



Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Marketing

Ricardo Alexandre Almeida Marques
Dezembro | 2010



INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA
ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Ricardo Alexandre Almeida Marques

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO
EM MARKETING

Dezembro/2010

Agradecimentos

Antes de mais gostaria de agradecer à Transagueda, Lda. por me ter recebido de forma tão atenciosa e se terem disponibilizado para realizar o estágio curricular.

Também agradecer á Professora Dina da Conceição da Fonseca B. Teixeira, orientadora de estágio, pelo tempo despendido e todas as orientações e sugestões dadas.

Por fim, não esquecendo tudo o que na Escola Superior de Tecnologia e Gestão aprendi e me ajudou a desenvolver para enfrentar a realidade do mundo profissional.

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

NOME	Ricardo Alexandre Almeida Marques
CURSO	Marketing
NÚMERO	1009036
LOCAL DE ESTÁGIO	Transagueda, Lda.
ORIENTADORA	Professora Dina da Conceição da Fonseca B. Teixeira
SUPERVISOR	José Júlio Duarte
DURAÇÃO DO ESTÁGIO	402 horas
INÍCIO DO ESTÁGIO	1 Setembro
FINAL DO ESTÁGIO	26 Novembro

Plano do estágio curricular

O estágio a realizar pelo aluno Ricardo Marques tem como base a aplicação dos conceitos adquiridos ao longo de três anos no curso de Marketing.

Sendo assim, o estagiário teve como tarefa organizar a base de dados da empresa sobre clientes, parceiros de negócio e fornecedores. Também tem como objectivo a sua expansão, procurando novas parcerias de negócio e clientes no mercado Nacional e Europeu, contactando com alguns deles para verificar a sua satisfação em relação aos serviços prestados pela empresa.

No decorrer do estágio teve ainda como tarefa criação e formatação de tabelas, como elaboração de boletins informativos sobre a empresa e seu *core business*.

Também prestou apoio ao sector logístico, carga geral e Marketing de vendas com o contacto ao público.

Actividades do estágio curricular

A primeira actividade do estágio curricular foi a prospecção de clientes para a empresa e possíveis parcerias de negócio com o intuito de expandir a carteira de negócios da empresa. Esta tarefa consistia na criação de uma base de dados para a empresa.

Com a informação recolhida era necessário dar a conhecer a empresa, então, o estagiário elaborou uma serie de boletins e circulares informativos com destino a possíveis clientes e parceiros de negocio, todos estes com registo na base de dados.

Na elaboração dos boletins foi necessário um tratamento de imagem em programas multimédia para os tornar mais apelativos.

Criação e organização de tabelas de preços da empresa foi outra actividade realizada pelo estagiário bem como o cálculo de orçamentos para transportes de mercadorias e cubicagem do espaço dos veículos.

Também o atendimento ao público foi uma actividade do estagiário durante o estágio curricular.

Índice

Introdução	1
Capítulo 1	2
1. Identificação e caracterização da Transagueda, Lda.	3
1.1 Apresentação da Transagueda, Lda.	3
1.2 Visão, Missão e Valores.....	3
1.3 Caracterização da actividade da empresa.....	4
1.4 Serviços da empresa.....	5
1.5 Localização e contactos da empresa.....	6
1.6 Estrutura organizativa	6
1.7 Objectivos	7
1.8 Parcerias	8
Capítulo 2	9
2. Actividades Desenvolvidas	10
2.1 Tarefas de estágio.....	10
2.2 Actividades desenvolvidas no estágio curricular	10
2.2.1 C.R.M.....	11
2.2.2 Base de dados.....	12
2.2.4. Comunicação da empresa.....	16
2.2.5. Marketing Relacional	17
2.2.6. Contacto com clientes de forma pessoal	18
2.2.7. Departamento Financeiro	20
2.3 Aprendizagem e dificuldades	21
Conclusão.....	22
Bibliografia	23
Anexos.....	24

Índice de Ilustrações

Ilustração 1: Organograma Transagueda	7
Ilustração 2: Logótipo Torrestir	8
Ilustração 3: Logótipo Urbanos	8
Ilustração 4: Logótipo CAT	8
Ilustração 5: Base de dados	11
Ilustração 6: Base de dados Transagueda	12
Ilustração 7: Registo no site Torrestir	13
Ilustração 8: Site cliente Torrestir	14
Ilustração 9: Cartão Transagueda	17

Índice de Anexos

Anexos.....	24
Anexos I Tabelas de Preços.....	25
Anexos II Guia de transporte Torrestir.....	27
Anexos III Listagem de veículos.....	29
Anexos IV Serviços de transporte e cubicagem.....	31
Anexos V Boletins informativos.....	33

Introdução

O estágio curricular é o culminar de três anos de aprendizagem e um agregar de conhecimentos em áreas distintas que quando associadas ao Marketing, de forma interdisciplinar, actuam de forma activa e dinâmica para assim alcançar resultados favoráveis.

Este trabalho pretende descrever as actividades desenvolvidas pelo estagiário no seu estágio curricular realizado na empresa Transagueda, Lda., integrado na Licenciatura de Marketing, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão, do Instituto Politécnico da Guarda.

O relatório é constituído por dois capítulos distintos. O primeiro refere-se á apresentação da *Transagueda, Lda.* (Identificação, visão, missão, valores, estrutura, objectivos e actividades da empresa). O segundo capítulo diz respeito às actividades desenvolvidas pelo estagiário na empresa ao longo de todo o estagio nomeadamente prospecção de clientes, cartas de apresentação, tratamento de imagem em programas multimédia entre outros.

Capítulo 1

Apresentação e Caracterização do Sector e da Empresa

1. Identificação e caracterização da Transagueda, Lda.

1.1 Apresentação da Transagueda, Lda.

A Transagueda – Sociedade de transportes, Lda. iniciou a sua actividade em 1964, originalmente designada “Transportes Melancia” e tendo como base o transporte rodoviário de mercadorias.

A mudança de nome aconteceu em 1994 passando a chamar-se *Transagueda, Lda.* Não sendo a única alteração pois ao longo dos últimos anos tem sofrido diversas reestruturações o que a têm consolidado no mercado e preparado para as dificuldades do mercado. Algumas dessas reestruturações passaram por uma melhor organização dos quadros de pessoal, aumento da frota de veículos e adopção de estratégias que melhor se adequassem á sua realidade.

1.2 Visão, Missão e Valores

A empresa tem como Visão a substituição da gestão de logística e transportes para assim criar um serviço personalizado de forma a assegurar maior satisfação dos seus clientes.

A missão da *Transagueda, Lda.* é uma simplificação do processo de transportes mas afirmando-se como um parceiro de negócios.

A empresa pauta-se pelos valores da qualidade, transparência e rigor no cumprimento de contratos garantindo sempre a qualidade do transporte e tentando não desiludir as expectativas dos seus clientes e parceiros comerciais.

