



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Hugo Miguel Esteves Rito

outubro | 2013





Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO
NEVÃO, LDA

HUGO MIGUEL ESTEVES RITO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

OUTUBRO/2013



AGRADECIMENTOS

Agora que esta fase chegou ao seu término, quero deixar uma palavra de reconhecimento e agradecimento a todos aqueles que em qualquer momento da minha vida, tanto académica como pessoal me acompanharam, apoiaram e incentivaram a atingir as vitórias que fui conseguindo.

Em primeiro lugar quero agradecer á minha família, que esteve sempre disponível e me apoiou, ensinando-me que com empenho e dedicação todos os objetivos são possíveis de atingir.

Á minha namorada, que sempre me apoiou em todas as decisões que tomei.

Aos meus professores que sempre se mostraram disponíveis e atentos, que me ensinaram muito e me deram todas as bases e instrumentos necessários para que o meu futuro profissional seja bem-aventurado e cheio de sucesso.

Á minha orientadora de estágio, a professora Dina Teixeira, pela disponibilidade demonstrada.

Aos meus colegas e amigos que fui conhecendo ao longo desta caminhada, que me enriqueceram a nível pessoal e com companheirismo e amizade fizeram com que tudo aquilo que aparentava ser difícil se tornasse fácil.

Á equipa de trabalho maravilhosa que encontrei Nevão, Lda. que sempre me trataram com simpatia e lealdade, fazendo com que o estágio lá realizado fosse uma experiência enriquecedora.

A todos, agradeço tudo o que me deram e ensinaram, fazendo com que me tornasse num ser humano melhor.





FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Nome: Hugo Miguel Esteves Rito

Morada: Rua Formosa, lote 50 3ºesquerdo 6300-837 Guarda

Telefone: 963 735 991

Correio eletrónico: ritohugo@gmail.com

Número de aluno: 1009021

Curso: Marketing

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Nome da Organização: Nevão, Lda.

Empresa de acolhimento: Nevão, Lda.

Morada: Avenida São Cristóvão, 151 6320-624 Soito

Telefone: 271 601 014

Correio eletrónico: nevao@nevao.pt





Supervisor na instituição: Abel Lopes (Diretor de vendas)

IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO

Nome: Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda

Orientador de estágio: Professora Dina Teixeira

Início de estágio: 1 de Outubro de 2012

Conclusão de estágio: 30 de Novembro de 2012

Duração do estágio: 400 horas





PLANO DE ESTÁGIO

Por forma a concluir a licenciatura em Marketing na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, o estagiário realizou o estágio curricular, com a duração de 400 horas na empresa Nevão, Lda. Esta empresa que realiza distribuição de produtos alimentares encontra-se localizada na Vila do Soito, concelho do Sabugal. O plano de estágio foi definido conjuntamente pelo estagiário e pelo diretor de vendas, Abel Lopes, e incluiu as seguintes atividades:

- Acompanhamento dos vendedores;
- Atualização dos catálogos dos produtos comercializados;
- Atualização do *website*;
- Outras atividades na área da promoção e comunicação;
- Apoio logístico.



RESUMO DO ESTÁGIO

Neste relatório, serão descritas as atividades desenvolvidas durante as 400 horas de estágio.

Relativamente ao plano de estágio, existiu algum desvio no que toca às atividades planeadas, pois aconteceram algumas contrariedades que impossibilitaram a realização do inicialmente proposto.

Contudo, o estagiário considera o estágio produtivo e enriquecedor do ponto de vista profissional e pessoal.

Assim, as atividades efetivamente desenvolvidas durante o estágio foram as seguintes:

- Acompanhamento de vendedores;
- Participação numa feira regional;
- Elaboração de cartazes para a feira regional;
- Contato com *designers* para realização de um catálogo digital;
- Apoio logístico.

As atividades desenvolvidas ao longo do estágio revelaram-se verdadeiramente interessantes e enquadradas com os conteúdos apreendidos durante a frequência da licenciatura em Marketing.

Palavras-chave: Marketing, Distribuição, Vendas.

