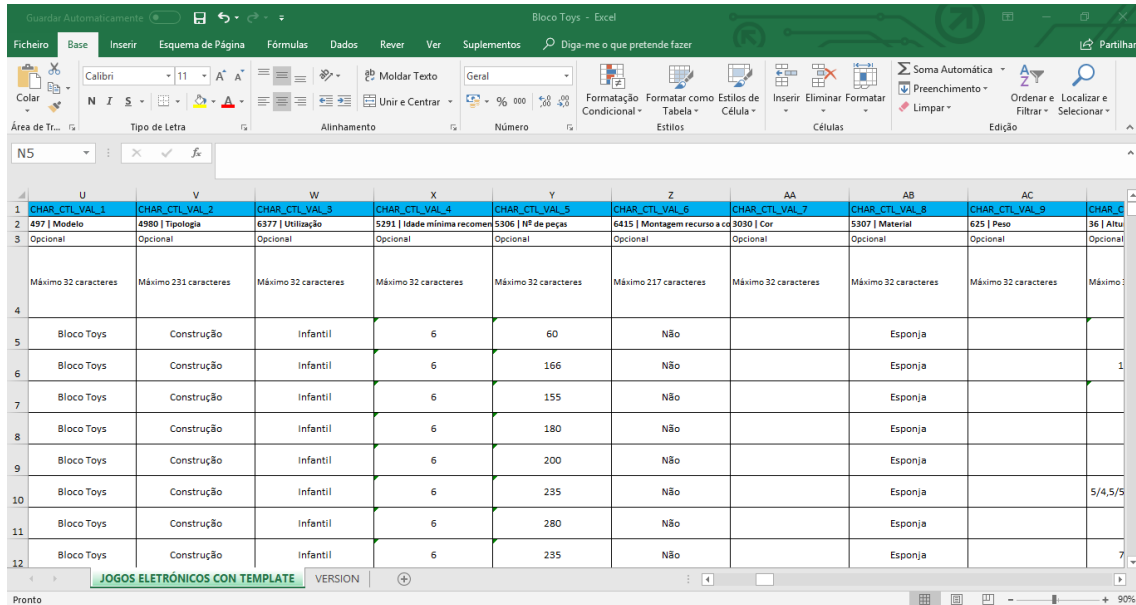
JOGOS ELETRÔNICOS TELECOMANDO TEMPLATE FORNECEDORES - Excel

	AO	AP	AQ	AR
1	CHAR_CTL_VAL_21	CHAR_CTL_VAL_22	CHAR_CTL_VAL_23	CHAR_CTL_VAL_24
2	4094 Conteúdo extra	1534 Unidade Medida	368 Garantia	2793 Descrição Online
4	Máximo 208 caracteres	Máximo 18 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 224 caracteres
5	Não tem	cm	2 anos	Modelo RC de 2,4 GHz, fabricado a partir de metal, pesa cerca de 2,5kg, gira 360 graus, iluminação LED, funciona sem cabos e as baterias recarregáveis também são aprovadas para uso no modelo, e utiliza controle remoto
6	Não tem	cm	2 anos	MAN com carregador baixo, controle remoto, carregador, 2 baterias, tecnologia de rádio de 2,4 GHz, combinação novo veículo de reboque MAN com reboque basculante
7	Não tem	cm	2 anos	Scania com controle remoto do reboque basculante, escala 1:32, 2,4 GHz, iluminação LED, bateria ultra-poderosa como fonte de energia, inclui a sua própria bateria
8	Não tem	cm	2 anos	Porsche 911 GT3 RSR Set com controle remoto, escala 1:43, operado com controle remoto de punho de pistola, 2,4GHz, com direção proporcional e precisão adequada para quem gosta de dirigir
9	Não tem	cm	2 anos	Conjunto de Mercedes-Benz SLS AMG GT3 125 anos Duntlop, escala 1:43, com controle remoto de punho de pistola tem inovadora tecnologia de rádio de 2,4 GHz, tração de quatro rodas
10	Não tem	cm	2 anos	DTM Mercedes-AMG Conjunto C-Coupé, escala 1:43, com controle remoto de punho de pistola tem inovadora tecnologia de rádio de 2,4 GHz, tração desses modelos de corrida
11	Não tem	cm	2 anos	Conjunto de Audi R8 DTM com controle remoto, bateria, escala 1:43, 2,4 GHz, tração desses modelos de corrida alto com chassi de suspensão independente
12	Não tem	cm	2 anos	Conjunto BMW M4 DTM, escala 1:43, operado com controle remoto de punho de pistola tem inovadora tecnologia de rádio de 2,4 GHz, tração de alto padrão com motor de 100CV
13	Não tem	cm	2 anos	Conjunto Bentley Continental GT3 com unidade de controle remoto, numa escala 1:43 este veículo é reproduzido fielmente e pode ser acelerado por controle remoto

