IPG Politécnico da Guarda
Escola Superior de Tecnologia e Gestão

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Curso Técnico Superior Profissional
em Gestão e Comércio Internacional

Bruno Vieira Pinto

julho | 2019

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

BRUNO VIEIRA PINTO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO DIPLOMA DE TÉCNICO SUPERIOR PROFISSIONAL EM GESTÃO E COMÉRCIO INTERNACIONAL

julho de 2019

Ficha de identificação

Nome: Bruno Vieira Pinto

Número:1700524

Curso: Curso Técnico Superior Profissional de Gestão e Comércio Internacional

Morada: Rua do Cruzeiro º21

Código Postal: 3650-081 Touro-Vila Nova de Paiva

Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico da Guarda - Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Morada: Av. Doutor Francisco Sá Carneiro, n.º 50

Código Postal: 6300-559 Guarda

Website: www.ipg.pt/website/

Local de estágio: Sr. Brinquedo – Importação e Comércio de Brinquedos, Lda.

Morada: Plataforma Logística da Guarda

Código Postal: 6300-885 Guarda

Website: www.srbrinquedo.pt

Docente orientador: José Carlos Alexandre

Supervisor/a na Empresa: Catarina Paulo

Período de estágio: 26 de fevereiro a 15 de julho de 2019

Duração do estágio: 750 horas

Agradecimentos

Com a finalização deste relatório, não posso deixar de agradecer a algumas pessoas e entidades que, direta ou indiretamente, me ajudaram neste percurso tão importante da minha vida pessoal e profissional.

Primeiramente, quero agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda por ter aceitado a minha candidatura e, assim, me ter dado uma oportunidade.

A todos os meus professores, um bem-haja pela forma como me acolheram.

Ao meu orientador de estágio, Professor José Carlos Alexandre, pela sua disponibilidade e interesse no meu acompanhamento.

Quero agradecer também à minha supervisora de estágio Catarina Paulo pela excelente hospitalidade, um cumprimento extensível aos restantes elementos do Sr. Brinquedo.

Por fim, quero agradecer à minha família, pois sempre me apoiou em tudo durante este percurso da minha vida académica.

Plano de Estágio

O plano de estágio foi definido pela mina supervisora de estágio Catarina Paulo juntamente com o Dr. Nuno Henriques, presidente da instituição, englobando as seguintes atividades:

- Planificação e tratamento de imagens dos produtos comercializados;
- Renomeação de imagens;
- Identificação, tradução e descrição de artigos;
- Gestão do website internacional;
- Gestão das redes sociais.

Resumo

O presente relatório de estágio enquadra-se no âmbito do Curso Técnico Superior Profissional de Gestão e Comércio Internacional e tem como objetivo principal a exposição e reflexão sobre todas as atividades desenvolvidas durante o período de estágio, que decorreu na empresa Sr. Brinquedo.

O estágio centrou-se na aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o período letivo.

Durante o estágio, aprendi técnicas para a resolução de alguns problemas, bem como a sua aplicação, principalmente, na gestão do website da empresa, na planificação e tratamento de imagens, gestão de redes sociais, entre outras atividades.

Palavras-Chave: Brinquedos, marcas, Sr. Brinquedo.

Índice geral

Ficha de identificação i
Agradecimentos ii
Plano de Estágio iii
Resumo iv
Índice geral v
Índice de figuras vi
Índice de tabelas vii
Lista de acrónimos e siglas viii
Introdução 1
Capítulo 1- SR. BRINQUEDO 2
1.1 Sr. Brinquedo: passo a passo 3
1.2 As empresas do grupo Sr. Brinquedo 5
1.3 Estrutura organizacional 7
1.4 Marcas comercializadas pelo grupo Sr. Brinquedo 10
1.5 Visão, Missão, Valores e Objetivos 11
1.6 Análise SWOT 12
Capítulo 2- ATIVIDADES DESENVOLVIDAS 14
2.1 Realização de *fotopackinglists* 16
2.2. Pesquisa e tratamento de imagens para o website da empresa 17
2.3. Realização e expedição de encomendas Yupitime 18
2.4 Renomeação de referências e traduções de designações e descrições de produtos 20
2.5 Colaboração na construção de ficheiros *master* 23
2.6 Etiquetagem 24
Reflexão final 27
Referências bibliográficas 28

Índice de figuras

Figura 1- Armazém SRB 4
Figura 2- Escritórios SRB 4
Figura 3- Localização e contactos SRB 4
Figura 4- Grupo Sr. Brinquedo 5
Figura 5- Logótipo GestBrink 6
Figura 6- Logótipo Brink 6
Figura 7- Logótipo Yupitime 6
Figura 8- Logótipo WiseGames 7
Figura 9- Organograma 8
Figura 10 - Mapa de distribuição dos comerciais 9
Figura 11- As marcas comercializadas pela Sr. Brinquedo 10
Figura 12- Fotopackinglist Science4you 16
Figura 13- Exemplo de produto sem imagem no website 17
Figura 14- Etiqueta MRW 19
Figura 15- Etiqueta Chronopost 19
Figura 16- Realização de encomenda Yuipitime 20
Figura 17- Ducati Panigale 1299 20
Figura 18- Lista de prefixos das várias marcas 21
Figura 19- Tradução de designações e descrições de produtos 22
Figura 20- Registo de medidas de produtos Playmobil 23
Figura 21- Etiqueta DHL 24
Figura 22- PHC (software interno da empresa) 25

Índice de tabelas

Tabela 1 - Análise SWOT 13

Lista de acrónimos e siglas

B2B: *Business-to-business*

B2C: *Business-to-consumer*

EAN: *European Article Number*

PLIE: Plataforma Logística de Iniciativa Empresarial

SRB: Sr. Brinquedo

SWOT: *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*

Introdução

Terminada a parte letiva do curso, decidi escolher a empresa Sr. Brinquedo para a realização do meu estágio curricular, aconselhado por uma antiga estagiária. O estágio decorreu entre 26 de fevereiro e 15 de julho de 2019.