JEL Classification: M30 – General; M31 – Marketing



Agradecimentos	I
Ficha de Identificação	II
Apresentação da empresa	II
Identificação da instituição de ensino	III
Plano de Estágio	IV
Resumo do Estágio	V
Índice de Figuras.....	VII
Introdução	1
I. Nevão, Lda.	2
1. Identificação da Empresa.....	3
1.1. Apresentação da Empresa	3
1.2. Instalações	4
1.3. Organograma da Nevão, Lda.	7
2. Responsabilidade Social.....	8
2.1. Apoio a entidades sociais e recreativas	8
2.2. Proteção do meio ambiente	9
3. Atividade e produtos da empresa	10
3.1. Atividade da empresa	10
3.2. Produtos da empresa	10
II. Atividades Desenvolvidas	13
1. Apoio Logístico e Participação numa feira.....	14
1.1. Apreciação da atividade.....	16
2. Contactos com gráficas.....	17
2.1. Apreciação da atividade.....	17
3. Acompanhamento dos Vendedores	19
3.1. Relatório Elaborado dos Vendedores	20
Missão, Visão e Valores	20
A empresa no mercado.....	21
Estratégia	21
Concorrentes	22
Análise SWOT.....	23
Os vendedores	25
Listar os Pontos Fortes e Fracos Identificados.....	28
Conclusão SWOT	29
Opções estratégicas e plano Operacional.....	30
3.2. Apreciação da atividade.....	31
4. Apoio Logístico.....	32
4.1. Apreciação da atividade.....	32

Conclusão	33
Bibliografia.....	34
Publicações	34
Endereços eletrónicos.....	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Escritório.....	4
Figura 2: Prateleiras Armazém	5
Figura 3: Armazém	5
Figura 4: Arca Frigorífica.....	5
Figura 5: Entrada	6
Figura 6: Pátio Exterior	6
Figura 7: Zona de Venda ao Público	6
Figura 8: Organograma Nevão, Lda.	7
Figura 9: Produtos lácteos	10
Figura 10: Presuntos.....	11
Figura 11: Fumeiros de Corte	11
Figura 12: Mercaria Diversa.....	12
Figura 13: Enlatados e Outros	12
Figura 14: Cartaz da Feira	14
Figura 15: Stand da Feira	15
Figura 16: Prateleiras de Exposição.....	15
Figura 17: Cartaz.....	16
Figura 18: Contatos de Gráficas	17
Figura 19: Concorrentes	22
Figura 20: Oportunidades e Ameaças	24
Figura 21: Pontos Fortes/Fracos.....	28
Figura 22: Conclusão Swot	29
Figura 23: Faturas	32

INTRODUÇÃO

No âmbito da conclusão da licenciatura em Marketing, os alunos têm de efetuar um estágio de final de curso como última atividade, sendo este estágio uma excelente oportunidade de colocar em prática os conceitos apreendidos nas aulas e obter experiência profissional vivendo o dia-a-dia de uma empresa.

A empresa de acolhimento foi a Nevão, Lda., sediada na vila do Soito. Trata-se de uma empresa que tem como atividade a distribuição de produtos alimentares.

Com a duração de 400 horas, o estágio teve início a 1 de Outubro de 2012 terminando a 30 de Novembro do mesmo ano.

Durante o estágio, foram desenvolvidas algumas atividades que se enquadram nas disciplinas lecionadas na licenciatura no curso de Marketing como por exemplo Gestão da Distribuição, Multimédia e Comunicação em Marketing e que irão ser descritas neste relatório.

Este relatório está dividido em dois capítulos: no capítulo um, é feita a caracterização da empresa e da sua atividade; no capítulo dois, são descritas as atividades desenvolvidas ao longo deste período na Nevão, Lda.



I. NEVÃO, LDA.



1. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome da Organização: Nevão, Lda.

Empresa de acolhimento: Nevão, Lda.

Morada: Avenida São Cristóvão, 151 6320-624 Soito

Telefone: 271 601 014

Site: www.nevao.pt

Correio eletrónico: nevao@nevao.pt

1.1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Nevão, Lda foi criada em 1967, está sediada na vila do Soito concelho de Sabugal, distrito da Guarda.

Inicialmente funcionava como uma fábrica de gelados com marca própria que se designava Gelados Nevão, mas com a evolução do mercado e com o aparecimento das grandes marcas como a Olá e a Nestlé que apresentavam uma maior aposta a nível de comunicação e com preços mais competitivos, a Nevão, Lda teve que reformular o seu negócio deixando o fabrico de gelados. Atualmente está a laborar em duas vertentes da área alimentar que são a distribuição de produtos alimentares e a pastelaria de fabrico próprio, representado várias marcas no que respeita a distribuição alimentar.

O novo conceito de negócio da empresa permitiu-lhe crescer levando assim a um alargamento das suas rotas de distribuição. A empresa apresenta várias rotas na

distribuição alimentar sendo que diariamente quatro viaturas saem das suas instalações para procederem à distribuição de produtos.