Figura 44- Jogos Eletrônicos Telecomandados - Garantia

Fonte: Elaboração própria

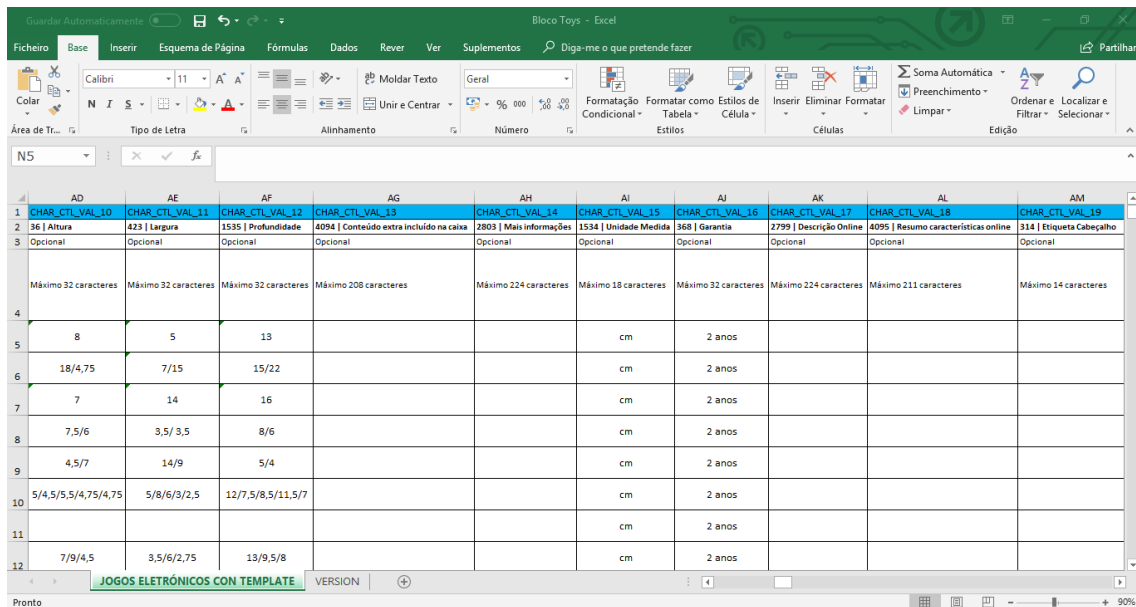
No *template* jogos eletrônicos construções é pedido a utilização, a idade mínima, número de peças, se é montagem de recurso a cola ou não, a cor, o material de cada brinquedo e a garantia (Figura 45/46).



	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
	CHAR_CTL_VAL_1	CHAR_CTL_VAL_2	CHAR_CTL_VAL_3	CHAR_CTL_VAL_4	CHAR_CTL_VAL_5	CHAR_CTL_VAL_6	CHAR_CTL_VAL_7	CHAR_CTL_VAL_8	CHAR_CTL_VAL_9	CHAR_CTL_VAL_10
1	457 Modelo	4580 Tipologia	6377 Utilização	5291 Idade mínima recomendada	5306 Nº de peças	6415 Montagem recurso a cola	3030 Cor	5307 Material	625 Peso	36 Altura
2	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional
3	Máximo 32 caracteres	Máximo 231 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 217 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres
4	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	60	Não		Espunja		
5	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	166	Não		Espunja		1
6	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	155	Não		Espunja		
7	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	180	Não		Espunja		
8	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	200	Não		Espunja		
9	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	235	Não		Espunja		5/4,5/5
10	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	280	Não		Espunja		
11	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	235	Não		Espunja		
12	Bloco Toys	Construção	Infantil	6	235	Não		Espunja		7

Figura 45- Jogos Eletrônicos Construções – Características (1)