1.3 Caracterização da actividade da empresa

O que é a distribuição

“O conjunto de todas as entidades singulares ou colectivas que, através de múltiplas transacções comerciais e diferentes operações logísticas, desde a fase de produção até a fase de consumo, colocam produtos ou prestam serviços, acrescentando-lhes valor, nas condições de tempo, lugar e modo mais convenientes para satisfazer as necessidades dos consumidores.”

José António Rosseau

A distribuição não se limita ao simples facto de entregar algo mas sim o modo como é entregue e em que condições pois a distribuição a entrega de algo no local certo, no tempo exacto, nas quantidades pretendidas e em condições favoráveis para a sua venda ou consumo.

Com a evolução dos meios de transporte e das vias de comunicação a distribuição foi ganhando, com o passar dos anos, destaque para qualquer empresa e tornou-se essencial para qualquer produtor pois apenas assim poderá fazer os produtos chegar aos consumidores e comercializa-los.

Hoje em dia já algumas empresas têm incorporado nos seus quadros de funcionamento uma plataforma de distribuição e frota própria, justificando-se com a redução de tempo despendido e com a contratação de terceiros, reduzindo também os custos financeiros. Embora já algumas tenham esse sistema ainda são muitas as que não possuem, ou por incapacidade financeira ou por não verem isso como importante. É para essas empresas que outras empresas, como a *Transagueda, Lda.*, especializadas no serviço de distribuição, trabalham e asseguram o transporte dos produtos.

A distribuição pode ter vários canais de distribuição e diferentes circuitos embora todos eles com o mesmo propósito, entregar o produto no destino. Esses canais variam de acordo com as necessidades do produtor e com a forma como ele quer chegar até ao consumidor. Algumas empresas produtoras com distribuição própria utilizam um canal de distribuição directa, do produtor directamente para o consumidor embora dependa da forma como o produtor queira chegar ao público-alvo, tendo de optar pelo circuito mais adequado, e neste, pelo canal ou canais mais vantajosos. A escolha do circuito é

importante pois este é todo o percurso percorrido pelos bens, através de vários agentes com funções diferentes, desde o produtor até ao consumidor. Dentro deste existem um ou mais canais, ou seja, intermediários que intervenham horizontalmente na distribuição, sendo os dois canais mais relevantes da distribuição o canal grossista, são intermediários do produtor e do retalhista, sendo este último o intermediário que contacta directamente com o consumidor final.

Este é apenas um exemplo pois existem mais canais, começando no produtor passando ou por retalhistas, ou grossistas ou ainda um agente, ou também possa passar por todos estes. Nos circuitos, é definido pelos seus intervenientes e o seu número, transformando num circuito curto ou longo.

No caso concreto da *Transagueda, Lda.* apenas serve de intermediário uma vez que transporta os produtos de uma entidade para outra, prestando um serviço e acrescentando-lhe valor. Embora a este tipo de serviço seja difícil de atribuir um valor pois é algo intangível tendo apenas os camiões e armazém como ponto tangível e visível ao público, este é um serviço que o preço tem de ir ao encontro das expectativas do consumidor para que ele veja valor no serviço e pague por este.

1.4 Serviços da empresa

A *Transagueda, Lda.* tem três tipos de serviço de transporte sendo a carga geral, mudanças e grupagem. Dentro destes, a carga geral tem como finalidade o transporte de material de grandes dimensões ou cujo destino seja distante. Essa mesma distribuição é efectuada por diversos tipos de veículos pesados no qual transportam para vários pontos Ibéricos ou até Europeus.

A grupagem encarrega-se dos transportes a nível local, ou seja, nas empresas mais próximas no distrito de Aveiro onde presta maior número de serviços embora também actue nos distritos do Porto, Viseu e Coimbra. Neste sector o transporte é efectuada por veículos de menores dimensões dado que a carga para este serviço é mais pequena e em menor quantidade, isto porque este é um serviço que as empresas utilizam para transportes diários. Assim, o mesmo veículo da empresa vai prestar serviço de transporte a várias empresas no mesmo dia.

Já no departamento das mudanças, o seu funcionamento é mais simples, tendo como público-alvo, clientes particulares, uma vez que a mudança de material de uma empresa é considerado um transporte simples de carga geral ou logística e não uma mudança.

Para um melhor funcionamento a empresa dispõe de gestores de tráfego e logística que em conformidade recebem e organizam o transporte, com processos de gestão operacional desde o seu controle e medidas correctivas.

1.5 Localização e contactos da empresa

Transagueda - Sociedade Transportes, Lda.

Escritório, armazém e parque:

Zona Ind. da Giesteira 3750-309 Águeda

Sede, armazém e parque:

Rua António Feliciano Castilho

Ninho D'Águia (Rotunda), 3750-313 Águeda

Tel.:234601207 **Fax:**234601228

e-mail: infogeral@transagueda.pt

1.6 Estrutura organizativa

A empresa é constituída por onze pessoas. O gerente é o Sr. José Júlio Duarte, que tem como função a gestão da empresa podendo prestar auxílio em diversos sectores da empresa.

Na escala hierárquica, a directora-geral, Márcia, desempenha uma função onde tem de ser polivalente em todas as áreas pois tem a tarefa de controlar a parte financeira da empresa e de marketing mas nunca esquecendo todo o funcionamento da empresa prestando também auxílio a todos os sectores desta.

Numa estrutura vertical, da organização hierárquica da empresa, encontramos os vários sectores que regulam o seu funcionamento. O sector financeiro com a Anabela como responsável, gere toda a parte financeira da empresa, tratando também da facturação. No mesmo nível encontramos o departamento de logística e de carga geral, este ultimo tendo duas pessoas responsáveis, Patrícia e Carla, devido ao elevado número de

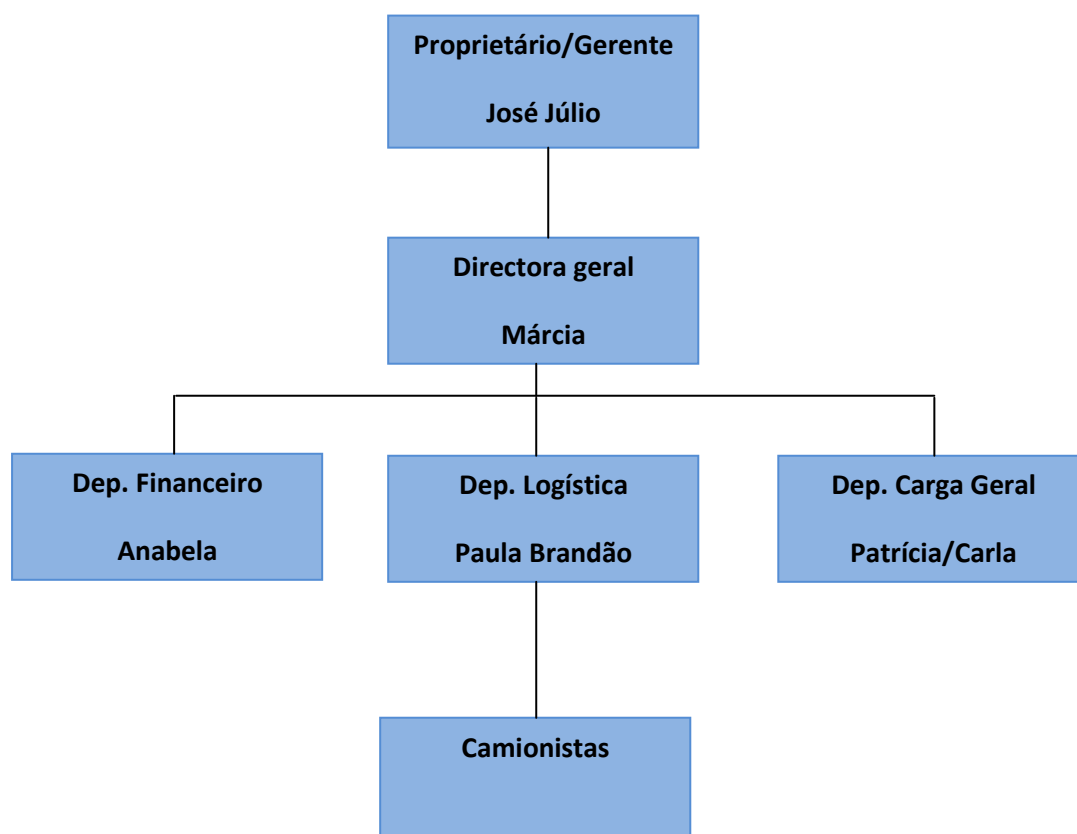
serviços prestados, regulando assim o tráfego e organizando serviços. O departamento de logística é o departamento que se responsabiliza pelos transportes mais próximos fisicamente e de dimensões menores.