Durante o estágio, tive a oportunidade de estar em contacto pela primeira vez com o mundo do trabalho e de pôr em prática os conhecimentos que adquiri ao longo dos anos letivos, como a realização de *templates, fotopackinglists,* entre outros.

O presente relatório está dividido em dois capítulos. No primeiro, procedo à apresentação da empresa, tendo em consideração, nomeadamente, a sua visão, missão, objetivos e valores. Por fim apresento uma análise SWOT.

Por fim, apresento uma reflexão final sobre estes meses que muito contribuíram para o meu conhecimento e experiência no mundo do trabalho.

Capítulo 1- SR. BRINQUEDO

Neste capítulo, o objetivo principal é apresentar o Sr. Brinquedo. Começo por descrever, em traços largos, a sua história, como é que surgiu a ideia e como é que se foi desenvolvendo até aos dias de hoje. Depois, descrevo a sua estrutura organizacional e as várias empresas que constituem o grupo Sr. Brinquedo. Por fim, apresento uma análise SWOT.

1.1 Sr. Brinquedo: passo a passo

A Sr. Brinquedo é uma empresa vocacionada para a criança. A sua missão é proporcionar aos pais os meios necessários para o desenvolvimento de experiências únicas com os filhos, ajudando estes a crescer e a aprender de forma divertida.

A Sr. Brinquedo define três pilares fundamentais:

- Produto;
- Cliente;
- Serviço.

Dentro do Sr. Brinquedo, todos os colaboradores têm um papel fundamental, desde o presidente até aos operários de armazém, passando pelos comerciais, chefes de armazém, entre outros.

A Sr. Brinquedo foi criada por cinco familiares e começou a operar em maio de 2004.

Nos dois primeiros anos, a distribuição de brinquedos era realizada a partir de uma garagem em Sintra. Em 2012 devido à dimensão que a empresa, entretanto, alcançou, mudou-se para a Guarda passando a estar sediada na Plataforma Logística de Iniciativa Empresarial (PLIE), como podemos verificar nas figuras 1, 2 e 3. O fator geográfico foi decisivo nessa opção. Alargar o negócio para Espanha era um dos objetivos estratégicos da empresa e a Guarda fica mais perto da fronteira.

Atualmente, a empresa tem uma loja física de venda ao público no centro comercial La Vie na cidade da Guarda.

Figura 1- Armazém SRB

Fonte: Elaboração própria

Figura 2- Escritórios SRB

Fonte: Elaboração própria

Figura 3- Localização e contactos SRB

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

1.2 As empresas do grupo Sr. Brinquedo

O grupo Sr. Brinquedo (figura 4) é constituído por várias empresas, a saber: Sr. Brinquedo, Brink, GestBrink, Yupitime e a WiseGames. As empresas Sr. Brinquedo, Brink e GestBrink ocupam-se da distribuição de artigos em toda a Península Ibérica; a Yupitime destina-se à venda de brinquedos e de artigos de puericultura online; a WiseGames é uma editora de jogos.

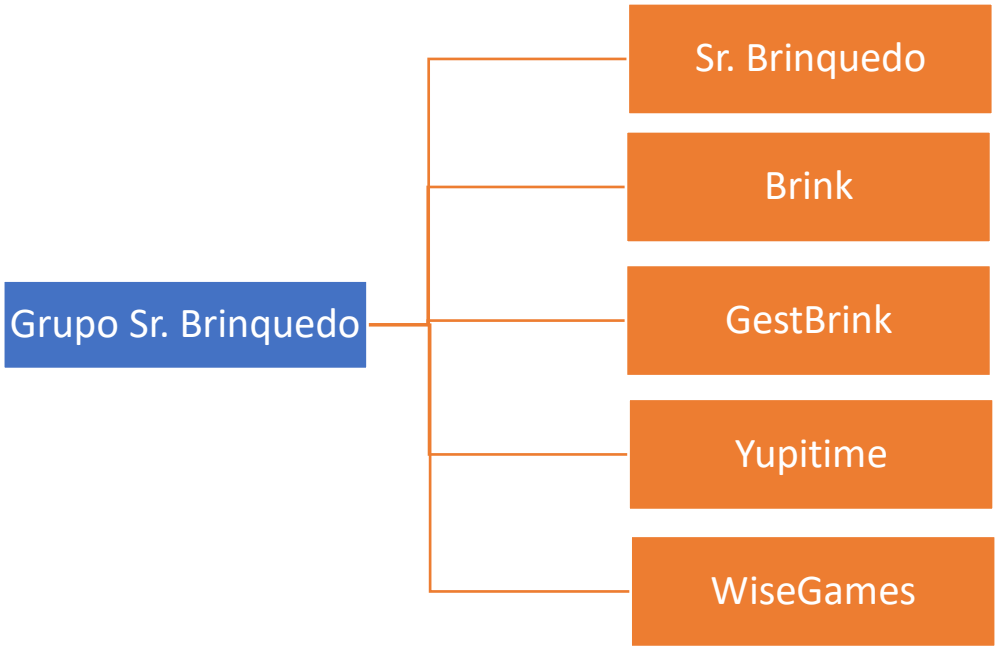


Figura 4- Grupo Sr. Brinquedo

Fonte: Elaboração própria

GestBrink

Fundada em 2012, é uma distribuidora de brinquedos e puericultura. Com sede e armazém na cidade Guarda, a sua área de atuação é centrada em Portugal (figura 5).