Fonte: Elaboração própria

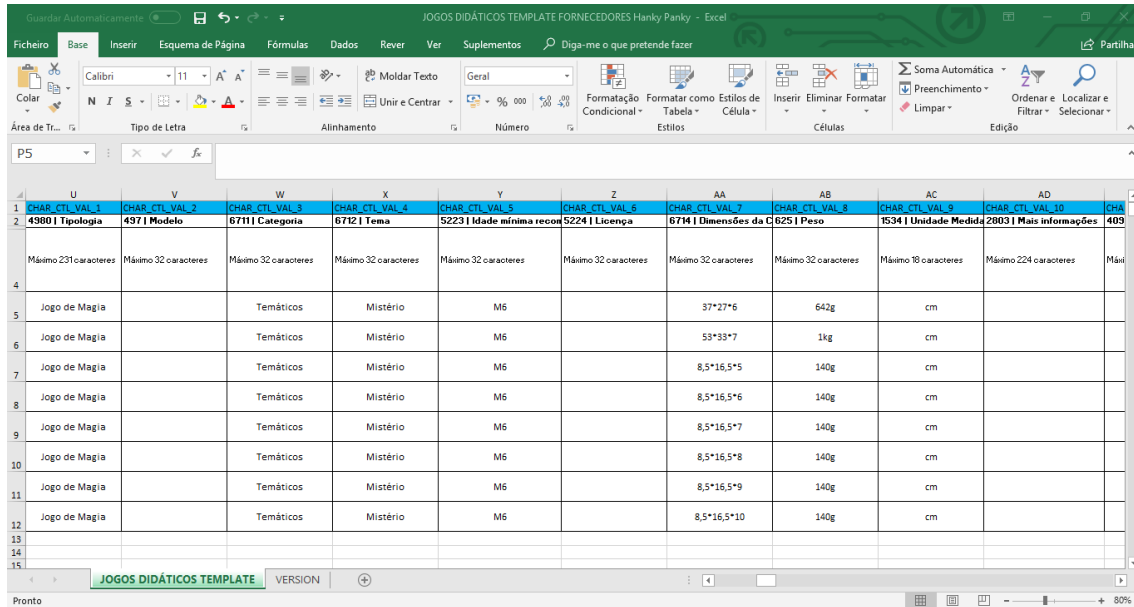


	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM
	CHAR_CTL_VAL_10	CHAR_CTL_VAL_11	CHAR_CTL_VAL_12	CHAR_CTL_VAL_13	CHAR_CTL_VAL_14	CHAR_CTL_VAL_15	CHAR_CTL_VAL_16	CHAR_CTL_VAL_17	CHAR_CTL_VAL_18	CHAR_CTL_VAL_19
1	36 Altura	423 Largura	1535 Profundidade	4094 Conteúdo extra incluído na caixa	2803 Mais informações	1534 Unidade Medida	368 Garantia	2799 Descrição Online	4095 Resumo características online	314 Etiqueta Cabeçalho
2	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional	Opcional
3	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 208 caracteres	Máximo 224 caracteres	Máximo 18 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 224 caracteres	Máximo 211 caracteres	Máximo 14 caracteres
4										
5	8	5	13			cm	2 anos			
6	18/4,75	7/15	15/22			cm	2 anos			
7	7	14	16			cm	2 anos			
8	7,5/6	3,5/ 3,5	8/6			cm	2 anos			
9	4,5/7	14/9	5/4			cm	2 anos			
10	5/4,5/5,4/7,5/4,75	5/8/6/3/2,5	12/7,5/8,5/11,5/7			cm	2 anos			
11						cm	2 anos			
12	7/9/4,5	3,5/6/2,75	13/9,5/8			cm	2 anos			

Figura 46- Jogos Eletrônicos Construções – Características (2)

Fonte: Elaboração própria

Nos jogos didáticos já é necessário introduzir a tipologia (jogo de cartas, de dados, de figuras etc), modelo, categoria (ação, clássicos, criativos, etc...), tema, idade mínima, licença e garantia (Figura 47).