Por fim surgem os camionistas que têm a função de transportar as mercadorias, assegurando as condições favoráveis à preservação do material transportado. (Ver fig.1)

Organigrama:

Ilustração 1: Organograma Transagueda

Fonte: Elaboração própria



1.7 Objectivos

A *Transagueda, Lda.* tem como objectivo primordial o transporte seguro do material de cada cliente, assegurando a sua entrega no tempo exacto nas condições favoráveis e nas quantidades pretendidas.

Embora a *Transagueda, Lda.* tenha o cliente como factor principal do seu funcionamento não esquece outro objectivo que é o de expansão no mercado nacional e internacional, aumentando a sua notoriedade e peso nos mercados europeus.

Em relação ao estágio os objectivos eram o de aprendizagem por parte do estagiário do funcionamento de uma empresa de distribuição em várias áreas como a comunicação, financeira e contacto ao público.

1.8 Parcerias

A *Transagueda, Lda.* com o seu crescimento e exigências do mercado teve de criar parcerias com outras empresas do mesmo sector de actividade para poder responder aos pedidos de clientes. Com isto a *Transagueda, Lda.* criou parcerias com C.A.T.(Cidade Azul Transportes, Lda.), Torrestir e Urbanos, subcontractando os seus serviços para transportar material que por ter uma frota insuficiente para todos os pedidos não pode transportar. A sua actuação Europeia visa principalmente o mercado ibérico, nos seguintes segmentos: Transportes carga geral, Distribuição, Logística e Mudanças.

O mercado nacional é o mais visado pelos serviços da empresa tendo uma maior importância na sua facturação e também na sua imagem perante o público.

Uma das bases de funcionamento da *Transagueda* é a criação de parcerias com outras empresas transportadoras subcontrata-as para transportar material que a sua frota não consiga devido ao elevado número de serviços agendados.

Estas parcerias visam também a uma maior rapidez e fluidez dos serviços prestados.



Ilustração 2: Logótipo Torrestir

Fonte: Site Torrestir



Ilustração 3: Logótipo Urbanos

Fonte: Site Urbanos



Ilustração 4: Logótipo CAT

Fonte: Site group CAT

Capítulo 2

Descrição das Actividades Desenvolvidas

2. Actividades Desenvolvidas

2.1 Tarefas de estágio

- Procura de futuros clientes ou parcerias para negócios a nível ibérico. Pesquisa na internet adquirindo contactos de empresas.
- Criação de boletins informativos com a apresentação da empresa, suas actividades, o seu funcionamento e sua missão. Com isto a empresa tem como objectivo dar a conhecer os seus serviços ao público.
- Tratamento de imagem em programas multimédia.
- Criação e organização de tabelas de preços da empresa.
- Cálculo de orçamentos para transporte de mercadorias em carga geral e cálculo do espaço a ocupar pelas mercadorias no serviço de grupagem, cubicagem.
- Atendimento ao público.

2.2 Actividades desenvolvidas no estágio curricular

O estágio curricular tem como função a aplicação na prática dos conceitos adquiridos ao longo de três anos e também um contacto com a vida na nossa área.

As actividades realizadas durante o estágio foram planeadas pelo super-visor na empresa, Sr. José Júlio, e aprovadas pela orientadora de estágio, Professora Dina Teixeira.

O objectivo principal do estágio era compreender o funcionamento da empresa e os seus propósitos em relação ao mercado para assim poder ter contacto com o publico de forma directa ou indirecta e prestar assistência nos vários sectores da própria.

2.2.1 C.R.M.

Customer Relationship Management, uma ferramenta no mundo dos negócios muito preciosa e que, nos dias de hoje, qualquer empresa necessita para assegurar a sua sobrevivência e competitividade no mercado, que também tem vindo a aumentar o seu nível de exigência constantemente.

Para que uma empresa possa fazer face a estas adversidades a informação actualizada de quem vai consumir os produtos/serviços é fundamental, pois o cliente devido ao aumento de oferta tem-se tornado mais exigente, o que leva qualquer empresa a ter de oferecer algo melhor ou diferenciado para cativar a atenção dos consumidores. Para isto as empresas desenvolveram uma forma de se manterem constantemente actualizadas em relação aos seus clientes, para poderem responder de forma mais rápida e eficaz às suas necessidades.

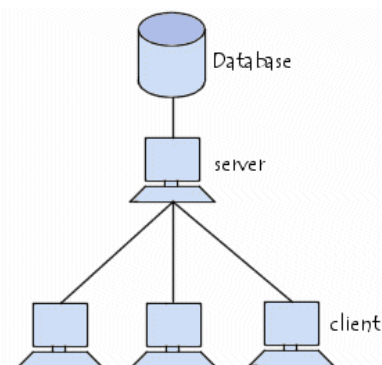


Ilustração 5: Base de dados

Fonte: pt.kioskea.net

O CRM (Customer Relationship Management) é essencialmente uma estratégia para chegar até ao público-alvo de uma forma mais eficaz, cumprindo objectivos da empresa não apenas em termos de marketing, mas também a médio prazo, ao nível económico-financeiro.

As aplicações de CRM transformam os dados recolhidos em informação que, quando disseminada permite a identificação do cliente e a compreensão do seu perfil. Para uma melhor e eficaz aplicação do CRM, a utilização da tecnologia dará uma melhor resposta à estratégia da empresa a este nível, na recolha de dados relativos aos clientes e na consolidação da *Data Warehouse central*, transformando, assim a estratégia global de CRM mais inteligente.

Todo este processo destina-se a uma simplificação para a empresa no acesso aos dados dos clientes, poupando assim tempo.