Figura 5- Logótipo GestBrink

Fonte: GestBrink (2019)

Brink

Atualmente com escritórios em Barcelona, é uma empresa de distribuição e comércio de brinquedos em Espanha. (Figura 6)

Figura 6- Logótipo Brink

Fonte: Distribuciones (2019)

Yupitime

A Yupitime dedica-se ao comércio de brinquedos, puericultura e pré-mamã. (Figura 7)

Figura 7- Logótipo Yupitime

Fonte: Yupitime (2019)

WiseGames

A WiseGames é orientada par a criação e personalização de jogos de tabuleiro. A sua maior criação é o jogo Trench, distribuído, exclusivamente, pela Sr. Brinquedo em Portugal e pela Brink em Espanha. (Figura 8)

Figura 8- Logótipo WiseGames

Fonte: WiseGames (2019)

A partir deste tópico, o relatório centra-se na empresa Sr. Brinquedo e não no grupo, apesar de existirem algumas referências às empresas do grupo.

1.3 Estrutura organizacional

Um organograma é um gráfico que representa a estrutura formal da empresa ou uma representação gráfica da estrutura organizacional. Geralmente, um organograma reflete a hierarquia da organização, os departamentos e a comunicação entre eles e é, por isso, vertical. O organograma que aqui apresento (figura 9) não corresponde a essa representação clássica, uma vez que existe um achatamento da estrutura hierárquica, ou seja, a empresa não apresenta uma extensa linha hierárquica.

Neste organograma, destaca-se apenas a direção devido à sua importância em termos das decisões de gestão e da resolução de problemas.

Figura 9- Organograma

Fonte: Elaboração própria

A direção é presidida pelo Dr. Nuno Henriques. No total, a empresa tem oito funcionários. Além destes temos de considerar os comerciais Vítor Hugo, Carlos Lopes e Paulo Madeira que exercem funções fora da própria empresa, mas que são funcionários da mesma.

O departamento financeiro é responsável pela gestão de fundos, investimentos e do risco financeiro. Está integrado neste departamento o setor da contabilidade, que tem como objetivo o registo, controlo, avaliação e previsão. É constituído por dois funcionários.

O armazém/logística e a administração estão integrados no departamento operacional.
A administração trata principalmente dos contactos com os clientes. É nesta secção que se realizam as encomendas, o acompanhamento de vendedores e clientes, a faturação e outras atividades que envolvem o Departamento financeiro, nomeadamente, a entrega de faturação para registar a saída ou entrada de dinheiro. A administração organiza ainda

reuniões entre os clientes e os executivos da empresa. A administração é constituída por três elementos.

O departamento de Marketing e Comunicação é responsável pelos estudos de mercado, os quais visam antecipar as necessidades dos clientes. Elabora ainda *Newsletters* mensais para a divulgação dos produtos. Estas *Newsletters* são enviadas para todos os clientes via plataformas digitais e colocadas nas redes sociais. Os elementos do departamento de Marketing são responsáveis pela avaliação dos mercados em que a empresa pretende atuar. A gestão das vendas é responsabilidade do departamento comercial. Os agentes comerciais estão divididos por zonas do país, como podemos observar na figura 10.

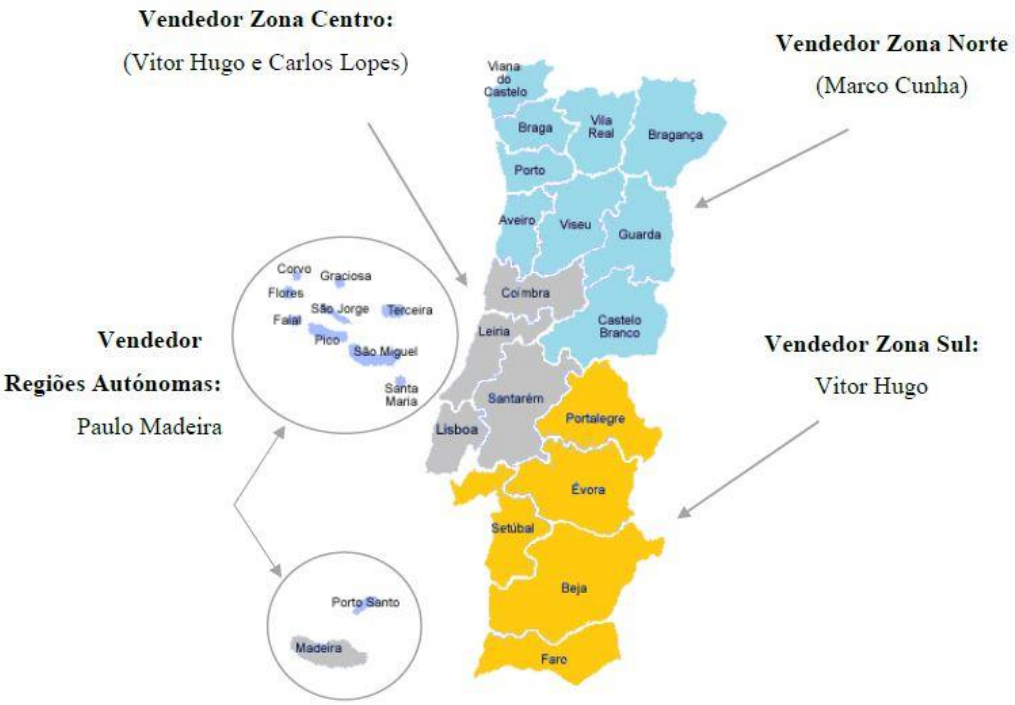


Figura 10 - Mapa de distribuição dos comerciais

Fonte: Primo (2018)

1.4 Marcas comercializadas pelo grupo Sr. Brinquedo

Na figura 11, podemos verificar os logótipos das principais marcas comercializadas pelo Sr. Brinquedo, nomeadamente: Lego, Ravensburger, Playmobil, Corolle, Siku, Schleich, Bruder, Mattel, Hasbro, Science4You, Pythagoras. A Sr. Brinquedo efetua uma rigorosa seleção de marcas, tendo por base uma indiscutível componente de qualidade aliada a uma forte rotação nos pontos de venda.