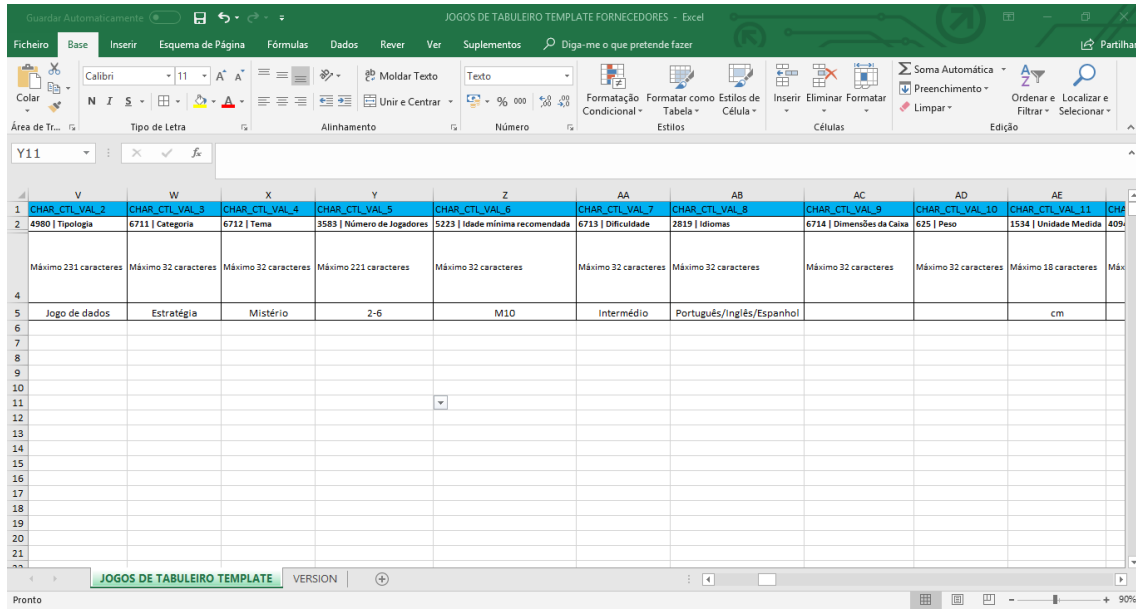


	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
1	CHAR_CTL_VAL_1	CHAR_CTL_VAL_2	CHAR_CTL_VAL_3	CHAR_CTL_VAL_4	CHAR_CTL_VAL_5	CHAR_CTL_VAL_6	CHAR_CTL_VAL_7	CHAR_CTL_VAL_8	CHAR_CTL_VAL_9	CHAR_CTL_VAL_10
2	4380 Tipologia	437 Modelo	6711 Categoria	6712 Tema	5223 Idade mínima recomendada	5224 Licença	674 Dimensões da Caixa	625 Peso	1534 Unidade de Medida	2803 Mais informações
3	Máximo 231 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 18 caracteres	Máximo 224 caracteres
4	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		37*27*6	642g	cm	
5	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		53*33*7	1kg	cm	
6	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*5	140g	cm	
7	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*6	140g	cm	
8	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*7	140g	cm	
9	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*8	140g	cm	
10	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*9	140g	cm	
11	Jogo de Magia		Temáticos	Mistério	M6		8,5*16,5*10	140g	cm	
12										
13										
14										
15										

Figura 47- Jogos didáticos

Fonte: Elaboração própria

Nos jogos de tabuleiro já é necessário introduzir tipologia (jogo de cartas, de dados, de figuras etc), modelo, categoria (ação, clássicos, criativos, etc...), tema, número de jogadores, idade mínima, dificuldade, idiomas e garantia (Figura 48).



	CHAR_CTL_VAL_2	CHAR_CTL_VAL_3	CHAR_CTL_VAL_4	CHAR_CTL_VAL_5	CHAR_CTL_VAL_6	CHAR_CTL_VAL_7	CHAR_CTL_VAL_8	CHAR_CTL_VAL_9	CHAR_CTL_VAL_10	CHAR_CTL_VAL_11	CHAR_CTL_VAL_12
1											
2	4980 Tipologia	6711 Categoria	6712 Tema	3583 Número de Jogadores	5223 Idade mínima recomendada	6713 Dificuldade	2819 Idiomas	6714 Dimensões da Caixa	625 Peso	1534 Unidade Medida	409
3	Máximo 231 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 221 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 32 caracteres	Máximo 18 caracteres	Máx
4											
5	Jogo de dados	Estratégia	Mistério	2-6	M10	Intermediário	Português/Inglês/Espanhol				cm
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											

Figura 48- Jogos de Tabuleiro

Fonte: Elaboração própria

4. Fotopacklist

A *Fotopacklist* é uma folha de excel com a seguinte informação: foto, a nossa referência, a designação do produto, EAN, quantidade em stock, a categoria da marca, o preço de revenda e o preço de venda em Portugal.

Estas folhas são elaboradas para enviar aos clientes para que fiquem com alguma informação da marca pretendida. Assim, facilmente, os clientes (retalhistas) conseguem associar fotografias com as devidas designações e preços (Figura 49).

Desde o início de estágio foi-me proposta a tarefa de realização de *Fotopacklist*, sendo que, durante estes meses de estágio, foi tarefa regularmente realizada por mim, com sucesso.