2.2.2 Base de dados.

A criação de uma base de dados para a empresa é fundamental pois nos dias de hoje é impossível actuar no mercado sem um suporte físico ou digital dos seus clientes, uma vez que, só com um conhecimento profundo e actualizado uma empresa pode satisfazer os seus clientes de uma forma eficaz e rápida, impedindo assim que eles optem por outras concorrentes.

A boa utilização dos dados relativos aos clientes pode ser uma arma muito forte que a empresa terá de utilizar para combater as ameaças externas e assim transforma-las em oportunidades de negócio pois a antecipação, ou seja, uma informação sobre um cliente ou mesmo um nicho de mercado em relação a outras empresas concorrentes pode significar um avanço em relação à concorrência.

A *Transagueda, Lda.* já tinha a base de dados do mercado nacional concluída e organizada, no entanto com a expansão da empresa nos últimos anos e a sua adaptação ao mercado, a carteira de clientes a nível internacional, com destaque para Espanha, tem vindo a crescer ano após ano.

A função do estagiário numa primeira fase foi a criação de uma base de dados de clientes internacionais e parceiros de negócios, bem como uma lista de possíveis empresas para parcerias de negócios.

Esta base de dados foi elaborada no programa Microsoft Office Excel para uma melhor organização e fácil acesso a qualquer elemento da empresa.

A sua finalidade tinha como objectivo o apoio aos vários sectores da empresa e para isso a sua estrutura teria de ser o mais simplificada possível para que cada membro da empresa conseguisse perceber-la facilmente. A base de dados dividia-se da seguinte forma:

Nome da Empresa	Morada	Código Postal	Correi Electrónico	Telefone	Fax
------------------------	---------------	----------------------	---------------------------	-----------------	------------

Ilustração 6: Base de dados Transagueda

Fonte: Elaboração própria

Esta divisão dispunha de uma simplificação da informação, contendo apenas a essencial pois era uma forma fácil e rápida de registar clientes que utilizem os serviços da *Transagueda, Lda.* Já em relação às parcerias era uma forma de manter uma lista de contactos para mais tarde utilizar facilmente.

Sendo esta uma lista muito simplificada de todos os contactos da *Transagueda, Lda.*, para os parceiros com quem a empresa mantém maior contacto e maior volume de negócios é criado um registo específico apenas daquela entidade empresarial com informação mais detalhada. (Ilustração 7)

No que diz respeito aos clientes o procedimento é idêntico, tendo, em alguns casos específicos, tabelas de preços adaptados às necessidades de clientes mais frequentes, seguindo desta forma uma estratégia de fidelização utilizando o factor monetário. Para auxiliar esta função, a *Transagueda, Lda.* tinha acesso ao registo informático das guias de transporte que a Torrestir tinha recebido da subcontratação para serviços de transporte provenientes da *Transagueda, Lda.*

Este registo está disponível na internet com acesso restrito pois apenas poderão entrar utilizadores registados no site como forma de salvaguardar a privacidade da empresa e de clientes, em relação a serviços. A *Transagueda, Lda.* tinha esse acesso por estar registada para poder responder a quaisquer problemas que pudessem surgir inerentes desses serviços, então era feito o levantamento da guia em questão e verificava-se o erro para depois rectificá-lo ou mesmo quando o cliente apenas desejava uma informação em relação a esse serviço.

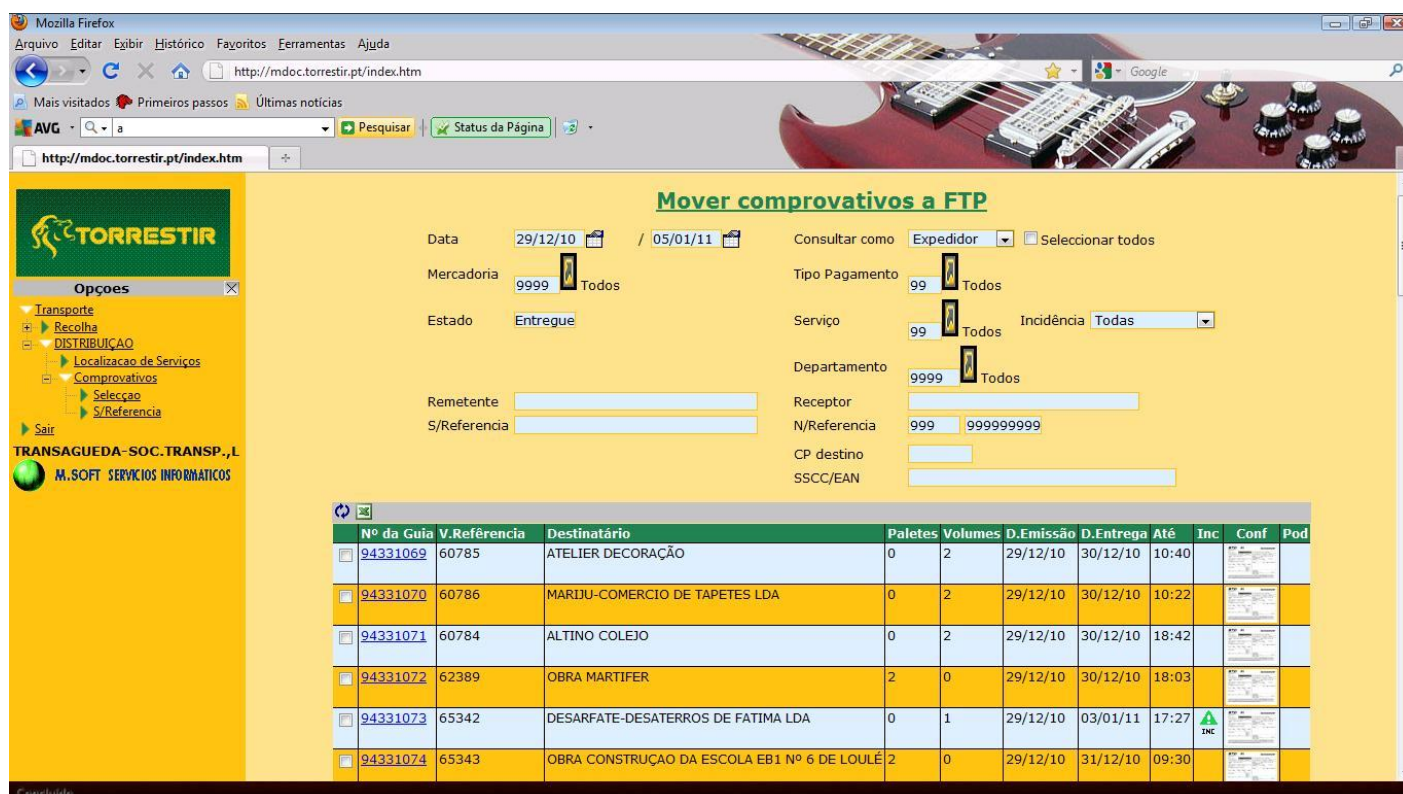


The image shows a screenshot of the Torrestir website interface. At the top, there is a green header with the Torrestir logo. Below the header, there are two main sections: 'Utilizadores Registados' and 'Seguimento de Envios'. The 'Utilizadores Registados' section contains input fields for 'Utilizador' and 'Palavra Chave', followed by a green 'Confirmar' button. The 'Seguimento de Envios' section contains input fields for 'Referencia' and 'Cód. postal', followed by a green 'Confirmar' button. At the bottom right, there is a logo for 'M.SOFT SERVICIOS INFORMATICOS'.