Figura 11- As marcas comercializadas pela Sr. Brinquedo

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

1.5 Visão, Missão, Valores e Objetivos

Visão

"*A visão de uma empresa traduz, de forma abrangente, um conjunto intenções e aspirações para o futuro, servindo de inspiração a todos os membros da organização"* (Oliveira & Marques, 2017, p. 44). A visão do Sr. Brinquedo é: "*Liderança na área da distribuição de brinquedos através da seleção de marcas de excelência*" (Sr. Brinquedo, 2019).

Missão

"*A missão consiste numa declaração escrita que traduz os ideais e orientações globais da empresa"* (Oliveira & Marques, 2017, p. 46). 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*" (Sr. Brinquedo, 2019).

Valores

Os valores da Sr. Brinquedo são a alta competência dos seus funcionários, a boa e forte relação com os clientes, a inovação/ evolução.

Objetivos gerais

Um dos principais objetivos da empresa é a satisfação dos clientes. Consequentemente, aspira-se à fidelização dos clientes por muitos e bons anos.

1.6 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta que permite realizar um diagnóstico da empresa no meio em que está implantada, ajudando, assim, a definir os objetivos e opções estratégicas.

Na análise SWOT da empresa Sr. Brinquedo (tabela 1), destaca-se um ponto forte: o nível de qualidade altíssimo dos produtos. Além disso, o processo de internacionalização é muito importante, bem como a localização geográfica e os recursos humanos qualificados.

As ameaças (externas e fora do controlo da organização) não podem ser ignoradas. Hoje, as crianças, em idades cada vez menores, aderem às novas tecnologias, deixando para trás os brinquedos tradicionais. Em meu entender, esta é a maior ameaça/desafio para a empresa, não excluindo, obviamente, potenciais entradas de empresas concorrentes no mercado.

De entre os pontos fracos, destaco a dependência da Sr. Brinquedo de empresas exteriores de transportes, dependência essa que poderá causar alguns danos reputacionais, porquanto, por vezes, essas empresas não cumprem os prazos de entrega a clientes. Além disso produtos com defeito levam a prejuízos que, em grande quantidade, podem pôr em risco a empresa.

Em suma, penso que a empresa está bem estruturada e consciente de todas as ameaças e pontos fracos referidos nesta analise SWOT. Ao mesmo tempo, reforça diariamente os seus pontos fortes e aproveita as oportunidades, atenuando, assim, os seus pontos fracos e ameaças.

Das várias conjugações entre estes quatro elementos (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades), resultam várias sugestões que podem servir de orientação estratégica. Essas sugestões, por mim consideradas, constam na tabela 1. De entre essas sugestões destaco o uso de todos os pontos fortes para combate a uma possível entrada de uma empresa concorrente no mesmo setor de atividade e uma maior aposta em B2C (empresa para consumidor final). A associação dos produtos de qualidade às novas tendências e o uso de embalagens recicladas são outras sugestões feitas por mim.

Tabela 1 - Análise SWOT

Sr.Brinquedo	S (Pontos Fortes) • Localização geográfica; • Produtos de qualidade; • Recursos humanos qualificados. • Internacionalização.	W (Pontos Fracos) • Dependência de empresas exteriores no transporte de mercadorias; • Alguns produtos com defeito;
O (Oportunidades) • Novas tendências de mercado tal como produto a aposta em produtos inovadores; • Novas tecnologias; • Preocupações ambientais.	Sugestões • Embalagens recicladas; • Sensibilizar fornecedores para o envio de mercadorias embaladas em matérias amigas do ambiente; • Associar os produtos de qualidade às novas tendências.	Sugestões • Fazer com mais frequência publicações nas redes sociais; • Uso das novas tecnologias para combater os incumprimentos.
T (Ameaças) • O mercado concorrente; • Predomínio das tecnologias nas crianças	Sugestões • Uso de todos os pontos fortes para combate a uma possível entrada de uma empresa no mesmo setor de atividade.	Sugestões • Uma maior aposta em B2C (empresa para consumidor final)

Fonte: Elaboração própria, baseado em (Primo, 2018)

Capítulo 2- ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Neste capítulo, estão descritas todas as atividades desenvolvidas durante o estágio.

As atividades realizadas foram diversas. Primeiramente, como medida de integração, foi-me dito para analisar o website da empresa e, principalmente, encontrar lacunas no que diz respeito a imagens de produtos na loja online. Às vezes, essas imagens não estavam corretas ou, simplesmente, não existiam.

Realizei outras atividades, nomeadamente

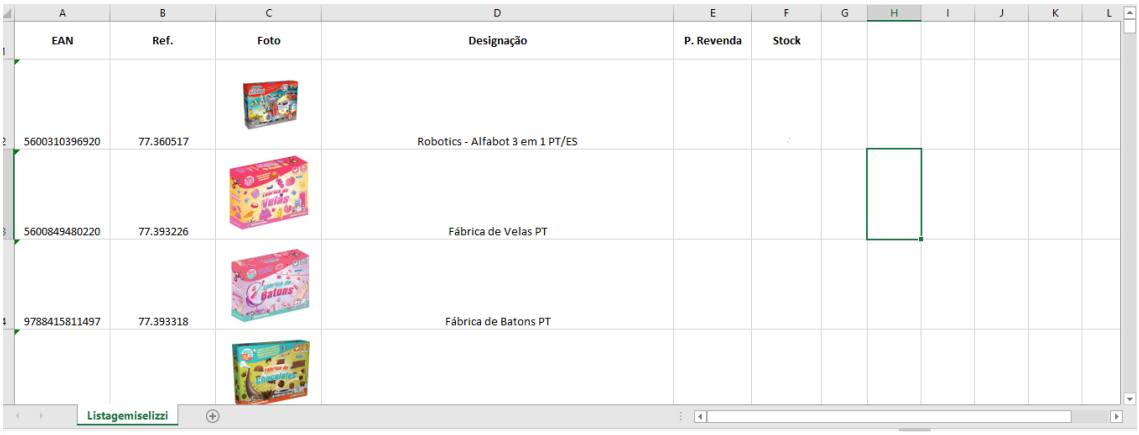
- Realização de *fotopacklists*;
- Pesquisa e tratamento de imagens para o website da empresa;
- Realização e expedição de encomendas Yupitime;
- Renomeação de referências e traduções de designações e descrições de produtos;
- Colaboração na construção de ficheiros *master*;
- Pesquisa de informações de produtos como as medidas e o peso para colocar na descrição do produto no website;
- Etiquetagem;
- Contagem de stock.