Este crescimento levou ao aumento do número de funcionários para que fosse mantida a satisfação dos clientes com entregas periódicas.

Esta estratégia levou à fidelização de muitos dos clientes, que ainda hoje se mantêm. Atualmente a Nevão, Lda dispõe de marcas e produtos exclusivos como é o caso de alguns dos fumeiros que comercializa o que leva as pessoas a contactar a empresa quando necessitam de adquirir esses mesmos produtos.

1.2. INSTALAÇÕES

As instalações da empresa situam-se na vila do Soito, e são constituídas por uma pastelaria de fabrico próprio, um escritório, um armazém e um pátio exterior.

O escritório, (figura 1) a nível de mobiliário e material informático encontra-se bem apetrechado, satisfazendo os requisitos necessários para as funções que ali são desempenhadas. É uma sala bastante iluminada por uma janela exterior, tornando-se assim um espaço agradável.

Nesta área são feitas encomendas através de contacto telefónico, são recebidos vendedores e é feita toda a contabilidade da empresa.



Figura 1: Escritório

Fonte: Elaboração Própria

O armazém é uma área bem dimensionada e organizada, sendo o seu espaço adequado ao número de produtos existentes na empresa.

A organização dos produtos é feita por categorias nas diferentes prateleiras (figuras 2 e 3). Para uma melhor gestão do produto pelos vendedores, cada produto possui o preço e o código de registo do programa de faturação da empresa.



Figura 2: Prateleiras Armazém

Fonte: Elaboração Própria



Figura 3: Armazém

Fonte: Elaboração Própria

Todos os produtos que necessitem de ser conservados a baixas temperaturas encontram-se na câmara frigorífica (figura 4) localizada neste armazém.



Figura 4: Arca Frigorífica

Fonte: Elaboração Própria

Perto da porta para o pátio exterior está localizada a zona de cargas e descargas das viaturas transportadoras da empresa e das viaturas dos fornecedores.

No pátio exterior há possibilidade dos clientes que vão adquirir produtos da pastelaria estacionarem os seus carros (figuras 5 e 6). Também os vendedores de outras empresas têm a mesma possibilidade. Nesta zona também pernoitam as viaturas da empresa, com o sistema de refrigeração ligado à corrente elétrica, uma vez que a carga para o dia seguinte é feita ao final da tarde.



Figura 5: Entrada

Fonte: Elaboração Própria



Figura 6: Pátio Exterior

Fonte: Elaboração Própria

Tal como já foi referido anteriormente, há uma pastelaria de fabrico próprio cujos produtos são vendidos através de encomendas e distribuídos por uma viatura a escolas, minimercados ou supermercados. Para além desta opção de venda há ainda no armazém uma zona de venda ao público (figura 7) de todos os produtos da pastelaria ou encomendas dos mesmos.



Figura 7: Zona de Venda ao Publico

Fonte: Elaboração Própria

As instalações sanitárias são comuns a todos os funcionários da empresa, havendo duas casas de banho, uma para os funcionários e outra para as funcionárias.

1.3. ORGANOGRAMA DA NEVÃO, LDA.

“Organograma é o gráfico que representa a estrutura formal da empresa que permite a visualização da sua estrutura de forma simples e direta.” (Chiavenato, 2003).

O presente organograma (figura 8) mostra de uma maneira geral, a divisão de departamentos e funções existentes na Nevão, Lda.

Organograma Nevão, Lda.

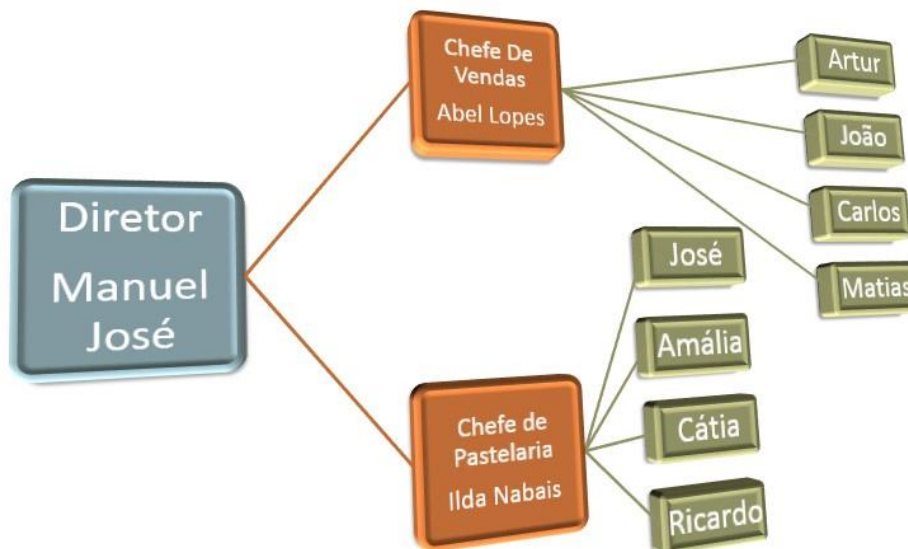


Figura 8: Organograma Nevão, Lda.