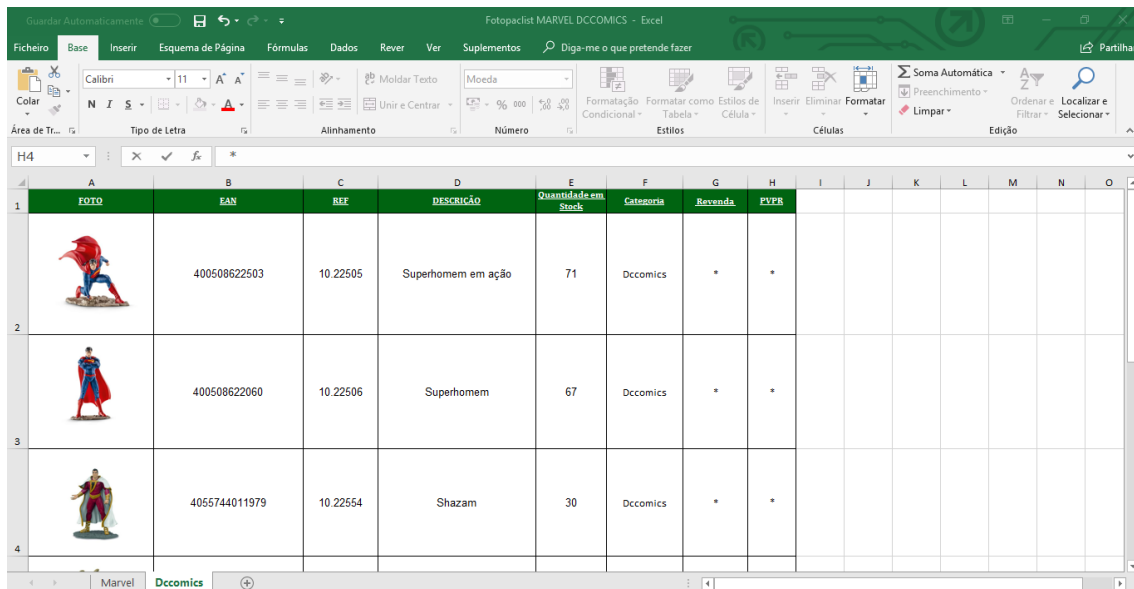





	FOTO	EAN	REF	DESIGNAÇÃO	Quantidade em Stock	Categoria	Revenda	PVFB
1		400508622503	10.22505	Superhomem em ação	71	Dccomics	*	*
2		400508622060	10.22506	Superhomem	67	Dccomics	*	*
3		4056744011979	10.22554	Shazam	30	Dccomics	*	*

Figura 49- Fotopacklist Schleich

Fonte: Elaboração própria

5. Tratamento de Imagens para o Site da Empresa

Como referido anteriormente, o site da Sr. Brinquedo está regularmente em atualização e algumas das fotos acabam por ser retiradas do *site*, e essas fotos tem de ser novamente colocadas para que os clientes consigam visualizar o produto para depois conseguirem comprar, pois só com o nome e a referência não conseguem perceber de que produto se trata. A figura 50 mostra uma referência com imagem e uma referência a dizer Sr. Brinquedo, esta última precisa de uma imagem.

Muitas das marcas não disponibilizam fotos com boa qualidade. Neste caso temos de tentar encontrá-las na internet com boa qualidade, para depois serem colocadas no site.

Esta tarefa foi realizada durante o estágio. Todas as semanas tinha de visualizar o site e verificar se alguma imagem estava em falta. As imagens mais importantes e as que tinha de encontrar em primeiro lugar eram as referências com stock, e só depois encontrar as imagens das referências sem stock.

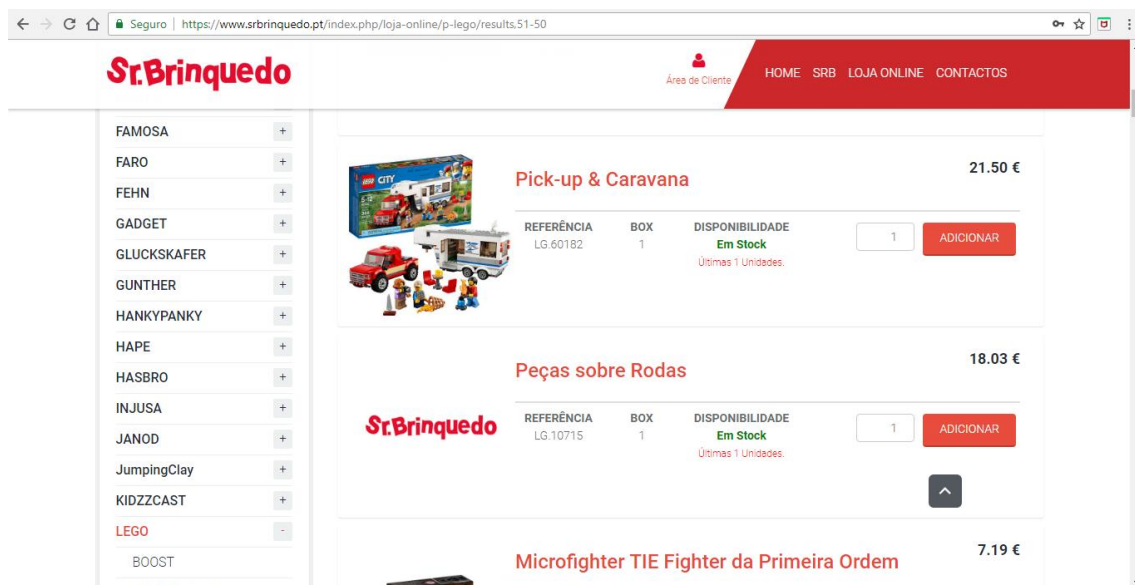


Figura 50-Imagens em falta no site

Fonte: Elaboração própria

6. Renomeação de Imagens

Cada marca já tem uma referência, mas para diferenciarmos quando a marca chega à empresa é-lhe dado um prefixo. Seguidamente vou exemplificar com alguns exemplos de referências da própria marca versus referências Sr. Brinquedo:

- Ref^a da marca *Schleich* - 20766 vs ref^a Sr. Brinquedo -10.20766
- Ref^a da marca *Bruder* - 03120 vs ref^a Sr. Brinquedo - 48.03120
- Ref^a da marca *JumpingClay* - C24-3 vs ref^a Sr. Brinquedo - JC.C24-3

Muitas vezes são utilizados números, é o caso das marcas *Schleich* e *Bruder*. Mas também utilizamos letras como por exemplo na *JumpingClay* com o prefixo JC.