De seguida, descreverei as atividades sobreditas.

2.1 Realização de *fotopackinglists*

Uma *fotopackinglists* é um documento Excel que contém o código de barras do produto, a sua referência, imagem, designação, preço de revenda e o stock disponível. Estes documentos Excel são importantes. Por questões de custos para a empresa e para o ambiente, os catálogos físicos são dispensáveis. Quando há bastante procura de um produto, a Sr. Brinquedo pode, assim, contribuir para um ambiente mais saudável e, ao mesmo tempo, poupar no papel. Além disso, o envio de uma *fotopackinglist* é instantâneo, ao contrário dos catálogos físicos que implicam mais custos, e, no mínimo, demoram um dia a chegar ao cliente.

Nesta atividade, foi-me fornecido um documento Excel no qual constavam apenas as referências e marcas dos produtos. Neste caso concreto, esta *fotopackinglist* é referente apenas a uma marca. A minha missão foi a pesquisa de imagens desses produtos e, posteriormente, a colocação das mesmas no ficheiro. Na figura seguinte, podemos observar um exemplo de uma *fotopackinglist* da marca Science4you, uma empresa 100% portuguesa que se dedica ao desenvolvimento, produção e comercialização de brinquedos educativos e científicos.



EAN	Ref.	Foto	Designação	P. Revenda	Stock
5600310396920	77.360517		Robotics - Alfabot 3 em 1 PT/ES		
5600849480220	77.393226		Fábrica de Velas PT		
9788415811497	77.393318		Fábrica de Batons PT		

Figura 12- *Fotopackinglist* Science4you

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

2.2. Pesquisa e tratamento de imagens para o website da empresa

Uma das principais tarefas que me foram incumbidas foi a pesquisa e tratamento de imagens para o website do Sr. Brinquedo. Haviam sido detetadas algumas lacunas. Por exemplo, não estavam disponíveis imagens de alguns produtos, como se pode ver na figura seguinte. Esta lacuna pode provocar desinteresse no cliente na hora da compra.

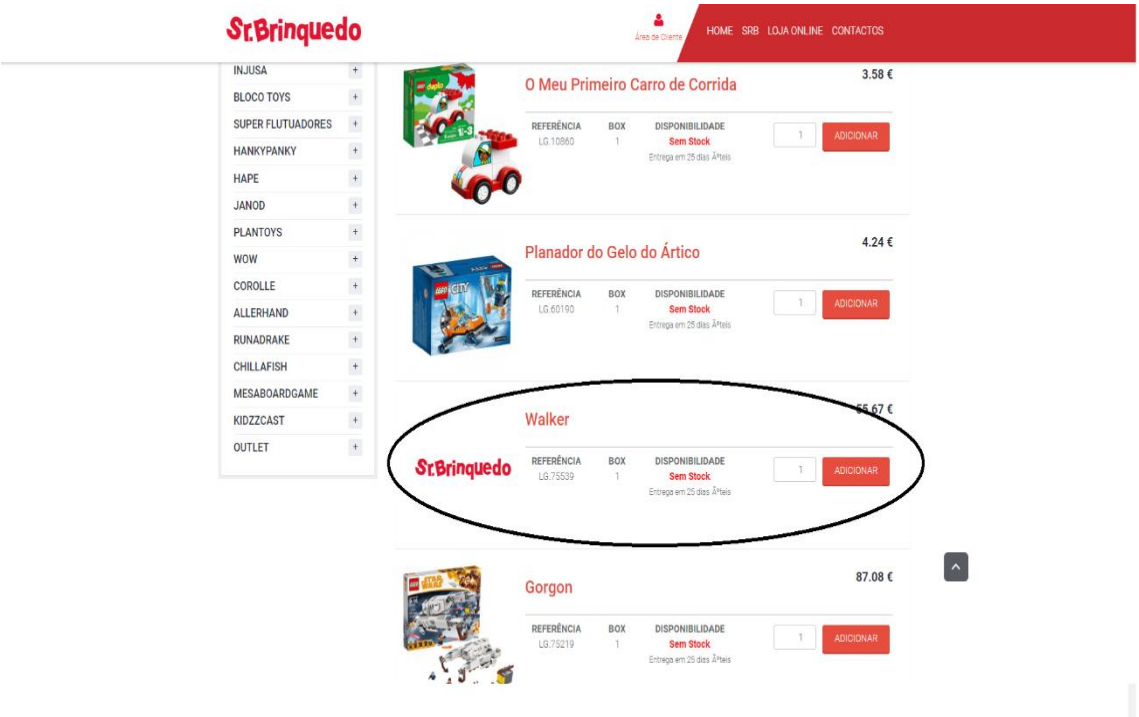


Figura 13- Exemplo de produto sem imagem no website

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Este produto da marca Lego é apenas um exemplo ilustrativo. Na realidade, estavam na mesma situação mais produtos das diversas marcas que o Sr. Brinquedo comercializa,

2.3. Realização e expedição de encomendas Yupitime

Como referido no capítulo anterior, a Yupitime é uma das empresas do Grupo SRB. A Yupitime vende em várias plataformas online como a Amazon, Worten, Fnac, entre outras. Muitas vezes, devido ao elevado volume de trabalho e de encomendas, trabalhei no armazém. O processo consiste primeiramente na faturação realizada pelo Sr. Idalécio. Depois dessa faturação, munido das faturas, localizava os produtos nas prateleiras. De seguida, procedia-se a uma impressão de etiquetas. Dependendo do destino, existem dois tipos de etiquetas: Etiquetas MRW e etiquetas Chronopost. Ambas as empresas - MRW e Chronopost - são de transporte expresso. Depois de uma análise de custos, a Sr. Brinquedo optou por entregar à MRW as entregas em Portugal e Espanha, e à Chronopost as entregas no resto do mundo.