Ilustração 7: Registo no site Torrestir

Fonte: Site de serviços informáticos Torrestir.

Este é um meio de auxílio ao CRM da empresa e de entreaajuda entre empresas que actuam no mesmo sector mas sendo parceiros de negócios têm o mesmo propósito, o melhor serviço ao cliente. Com isto, esta primeira fase do estágio consistia na criação e organização de uma base de dados para a empresa, ou seja, simplificação do CRM.



Mover comprovativos a FTP

Data: 29/12/10 / 05/01/11

Mercadoria: 9999

Estado: Entregue

Remetente: _____

S/Referencia: _____

Consultar como: Expedidor

Tipo Pagamento: 99

Serviço: 99

Departamento: 9999

Receptor: _____

N/Referencia: 999 999999999

CP destino: _____

SSCC/EAN: _____

Nº da Guia	V.Refêrencia	Destinatário	Paletes	Volumes	D.Emissão	D.Entrega	Até	Inc	Conf	Pod
94331069	60785	ATELIER DECORAÇÃO	0	2	29/12/10	30/12/10	10:40			
94331070	60786	MARIU-COMERCIO DE TAPETES LDA	0	2	29/12/10	30/12/10	10:22			
94331071	60784	ALTINO COLEJO	0	2	29/12/10	30/12/10	18:42			
94331072	62389	OBRA MARTIFER	2	0	29/12/10	30/12/10	18:03			
94331073	65342	DESARFATE-DESATERROS DE FATIMA LDA	0	1	29/12/10	03/01/11	17:27	INC		
94331074	65343	OBRA CONSTRUCAO DA ESCOLA EB1 Nº 6 DE LOULÉ	2	0	29/12/10	31/12/10	09:30			

Ilustração 8: Site cliente Torrestir

Fonte: Site de serviços informáticos Torrestir

2.2.3. Marketing Directo

Com a nova economia a evoluir as empresas desenvolveram uma nova ferramenta de Marketing, o Marketing Directo. Esta ferramenta tem como finalidade a criação de uma relação personalizada com os clientes de forma a conhecê-los o suficiente para oferecer os bens e serviços mais adequados para cada cliente.

Esta relação serve para a fidelização dos clientes e as suas acções nesta área têm como objectivo a satisfação das necessidades do cliente, criando assim todas as condições para uma relação duradoura onde o cliente cria uma ligação de lealdade e confiança para com a marca. Esta ferramenta veio permitir às empresas a tornarem-se mais competitivas e a aproximarem-se dos clientes, satisfazendo as necessidades daqueles mais exigentes e informados.

O Marketing Directo tem diversas vantagens na sua utilização que proporcionam uma melhor produtividade e desempenho. Uma das vantagens e talvez a mais importante é a facilidade de identificação de clientes a quem a empresa deve direccionar determinada acção. Nos dias de hoje, com o crescer do número de utilizadores da internet, as empresas apostam na recolha de dados dos clientes no próprio site, onde estes se podem registar permitindo à empresa ter acesso a dados relativos às compras, o que consultou, onde demorou mais tempo no site, etc. Com esta informação a empresa decide o que se adequa melhor a cada cliente e desenvolve uma acção para cativar a sua atenção e levá-lo ao acto da compra. Todo este processo pode ser melhorado com a utilização de C.R.M. (Customer Relationship Management) como auxílio de recolha e organização de informação.

Também um maior conhecimento do cliente por parte da empresa, leva a um relacionamento mais profundo. Esse maior contacto, por vezes, traduz-se em algumas facilidades proporcionadas pela empresa, como é o exemplo no acesso a zonas restritas no site da empresa, onde em casos de clientes considerados importantes para a empresa é dada a permissão de acesso a essas zonas.

Outro factor a ter em conta é o reduzido custo dos contactos, uma vez que estes são feitos via e-mail, o que representa um custo muito inferior em relação a outros tipos de contacto como por exemplo o pessoal ou telefónico. Embora as vantagens da utilização desta ferramenta sejam atractivas também tem as suas desvantagens como a falta de

interesse por parte dos clientes ou não resposta a uma acção promocional. Mas mesmo não sendo uma forma 100% segura de chegar aos alvos pretendidos é uma estratégia com custos reduzidos e que com o desenvolvimento das novas tecnologias tem vindo a crescer.

Esta é uma forma de Marketing que cada vez mais as empresas tem vindo a utilizar nas suas estratégias para cativar novos clientes e fidelizar os actuais.

2.2.4. Comunicação da empresa

Uma vez criada a base de dados e com uma lista de possíveis parcerias de negócio, com o objectivo de expandir o volume de negócios, era necessário um contacto com esses futuros parceiros e para isso, uma estratégia para chegar até eles e dar a conhecer de forma eficaz a *Transagueda, Lda*.

Tendo como objectivo de chegar até ao público-alvo a tarefa passaria por criar uma breve apresentação da empresa com factos relevantes tais como dados históricos de maior importância, serviços da empresa e o seu funcionamento.

Esta apresentação foi realizada no programa Microsoft Office Publisher com o tratamento das imagens a ser feito no Photoshop. A apresentação tinha um padrão formal de forma a ser perceptível para todo o público-alvo, parceiros de negócio. As cores utilizadas respeitavam o logótipo da empresa, o vermelho e o azul para que assim fosse mais simples associar o documento à *Transagueda, Lda*.

No seguimento da tarefa de contacto da empresa com elementos externos, o estagiário elaborou uma circular para empresas que possivelmente estivessem interessadas nos serviços da *Transagueda, Lda*. Ainda outra circular, que servia também de carta de apresentação, foi enviada juntamente com a apresentação, mencionada anteriormente, para empresas de transportes.

As circulares, escritas de forma clara e concisa, continham uma breve apresentação da empresa, tanto dos sectores em que actua como da sua histórias e possíveis vantagens com a parceria.

Ainda com as circulares enviadas de forma digital, ou por correio electrónico, foi enviado um pequeno cartão criado pelo estagiário com o logótipo da empresa e identificação e número para o qual podem contactar os clientes interessados.

seja,



Com isto o objectivo da empresa foi uma aproximação dos consumidores e de outras empresas do mesmo

sector para alargar a sua carteira de clientes. Esta também seria uma estratégia para aumentar a sua notoriedade e imagem perante o mercado pois

Ilustração 9: Cartão Transagueda

Fonte: Elaboração própria

tendo ainda um reconhecimento fraco a nível nacional é essencial para a sua expansão dar-se a conhecer para um maior numero de empresas, e desta forma chegando até eles utilizando uma estratégia de Marketing directo.