Com a ajuda do programa *FastStone Image Viewer*, conseguimos renomear as várias imagens, como mostra na figura 51.

As imagens que queremos renomear estão colocadas numa pasta, depois no programa *FastStone*, abrimos essa mesma pasta, em renomear colocamos o prefixo com o *, adicionamos as fotos todas que estão dentro da pasta, e carregamos em iniciar, guardamos e já temos as nossas imagens todas renomeadas.

Realizei este trabalho sempre que chegavam marcas novas à empresa. Algumas delas, como referido anteriormente, já nos facultam as imagens e depois é só renomear.

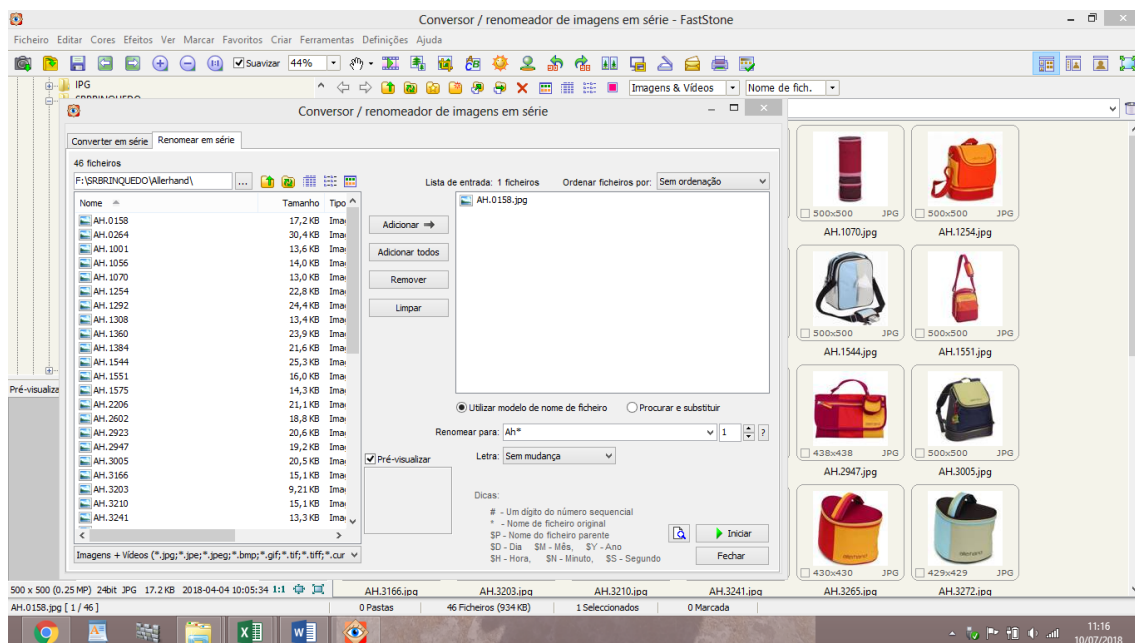


Figura 51- FastStone

Fonte: Elaboração própria

7. Arquivar Faturas

Uma vez que a empresa tinha algumas faturas por organizar propôs-me que ajudasse nessa tarefa.

Essa atividade consiste em organizar as faturas pelo número do documento, e por ano. As faturas são colocadas por ordem, do menor para o maior, por exemplo, do número 1 para o número 1000, de seguida colocam-se nas devidas capas, Fatura ou Fatura B, e escreve-se na capa o número onde começa e onde acaba. Assim, sempre que haja outras faturas para arquivar, será um processo fácil.

Arquivei também as notas de crédito, guias de transporte, faturas simplificadas, CTT (Correios de Portugal), com o mesmo processo.

8. Ficheiro *Master*

Um ficheiro master consiste em juntar toda a informação possível sobre os produtos de todas as marcas, para que um dia seja mais fácil poder encontrar qualquer tipo de informação pretendida.

Destes ficheiros constam as referências em stock, e os descontinuados em stock (brinquedos que já não vêm mais para a empresa e que queremos escoar). Para saber quais os produtos que estão descontinuados em stock é retirada uma listagem do PHC (Software Profissional), e só depois é que se consegue preencher o ficheiro.