Todavia, se o cliente manifestar preferência por outra empresa de transportes, a Sr. Brinquedo não levanta nenhuma objeção, uma vez que os portes de envio são suportados pelo cliente. Na generalidade das plataformas online, não se cobram portes de envio em compras acima de 25€.

Na figura 15 e na figura 16, apresento dois exemplos de etiquetas das duas empresas de transportes que operam com a Yupitime.

Durante o estágio, executei várias encomendas Yupitime. A figura 17 ilustra uma dessas encomendas.

Figura 14- Etiqueta MRW

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Figura 15- Etiqueta Chronopost

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Figura 16- Realização de encomenda Yuipitime

Fonte: Elaboração própria

2.4 Renomeação de referências e traduções de designações e descrições de produtos

Cada produto é identificado por uma referência, a qual é constituída por um prefixo. Por exemplo, no caso da marca Siku, a referência é 74. Cada produto tem a sua referência especifica, como podemos observar na figura 17.

Figura 17- Ducati *Panigale* 1299

Fonte: Elaboração própria

Foi-me incumbida a tarefa de renomear referências. Ou seja, havia produtos que, por alguma razão, tinham os seus prefixos trocados ou a sua referência completa estava incorreta. Esse lapso pode trazer consequências para a Sr. Brinquedo. Quando um cliente compra um produto, o funcionário que executa a encomenda guia-se pela referência. Se a referência do produto estiver errada, o cliente pode receber o produto errado. Isto pode originar reclamações e mais custos (nomeadamente de envio) para o Sr. Brinquedo.

A pesquisa dos produtos para a verificação das respetivas referências foi realizada recorrendo a websites - regra geral, os websites das próprias marcas. Foi-me fornecida uma lista de todas as marcas comercializadas com os seus respetivos prefixos, conforme a figura 18.

Prefixo	Marca
03	POLY-M
05	GLUCKSKAFER
08	MINILAND
10	SCHLEICH
11	MAIA BORGES
16	VALLEJO
17	WWF
20	FEHN
21	COROLLE
33	FRENETIK WAVE
48	BRUDER
69	WILD REPUBLIC
74	SIKU
76	DIFRAX
77	SCIENCE4YOU
90	WOW
91	PLANTOYS
92	NIKKO
4M	4M
AD	ALGODAO DOCE
AH	ALLERHAND
BC	BLOCO TOYS
C7	CHIP7
CF	CHILLAFISH
CL	CLEMENTONI
CS	CASIO
DQ	DEQUBE
DT	DREAMTOYS
DV	DEVIR
FM	FAMOSA
FR	FARO
FW	FEWEL
GT	GUNTHER
GU	GADGET
HA	HAPE
HB	HASBRO
HP	HANKYPANKY
IJ	INJUSA
IN	SUPER FLUTUADORES
IP	PUZZLES PORTUGAL
JC	JumpingClay
JD	JANOD
KC	KIDZZCAST
LG	LEGO
MB	MATTEL
MD	MONDO TOYS

Prefixo	Marca
ME	MECCANO
MG	MESABOARDGAME
MGB	MAGIKBEE
MP	MULTIPRINT
OE	ORANGE
OG	ORIGEN
OL	OLIVO
PL	PLAYMOBIL
PY	PYTHAGORAS
RB	RAVENSBURGER
RC	THE CREATIVITY HUB
RD	RUNADRAKE
RT	ROLLYTOYS
RV	ROCHAVASC
SD	KARRIMOR
SD	SPORTSDIRECT
SES	SES
SG	Z_SM
SL	SLIME
SM	SMOBY
ST	SIGTOYS
TF	TOTALLYFASHION
VR	VIA RÁPIDA
WB	WABOBA
WG	WISEGAMES
YM	YUPIMEAL

Figura 18- Lista de prefixos das várias marcas

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Como referi no capítulo anterior, a Sr. Brinquedo aposta, cada vez mais, na internacionalização e o seu número de clientes estrangeiro já é significativo. Assim, além

da renomeação acima descrita, outra das tarefas que realizei foi a tradução de descrições e designações de produtos.

O website da empresa surge em português, mas os produtos estão descritos em várias línguas. O nome dos produtos corresponde à sua designação e a sua descrição varia de produto para produto. Por exemplo, a descrição de um puzzle passa essencialmente pela sua composição, nomeadamente, o número de peças que contém, se é um puzzle infantil ou não, e se é um puzzle em três dimensões ou em duas dimensões.

Não só as traduções foram colocadas no website como foram enviadas para clientes em *fotopackinglists* e *templates.* Na figura 19, está representada uma amostra das traduções por mim efetuadas.