2.2.5. Marketing Relacional

Marketing Relacional, tal como o próprio nome diz, é um trabalho de marketing voltado para o relacionamento entre as empresas e seus clientes no qual tem por objectivo a aproximação do cliente à empresa e estabelecer uma relação positiva entre ambos.

Este tipo de marketing, também designado por Pós-marketing está direccionado para a construção e sustentação do relacionamento de clientes. No fundo é uma estratégia de negócio que visa construir um relacionamento duradouro e pró-activo entre empresa e cliente para assim obter um melhor desempenho da empresa e resultados sustentáveis.

O seu processo deve-se iniciar na escolha acertada do alvo, identificando as suas necessidades, qual o serviço a prestar, melhor relação custo/benefício e ter os funcionários adequados para o atendimento ao público, para que estes percebam as necessidades dos clientes e lhes satisfaçam uma necessidade e não seja apenas uma venda de um serviço/produto.

O atendimento ao público é uma área fulcral, pois é aqui que a empresa interage directamente com o cliente, podendo perceber as verdadeiras necessidades.

Os funcionários por sua vez têm que estar preparados para entender o cliente e descobrir algo relacionado com a empresa que o cliente não demonstre. Essas necessidades, desejos não demonstrados de forma clara são o que requer maior atenção por parte dos funcionários e isso revela a preocupação da empresa para com o cliente e que por sua vez leva o cliente a ter confiança na empresa.

Desta forma uma empresa retira todo o potencial do Marketing de Relacionamento criando e sustentando uma relação com o cliente baseada na confiança.

2.2.6. Contacto Pessoal com clientes

Terminada a tarefa de criação e organização da base de dados o estagiário mudou para o departamento de logística e carga geral para prestar assistência. Uma vez que o estagiário não conhecia o funcionamento do sector, teve uma breve formação e por essa razão apenas foi-lhe pedido que realizasse alguns exercícios onde iria calcular os orçamentos para alguns serviços sem urgência e outros já realizados, com o propósito de perceber a função que iria desempenhar.

Neste sector a rapidez é importante pois uma rápida resposta ao cliente em relação ao seu pedido satisfazendo as suas necessidades é fulcral, uma vez que, grande número dos pedidos é feito telefonicamente.

Pedidos estes que na sua grande maioria são cotações de transportes de material para o próprio dia, como por exemplo uma recolha de material de manhã para entregar noutra empresa da parte da tarde no mesmo dia.

Apenas quando a carga a transportar é de grandes dimensões e a empresa não consegue transportar tudo no mesmo dia é que o material é entregue no dia seguinte pois a *Transagueda, Lda.* assegura o transporte em 24 horas dentro de território nacional, sendo para outros países uma estimativa aproximada, ou seja, para fora do território nacional a empresa não pode dar uma data ou hora exacta devido a diversos factores externos como condições climáticas ou até possíveis situações político-sociais que possam dificultar o transporte. Para prevenir este tipo de situações a empresa fornece uma previsão da data de entrega.

A função do estagiário nesta parte depois da aprendizagem seria a resposta atempada a e-mails provenientes de clientes. Para poder realizar o orçamento do serviço era necessário as medidas do material em questão a transportar para assim organizar no veículo, ou seja, fazer a cubicagem do material de acordo com a capacidade do veículo.

A cubicagem, sistema de cálculo matemático, multiplica as medidas de comprimento, largura e altura para desta forma encontrarmos as medidas em metros cúbicos do material e organizarmos em conformidade com o resto do material.

Mas estas medidas não eram as únicas a ter em atenção pois o peso era também tido em conta, sendo mesmo a principal medida para dar um preço ao transporte, preço esse que se encontrava em tabelas predefinidas pela empresa com diferentes pesos para diferentes regiões do país e Espanha.

Com este trabalho o estagiário esteve a auxiliar um sector que por norma é o mais atarefado pois os contactos com os clientes são frequentes durante todo o dia, desde o pedido de orçamentos por via telefónica como por correio electrónico. Também o pedido de informações relativas a material a ser transportado ou até mesmo previsões de chegada ou reclamações.

Neste sector o estagiário teve também o contacto com os clientes na empresa, de forma pessoal. Nas entregas de material no armazém o estagiário contactava pessoalmente com os clientes e assinando “guias de transporte”, validando a entrega do material no armazém para depois ser transportado.

2.2.7. Departamento Financeiro

Com o decorrer das suas tarefas o estagiário numa forma de aumentar os seus conhecimentos e experiência em diferentes áreas começou outra tarefa, mais relacionada com a parte financeira. Aqui o estagiário auxiliou o departamento financeiro na tarefa de facturação, pois a empresa factura todas as guias provenientes de serviços, ou seja, a empresa apresenta facturas dos serviços prestados aos clientes.

Por consequente a empresa confirma a chegada do material no seu destino contactando o destinatário e confirmando a sua chegada.

A facturação das guias passa pela colocação de preço nas mesmas, verificando o valor do serviço com o auxílio das tabelas da empresa e quais os clientes, uma vez, que existem tabelas diferenciadas para alguns clientes. Esta diferenciação deve-se ao facto de a empresa criar preços específicos para clientes considerados importantes para a empresa, sendo esta também uma forma de os fidelizar.

Outra regra a ter em atenção seria a entidade que iria acarretar os custos, pois na sua maioria é o expedidor a pagar, ou seja, a entidade que envia o material, cabendo apenas ao destinatário a responsabilidade de receber o material, livrando-se este de qualquer encargo financeiro.

Embora esta seja a situação mais comum, existem casos onde o destinatário é o responsável pelo pagamento do serviço, sendo descrito na guia como uma cobrança no destinatário.

O estagiário devia ter em consideração esses factores para colocar correctamente o preço nas guias que em seguida eram registadas de forma digital para fazer facturas para os clientes. Por vezes poderiam aparecer rectificações de pesos de material que tinham sido enviados por transportadoras que tem parceria com a *Transagueda, Lda*. Ainda numa situação onde a rectificação do peso poderia alterar o preço da guia, o cliente teria de ser avisado da mudança.

A organização de documentos e seu arquivo foi outra das tarefas desenvolvidas pelo estagiário, com o objectivo de elaborar um arquivo da empresa e tornar mais fácil uma pesquisa de um documento passado e rever registos.

2.3 Aprendizagem e dificuldades

Neste tempo de estágio realizado na empresa *Transagueda, Lda.* o estagiário teve um breve contacto com a realidade de uma empresa de serviços de distribuição em fase de crescimento e expansão no mercado nacional e internacional.

Com o auxílio de todos os funcionários da empresa o estagiário não teve dificuldades na integração na rotina da empresa tornando-se assim mais fácil a aprendizagem em diversos sectores e em diferentes áreas. O trabalho desenvolvido na parte da comunicação foi o trabalho de maior aprendizagem pois o contacto com o público é algo que se torna muito diferente na realidade e o como abordar outras empresas para possíveis parcerias ou mesmo empresas clientes.

A maior dificuldade foi a parte financeira pois a facturação é um processo complexo e no qual requer alguma experiencia no sector para não cometer erros.