Este ficheiro contém as referências, o EAN, B2B_online, B2B_espanha_online, B2C_online, designação em português, inglês e espanhol, descrição em português, inglês e espanhol, marca, categoria, subcategoria, temas, altura, comprimento, largura, e o peso (Figuras 52/53).

O B2B (Business-to-Business) é o comércio entre empresas, como por exemplo empresas virtuais e está mais relacionado com o comércio por grosso.

O B2C (Business-to-Consumer) “*tem como finalidade estabelecer relações comerciais entre as empresas e os consumidores finais*”, comércio entre empresas e consumidores (Roque, V,2018).

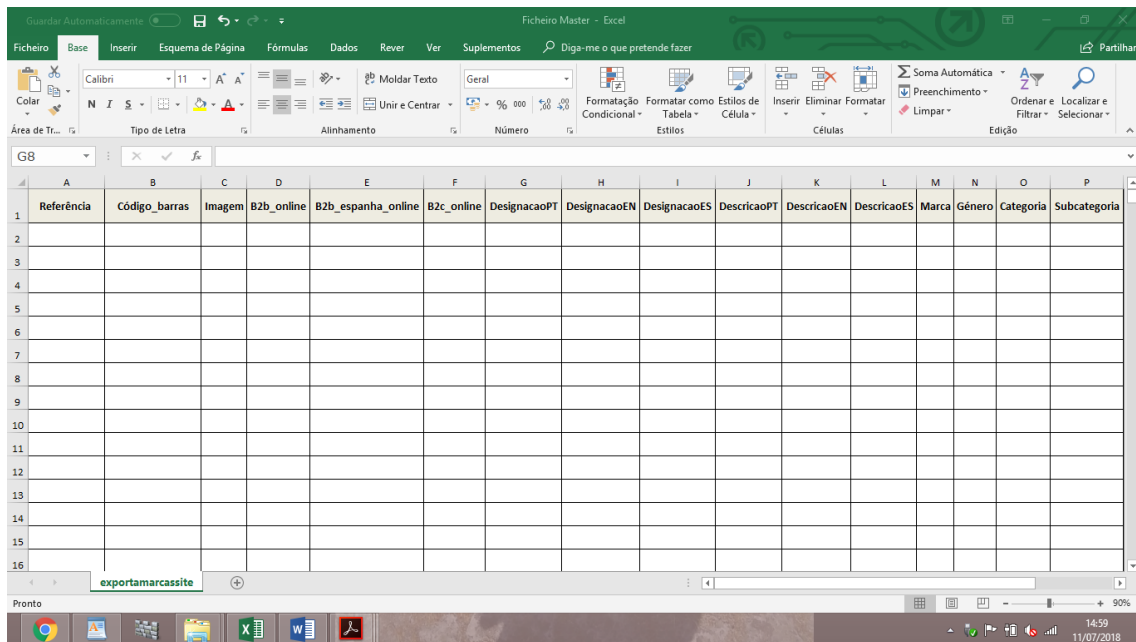


Figura 52- Ficheiro Master

Fonte: Elaboração própria

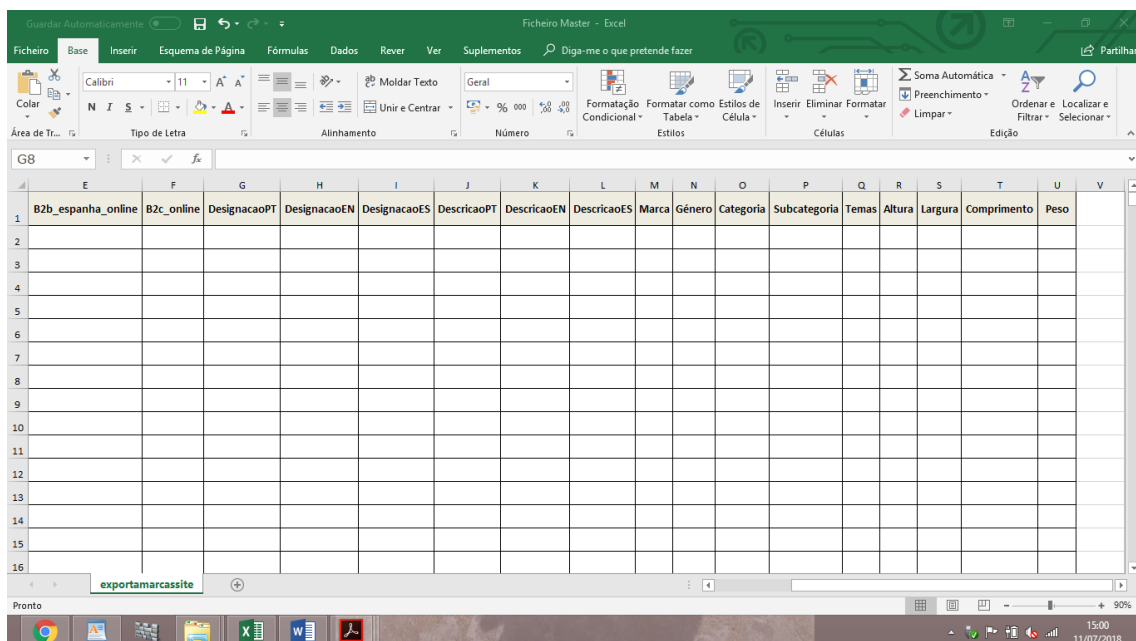


Figura 53- Ficheiro Master (1)