L1059 | Puzzle con 54 piezas

	J	K	L	M	N	
527						
528	DescricaoPT	DescricaoEN	DescricaoES	Marca	Género	C
529	Puzzle com 100 peças	Puzzle with 100 pieces	Puzzle con 100 piezas	RAVENSBURGER		
530	Puzzle com 300 peças	Puzzle with 300 pieces	Puzzle con 300 piezas	RAVENSBURGER		
531	Puzzle com 759 peças	Puzzle with 759 pieces	Puzzle con 759 piezas	RAVENSBURGER		
532	Puzzle com 1000 peças	Puzzle with 1000 pieces	Puzzle con 1000 piezas	RAVENSBURGER		
533				RAVENSBURGER		Puzzles
534	2 Puzzles com 24 peças cada um	2 Puzzles with 24 pieces each	2 puzzles con 24 piezas cada uno	RAVENSBURGER		Puzzles
535	Puzzle com 30-48 peças	Puzzle with 30-48 pieces	Puzzle con 30-48 piezas	RAVENSBURGER		Puzzles
536	4 Puzzles com 12/16/20/24 peças cada um	4 Puzzles with 12/16/20/24 pieces each	4 puzzles con 12/16/20/24 piezas cada uno	RAVENSBURGER		
537	2 Puzzles com 24 peças cada um	2 Puzzles with 24 pieces each	2 puzzles con 24 piezas cada uno	RAVENSBURGER		
538	Puzzle com 100 peças	Puzzle with 100 pieces	Puzzle con 100 piezas	RAVENSBURGER		
539	Puzzle com 100 peças	Puzzle with 100 pieces	Puzzle con 100 piezas	RAVENSBURGER		
540	Puzzle com 100 peças	Puzzle with 100 pieces	Puzzle con 100 piezas	RAVENSBURGER		
541	Puzzle com 150 peças	Puzzle with 150 pieces	Puzzle con 150 piezas	RAVENSBURGER		
542	Puzzle com 200 peças	Puzzle with 200 pieces	Puzzle con 200 piezas	RAVENSBURGER		
543	Puzzle com 200 peças	Puzzle with 200 pieces	Puzzle con 200 piezas	RAVENSBURGER		
544	Puzzle com 500 peças	Puzzle with 500 pieces	Puzzle con 500 piezas	RAVENSBURGER		
545	Puzzle com 500 peças	Puzzle with 500 pieces	Puzzle con 500 piezas	RAVENSBURGER		
546	Puzzle com 1000 peças	Puzzle with 1000 pieces	Puzzle con 1000 piezas	RAVENSBURGER		
547	Puzzle com 1000 peças	Puzzle with 1000 pieces	Puzzle con 1000 piezas	RAVENSBURGER		
548	Puzzle com 1000 peças	Puzzle with 1000 pieces	Puzzle con 1000 piezas	RAVENSBURGER		
549	Puzzle com 1000 peças	Puzzle with 1000 pieces	Puzzle con 1000 piezas	RAVENSBURGER		Puzzles
550	Puzzle com 18000 peças	Puzzle with 18000 pieces	Puzzle con 18000 piezas	RAVENSBURGER		Puzzles

Folha1

Pronto 95%

Figura 19- Tradução de designações e descrições de produtos

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Depois de concluídos, estes documentos eram encaminhados à minha supervisora, Catarina Paulo, que colocava as informações no website. Dentro do website é fundamental estarem descritas todas as características dos produtos para que o cliente possa visualizar o que vai comprar. Estes documentos são também enviados a clientes que por alguma razão pedem estas mesmas informações.

2.5 Colaboração na construção de ficheiros *master*

Num ficheiro *master*, junta-se toda a informação de um produto. Deste modo, torna-se mais fácil encontrar informação relativa a esse produto. Nestes ficheiros Excel, constam as referências dos produtos em *stock* e dos produtos descontinuados - aqueles produtos que já saíram da linha de produção, mas que ainda se encontram em stock e é preciso vender. Além das referências dos produtos, constam ainda no ficheiro master o EAN (código de barras), B2B online, B2B online Espanha, B2C online, designação e descrição (em português, inglês e espanhol), marca, categoria, subcategoria, temas, altura, comprimento, largura e peso.

A minha colaboração na construção destes ficheiros passou apenas pela pesquisa e preenchimento de alguns espaços, como as designações e traduções e as suas medidas dos produtos. Posteriormente, essas informações eram entregues a outra pessoa que elaborava os ficheiros master. Na figura 20, está representada uma amostra de um ficheiro de medidas dos produtos da Playmobil realizados por mim.

Referên	DesignacaoPT	Altura(c	Largura(c	Comprimento(c	Peso(k
PL.5466	Grua Grande com Controlo Remoto IV	15	60	49,5	2,995
PL.6132	Cinta Transportadora de Feno	9	18,5	24,5	0,376
PL.6612	*Porta-chaves Urso Panda	2	5,5	9	0,031
PL.6613	*Porta-chaves Skater	3	3	12,5	0,028
PL.6615	*Porta-chaves Polícia	1,5	3,5	13	0,029
PL.6616	*Porta-chaves Cavaleiro	1,5	4	12,5	0,03
PL.6617	*Porta-chaves Cavaleira	1,5	3,5	13,5	0,027
PL.6618	*Porta-chaves Princesa	1,5	3,5	12,5	0,029
PL.6641	*Família de Zebras	1	16	24	0,078
PL.6645	Família de Tigres	1	16	24	0,078
PL.6647	*Alpaca com Bebé	1	11,5	17,5	0,066
PL.6659	Sala de Raios X	7	18,5	14	0,183
PL.6790	1.2.3 Carro Descapotável	6	6	11,5	0,159
PL.6795	*1.2.3 Homem com Bote	4,5	16,5	12	0,113
PL.6817	Família de Cervos	7	18,5	14,5	0,185
PL.6836	Cavaleiro do Dragão	5	9	12,5	0,137

Figura 20- Registo de medidas de produtos Playmobil

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

2.6 Etiquetagem

Como referi antes, na fase final da execução de uma encomenda, é necessário colocar etiquetas. Para cada encomenda, é necessário também colocar a fatura num envelope. Tanto as etiquetas como as faturas são coladas à caixa da encomenda.

Além da MRW e da Chronopost, anteriormente referidas, a DHL também colabora com o Sr. Brinquedo. A DHL apenas transporta encomendas para clientes nacionais.

Podemos observar na figura 21 uma etiqueta da empresa de transportes DHL.

Figura 21- Etiqueta DHL

Fonte: Sr. Brinquedo (2019)

Ao contrário das outras empresas do grupo, que se direcionam na sua maioria para clientes particulares, a empresa Sr. Brinquedo está direcionada para as grandes superfícies. Isto leva a que a DHL seja a transportadora que mais colabora com a Sr. Brinquedo.