Conclusão

Ao concluir este relatório pode-se dizer que o Marketing é uma conjugação de relacionamentos entre empresas e clientes no qual o Marketing relacional tem a função de mantê-las e melhora-las aproximando a empresa do cliente utilizando várias ferramentas.

O estagiário nesta área, de aproximação, teve um papel importante pois ao criar e organizar a base de dados para a empresa facilitou o seu trabalho de relacionamento, ou seja, identificação de uma empresa e suas informações são agora mais fáceis de procurar, acontecendo o mesmo para qualquer cliente já registado na base de dados da *Transagueda, Lda.*

Neste período de estágio apenas a lamentar o facto de o estagiário não ter visitado clientes por falta de independência na mobilidade. Este era um ponto que iria enriquecer os conhecimentos do estagiário na experiência e na percepção do funcionamento do sector de distribuição.

Embora tenha acontecido este contratempo o estágio demonstrou-se no geral uma experiência enriquecedora e gratificante pelo contacto com a vida profissional mas também pelas pessoas que na empresa receberam o estagiário de forma acolhedora. O facto de poder colocar em prática alguns dos conhecimentos adquiridos ao longo de três anos de Licenciatura tornou-se algo preponderante para a vida futura e para o traçar de objectivos.

Bibliografia

Endereços Electrónicos

www.transagueda.pt (8 de Dezembro de 2010)

[lgdap1.pdf \(objeto application/pdf\)](#) (12 de Dezembro de 2010)

http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=175304 (4 de Janeiro de 2011)

<http://mdoc.torrestir.pt/> (4 de Janeiro de 2011)

Publicações

- LINDON, Denis, LENDREVIE, Jacques, LÉVY, Julien, DIONÍSIO, Pedro e RODRIGUES, Joaquim.(2004) “Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing”, 10ª Edição, Lisboa, Dom Quixote.

Referencias

- *Consulta de Relatórios de Estágio de Antigos Alunos.*
- *Documentação fornecida pela docente Catarina Alves para a disciplina de Gestão da Distribuição, 2º ano, da Licenciatura de Marketing, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.*
- *Documentação fornecida pela docente Teresa Felgueira para a disciplina de Marketing de Serviços, 3º ano, da Licenciatura de Marketing, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.*

Anexos

Anexos I

Tabelas de preços

Tabela de Preços

MUDANÇAS
Nº VERDE
800 254 870

Distribuição Local

- Águeda
- Oliveira do Bairro
- Vagos

KG	Águeda - Águeda	Outros circuitos*
10	2.75 €	3.00 €
30	3.50 €	4.00 €
50	5.00 €	6.00 €
100	7.50 €	9.00 €
250	10.00 €	12.00 €
500	12.50 €	15.00 €
750	15.00 €	18.00 €
1000	17.50 €	21.00 €
1500	20.00 €	24.00 €
2000	22.50 €	27.00 €
2500	25.00 €	30.00 €
3000	27.50 €	33.00 €
4000	32.50 €	39.00 €
5000	37.50 €	45.00 €

Condições Particulares:
1. Prazo de entrega: 24 Horas



Escritório, Armazém e Parque:
Zona Industrial da Giesteira
3750 - 309 ÁGUEDA

Telef. 234 601 207
Fax. 234 601 228
Email. transagueda@ol.pt
www.transagueda.pt

TRANSPORTES NACIONAIS
TRANSPORTES INTERNACIONAIS
DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA
ARMAZENAGEM
MUDANÇAS

Nº VERDE
800 254 870

TABELA DE GRUPAGEM

LISBOA

MEstrado	Peso	Euro-Paletes	Vol. M³	Preço
2 m	Até 2500 Kg	5	11.50	120.00 €
3 m	Até 4000 Kg	7	17.00	150.00 €
4 m	Até 6000 Kg	10	23.00	190.00 €
5 m	Até 7000 Kg	12	28.50	225.00 €

GRANDE PORTO

MEstrado	Peso	Euro-Paletes	Vol. M³	Preço
----------	------	--------------	---------	-------

de 1 Palavras: 158 | Português (Portugal)

Anexos II

Guia Torrestir

Guia de transporte Torrestir

TORRESTIR
TRANSPORTES NACIONAIS INTERNACIONAIS S.A.
Parque Comercial, 91 - Nogueira - Apartado 2468 - 4701-888 BRAGA

Tel: 253680100 Fax: 253680101 geral@torrestir.pt www.torrestir.pt
Capital Social 2.500.000,00€ Mat. C. R. C. Braga Alvará: 177795 NIF 501 529 797

GUIA DE TRANSPORTE NR:
COIMBRA DT 94331069
Avará: 177795

5. Data Expedição 29-12-10	6. Data Acordada 30-12-10	8. Matricula de Vatura 23-DS-74	3-16282	Plataforma / Rota Destino LISBOA DT	5006 ODIVELAS - PONTINI	ADR	11. CONDIÇÕES PAGAMENTO FACTURAR																					
1. Emitente TRANSAGUEDA-SOC. TRANSP., LDA		Nº 8540 NIF 503107271		2. Destinatário ATELIER DECORAÇÃO		Nº 0 NIF 500620339																						
3. Expedidor / Local Carga TRANSAGUEDA-SOC. TRANSP., LDA		Nº 8540 NIF 503107271		4. Recetor / Local Entrega ATELIER DECORAÇÃO		Nº 0 NIF 00000000000																						
3750309 AGUEDA Portugal		Tel. 234601207		RUA BOMBEIROS VOLUNTARIOS Nº 32-B 2676305 ODIVELAS Portugal		Tel.																						
VReferência : 60785 Entrega em Gaietas Superficiais Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Albaran Rem. :				 1030060030943310690017				Outros SUBTOTAL BASE IVA Desemboço																				
7. Mercador. Nr. Expedição 60785	8. Nr. Volumas 2V	9. Tipo Mercadoria VOLUMES	10. Peso 4.00	Volume (m3) 0.00	M. Lineares 0.00	Peso Total 4.00	TOTAL																					
13. Instruções do expedidor		14. Observações do destinatário		15. Observações do transportador		12. Reembolso 0.00																						
15. Assinatura Expedidor Data / Hora Carga		17. Assinatura Destinatário (NOME E CARIMBO) Data		18. Assinatura Transportador (Nº e Nome) Data: 30-12-10 03:25		<table border="1"> <tr><th colspan="3">Comprovativos</th></tr> <tr><th>Controlo Paletes</th><th>ENT</th><th>REC</th></tr> <tr><td>Euro</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Outro</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>LPR</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Estimado</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Outros</td><td></td><td></td></tr> </table>		Comprovativos			Controlo Paletes	ENT	REC	Euro			Outro			LPR			Estimado			Outros		
Comprovativos																												
Controlo Paletes	ENT	REC																										
Euro																												
Outro																												
LPR																												
Estimado																												
Outros																												