Fonte: Elaboração própria

9. Recolha de Informação de um Novo Produto

Recolhi e selecionei informação das marcas JumpingClay e Waboba, duas das marcas que entraram recentemente na empresa.

Essas informações resumem-se à aceitação das marcas no mercado, bem como os materiais de que são compostas, a faixa etária destinada a cada produto de ambas as marcas e uma breve síntese de cada uma.

Após cada recolha, toda a informação encontrada passa por um processo de tratamento, sendo organizada por:

- Medidas e pesos;
- Cores;
- Referências;
- EAN.

10.Etiquetagem

Na sequência de muito trabalho na empresa foi-me pedido se podia ajudar no armazém na parte da etiquetagem.

Alguns brinquedos não trazem tradução para português e quando chegam à empresa, visto que vão ser vendidos em Portugal é necessário colar as etiquetas nos devidos produtos.

Muitos produtos vêm todos com um código de barras diferentes, e muitos dos clientes pedem para que seja só um código de barras visto que com aqueles produtos conseguem fazer conjuntos e assim fica mais fácil de faturar.

CONCLUSÃO

Após a finalização desta experiência posso afirmar que me sinto realizada e feliz por poder ter tido a oportunidade de ter realizado o estágio na empresa Sr. Brinquedo.

Graças a todas as pessoas que fizeram parte desta caminhada, aprendi muito, por isso posso afirmar que as minhas expectativas foram felizmente superadas.

O estágio foi sem dúvida uma etapa fundamental para aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo das aulas do Curso Técnico Superior Profissional, essencialmente das unidades curriculares de gestão administrativa de comércio internacional, comércio eletrónico, comunicação, organização e gestão de empresas, marketing, gestão logística, tecnologias e sistemas de informação, gestão de vendas, inglês e transportes e logística internacional.

A Sr. Brinquedo proporcionou-me um estágio muito diversificado, pois tive acesso a todos os dados relacionados com a empresa, bem como estar a par de todas as atividades.

Durante o estágio fui confrontada várias vezes com situações novas, às quais me vi obrigada a realizar com sucesso.

Por estas razões, sinto que o estágio teve uma grande importância para o meu crescimento, oferecendo-me uma aprendizagem constante, tanto a nível pessoal, como a nível profissional. A Sr. Brinquedo, tornou-se um ponto de referência, onde me senti muito bem acolhida e recebida.

Na minha opinião, todas as tarefas desenvolvidas durante estas 750 horas foram muito importantes para o desenvolvimento do estágio.

Em suma, considero que os principais objetivos propostos foram atingidos, tendo conseguido desenvolver um verdadeiro gosto pela profissão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bruder. (2018). Obtido de <http://www.bruder.de/de/germany/haendler>
- Corolle. (2018). Obtido de <https://www.corolle.com/>
- Fehn, B. (2018). Obtido de <https://fehn.de/de/>
- Hasbro. (2018). Obtido de <https://www.hasbro.com/es-lam/>
- Janod. (2018). Obtido de <https://www.janod.com/>
- JumpingClay. (2018). Obtido de <https://jumpingclayportugal.pt/>
- Lego. (2018). Obtido de <https://www.lego.com/en-us>
- Mattel. (2018). Obtido de <https://www.mattel.com/en-us>
- Panky, H. (2018). Obtido de <http://www.hankypanky-toys.com/>
- Ravensburger. (2018). Obtido de <https://www.ravensburger.org/nlbe/start/index.html>
- Republic, W. (2018). Obtido de <https://www.wildrepublic.com/en/>
- Roque, V. (2018). Apontamentos da unidade curricular de *Comércio Digital*. Curso TeSP em Gestão Comercial, ESTG-IPG.
- Schleich. (2018). Obtido de <http://www.pilot.de/kundenbereich/>
- Science4You. (2018). Obtido de <https://brinquedos.science4you.pt/>
- Siku. (2018). Obtido de <https://cloud.siku.de/>
- Teixeira, D. (2017). Apontamentos da unidade curricular de *Organização e Gestão de Empresas*. Curso TeSP em Gestão Comercial, ESTG-IPG.
- Toys,B. (2018). Obtido de http://www.blocotoys.com/Bloco2012/pages/Bloco_info.html
- Waboba. (2018). Obtido de <https://www.waboba.com/>