Não só etiquetei encomendas, como produtos. Normalmente, as etiquetas, rótulos, etc. dos produtos enviados pelos fornecedores não estão em português. É, por conseguinte, necessário colocar-lhes etiquetas em português a fim de serem comercializados em Portugal.

2.7 Contagem de *stock*

O *stock* na empresa é dividido em parcelas. Dito de outro modo, o armazém divide-se em 'minis armazéns'. Existe o armazém 70, que corresponde aos artigos danificados e descontinuados; o armazém 113, que corresponde à LOJA LA VIE, entre outros. Esta informação está toda reunida no PHC, *software* usado para controlar a entrada de mercadoria, permitindo, por exemplo, saber quantos artigos há de uma determinada referência, etc. (figura 22).

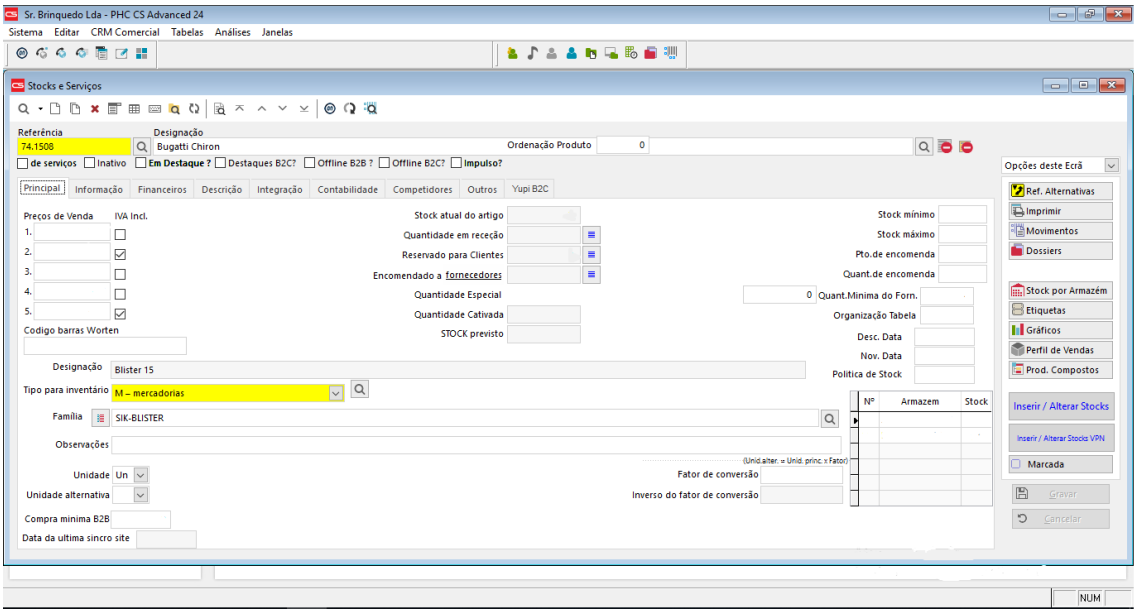


Figura 22- PHC - *software* interno da empresa

Fonte: Elaboração própria

Foi-me incumbida uma série de tarefas envolvendo *stocks*. Uma delas foi a contagem do *stock* do armazém 70 (danificados/descontinuados) juntamente com o meu colega de estágio. Subsequentemente, os dados eram colocados em ficheiros Excel para uma eficaz

organização por marcas, referências, etc. Esses produtos também eram sujeitos a uma análise cuidada da minha parte, pois era necessário verificar o seu estado físico para, posteriormente, serem vendidos, de maneira a escoar, principalmente, os artigos descontinuados.

Reflexão final

Agora que terminei o estágio curricular, sinto que é essencial refletir de uma forma mais geral sobre a experiência que vivi durante todo este período. Antes de realçar os pontos fortes desta experiência, convém sublinhar que senti algumas dificuldades, sobretudo, na fase inicial do estágio, em que tudo era novidade para mim. Todavia, a minha integração foi rápida e as minhas dificuldades iniciais de adaptação foram desaparecendo, naturalmente, com o tempo. O balanço que faço de todo o estágio é muito positivo. O estágio constituiu uma fase de grande crescimento para a minha formação, quer pessoal, quer profissional.

O estágio foi um momento de interação com a realidade empresarial, de ampliação e aprofundamento dos conhecimentos teóricos e práticos. Considero ter superado os desafios através de um questionamento sistemático do meu trabalho, numa postura de autoformação.

A oportunidade de contactar com diversas realidades e ambientes, bem como de intervir e trabalhar em várias áreas, permitiu-me testar os meus limites e reconhecer as minhas limitações, proporcionando-me, assim, várias vivências para o exercício futuro da minha profissão.

Aprendi ainda que ter uma formação numa determinada área não implica que tenhamos de trabalhar sempre nessa área. Muitas vezes, temos de se sair da zona de conforto.

Referências bibliográficas

Distribuciones, B. (julho de 2019). *Brink Distribuciones*. Obtido de Facebook: https://www.facebook.com/pg/Brink-Distribuciones-SL-202689813213840/about/?ref=page_internal

GestBrink. (julho de 2019). *GestBrink*. Obtido de Facebook: https://www.facebook.com/Gestbrink

Oliveira, A. M., & Marques, M. L. (2017). *Organização e gestão – material de apoio*. Guarda: Instituto Politécnico da Guarda.

Primo, V. (2018). *Relatório para obtenção do diploma em Gestão e Comércio internacional*. Guarda: Instituto Politécnico da Guarda.

Sr.Brinquedo. (julho de (2019). (Sr.Brinquedo, Editor) Obtido de https://srbrinquedo.pt/

WiseGames. (julho de 2019). *WiseGames*. Obtido de Facebook: https://www.facebook.com/Wisegames-320416514740358/

Yupitime. (julho de 2019). *Yupitime*. Obtido de Yupitime: https://www.yupitime.com/