Processado por Computador

Anexos III

Listagem de veículos

T.R: ENL
55
JA

Galera preta 2, foms altura

DIMENSÕES DOS CARROS

MATRICULA	PESO	PESO TOTAL	COMPRIMENTO	LARGURA	ALTURA	CUBICAGEM	EUROP.	PALETES
AV - 43812 aberta	24000		13,40 m	2,45 m	3,00m	79,96 m ³		
GA - 33934	40000	40000	13,6 m	2,45 m	2,45m	83,30 m ³	33	33
G. AV - 26333 azul - 76 - 67 - LC	24000	26000	13,55m	2,46m	2,50m	84,84 m ³	24	20
64 - 26 - II	9400	19000	7,00 m	2,40 m	2,71 m	45,53m ³	16	15
21 - ET - 12	9800	19000	8,5 m	2,45 m	2,30m	48,96m ³	20	16
57 - FC - 90	9800	19000	8,5 m	2,47 m	2,40 m	50,59 m ³	20	12 OK
17 - 45 - OU	4820	11500	9,5 m	2,35 m	2,60 m	58,05 m ³	19	18
71 - 88 - JM	11500	11500	7,0m	2,45m	2,40m	40,32 m ³	16	15 ✓
TRANSIT X	1100	3500	3,88 m x	1,90m	1,93 m	14,08 m ³	6	3
90 - 14 - JA	1180	3500	4,00m	2,05m	2,34m / 2,40m	20,17m ³	8	

PI
2,35 1,60 (Rota 1,6m)

NOTA: NÃO HÁ MEDIDAS CONFIRMADAS DA ET/FC/E JM E PESO DA ET

89-6F-84 -> 1,60m
II -> Único: com Larma
8,5 2,45
→ dimensão por medidas ET e peso
→ dimensão por medidas de FC 2,60
→ dimensão por medidas ET

Anexos IV

Serviços de transporte e cubicagem

Página Web 1 de 1

Transagueda Logística

De: Tania Neves [tania.neves@avedol.pt]
Enviado: quinta-feira, 5 de Agosto de 2010 15:11
Para: 'Transagueda Logística'
Assunto: Pedido de Orçamento



Boa tarde,

Venho por este meio pedir orçamento para o transporte de 1 palete.

1 palete com as seguintes medidas: 2000x1200 e altura de 1700

Peso: 98 Kg

Local de carga: Nossas Instalações
Local de Descarga: 4480-096 Vila do Conde

1224 Kg

27,50 €

Atentamente,
Tânia Neves

Zona industrial vale do grou
apartado 7
3754-908 aguada de cima
águada - portugal
t: +351 234 660 030
f: +351 234 660 031
tania.neves@avedol.pt
www.avedol.pt



Pense no ambiente antes de imprimir este e-mail. Please consider the environment before printing this email.

17-09-2010

Anexos V

Boletins Informativos

TA[®]
TRANSAGUEDA

BOLETIM INFORMATIVO

2010

TA
GLOBAL

QUEM SOMOS?

A Transagueda—Sociedade de Transportes, Lda. Teve o seu início em 1964 com a designação "Transportes Melancia" tendo como base o transporte rodoviário de mercadorias.

Em 1994 adoptou a sigla Transagueda. Durante os últimos anos foi sofrendo diversas reestruturações que resultam do seu fortalecimento e adequabilidade às exigências do mercado actual.

A sua actuação Europeia visa principalmente o mercado ibérico, nos seguintes segmentos: Transportes carga geral, Distribuição, Logística e Mudanças.





Distribuição

A Transagueda em parceria com empresas portuguesas e espanholas possui uma rede operacional de plataformas ibéricas de distribuição que permitem com eficácia entregas em 24 horas. Este segmento, eficiente e económico, coloca a sua mercadoria, com ou sem reembolso, no seu destino num curto período de tempo.

As aplicações informáticas permitem acompanhar a mercadoria até ao seu cliente, em tempo real.

Logística

A subcontratação das actividades de armazenagem e transporte é uma tendência na economia moderna. Esta opção apresenta um conjunto de vantagens para o cliente. A Transagueda para além das tarefas básicas de recolha, recepção, armazenamento e distribuição, dispõe ainda de serviços de valor acrescentado como a etiquetagem, embalagem, kits promocionais, entre outros.

Grupagem

Trata-se do transporte de quantidades de carga inferiores à capacidade útil dos veículos. É o transporte consolidado de vários lotes de carga procedentes de vários expedidores para vários destinatários, transportados num único meio de transporte. Neste serviço é, então, possível minimizar-se o custo das mercadorias em circulação.

Armazenagem

Armazenagem de curta e longa duração é efectuada nos nossos armazéns. O material a armazenar é devidamente tratado de forma a garantir uma armazenagem segura e eficaz.

As nossas instalações possuem um circuito interno de CCTV, intrusão, detecção de incêndios e seguros apropriados de armazenagem e responsabilidade civil.



SOLUÇÕES EMPRESARIAIS

MUDANÇAS

Com um serviço de mudanças a nível nacional, a Transagueda conta já com uma quota de mercado substancial nos distritos de Aveiro, Coimbra e Viseu.

Para garantir este serviço possuímos meios humanos, materiais e técnicos para responder às necessidades de cada cliente, em relação a mudanças de residências, escritórios e outros.

Equipas especializadas na embalagem e manuseamento de bens, garantem a qualidade do trabalho.

SERVIÇO DE ESTAFETA

Sempre na procura de soluções inovadoras para as necessidades logísticas dos seus clientes, a

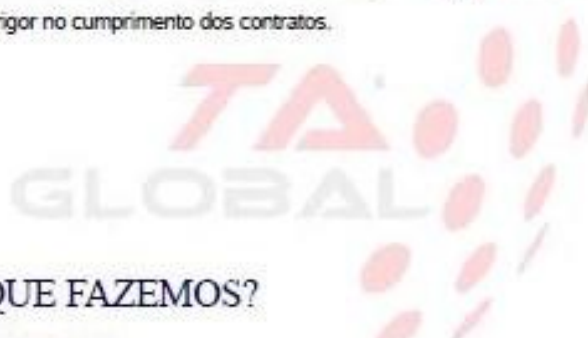
Transagueda possui um serviço de estafeta, especialmente desenvolvido para uma maior rapidez e flexibilidade no transporte de pequenos volumes, no concelho de Águeda e concelhos limítrofes.





O QUE PRETENDEMOS?

A Transagueda tem como missão a simplificação do processo de transportes, afirmando-se como um parceiro de negócios. A visão da empresa tende a substituir a gestão de logística e transportes. Sendo o objectivo criar e promover serviços personalizados, tendo como valores a transparência, qualidade e rigor no cumprimento dos contratos.



O QUE FAZEMOS?

CARGA GERAL

O transporte geral para um ou vários pontos do mercado ibérico é efectuado por uma frota diversificada, desde veículos ligeiros a camiões de diversas potências, dimensões e capacidades de carga com ou sem plataforma, semi-reboques com lona, semi-abertos, camião grua e transportes de grandes dimensões (materiais indivisíveis).

Neste segmento dispomos de gestores de tráfego e logística que em consonância recebem e organizam o transporte, com processos de gestão operacional, desde o seu controle e medidas correctivas.