Fonte: Elaboração Própria

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL

“A responsabilidade social é um conceito segundo o qual, as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.”

Livro Verde da Comissão Europeia (2001)

A responsabilidade social tem como principal objetivo ajudar entidades carenciadas e contribuir para um mundo melhor. Todavia, esta prática que está na moda é agora encarada pelas empresas como uma excelente forma de melhorar o seu posicionamento e criar relacionamentos estratégicos junto do meio envolvente a fim de melhorarem o seu desempenho no mercado.

Neste sentido, a Nevão, Lda, estabelece um apoio constante junto de entidades sociais e recreativas locais, e tem um papel ativo na proteção do meio ambiente, como passo a descrever.

Neste sentido, a Nevão, estabelece um apoio constante junto de entidades sociais e recreativas locais, e tem um papel ativo na proteção do meio ambiente, como passo a descrever.

2.1. APOIO A ENTIDADES SOCIAIS E RECREATIVAS

Com o objetivo de cooperar e criar relações com o meio envolvente, a Nevão, Lda tem vindo a fornecer bolos, quando solicitados, a instituições humanitárias e recreativas, como por exemplo bombeiros voluntários, lares de terceira idade e casas do povo.



2.2. PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE

Para um futuro sustentável, a Nevão, Lda procede à reciclagem de todos os resíduos ligados à fase de embalagem do produto, papel e plástico, transportando-os de forma voluntária para os Ecopontos. No setor administrativo, a empresa procede à reciclagem de papel e de *tonners*.

3. ATIVIDADE E PRODUTOS DA EMPRESA

3.1. ATIVIDADE DA EMPRESA

A Nevão, Lda tem na distribuição de produtos alimentares e na pastelaria de fabrico próprio a sua atividade. Esta atividade incide em dois distritos do nosso país: o da Guarda e o de Castelo Branco e também efetua algumas exportações sendo o auge das mesmas na época natalícia em que exporta bolos-reis para países como a França, Bélgica, Luxemburgo e Suíça. A exportação surgiu devido à existência das grandes comunidades de emigrantes portuguesas nestes países e que associada à elevada qualidade rapidamente se tornou um produto com vendas significativas e bastante reconhecido nestes países.

3.2. PRODUTOS DA EMPRESA

A Nevão, Lda dispõe de uma vasta gama de produtos alimentares. Em seguida serão apresentados de forma sucinta todos os produtos. No que diz respeito aos laticínios e bebidas, a Nevão dispõe de iogurtes e sobremesas de vários sabores, iogurtes líquidos e algumas bebidas como leite, sumos e bebida de soja. Existem ainda natas, queijos e manteigas.

No que concerne aos queijos há diversas marcas dos mais variados tipo de leite (cabra, vaca, ovelha e mistura) e de tamanhos diferentes (figura 9). Alguns dos queijos são vendidos ao quilo e outros embalados em doses mais pequenas para vender à unidade.



Figura 9: Produtos lácteos

Fonte: WWW.NEVAO.PT

Dentro dos produtos cárnicos há: chouriços, salsichão, fiambres, mortadelas, presuntos, (figura 10) bacon, paio e patés. Os chouriços e salsichão são todos vendidos ao quilo, embora haja uns mais direcionados para charcutarias pois apresentam um tamanho superior sendo mais indicados para fatiar. Os outros chouriços e salsichão que vêm embalados e são de tamanhos mais reduzidos são mais vendidos nos mini mercados.



Figura 10: Presuntos
Fonte: WWW.NEVAO.PT

A parte mais importante da faturação da empresa são os chouriços paiola da marca Serrano, apresentando-se como um produto muito conceituado e exclusivo da Nevão, Lda o que lhe dá bastante fama.

As mortadelas, os fiambres e os paios são todos vendidos em grande escala para espaços preparadas para fatiar. Há diversas marcas de fiambres e mortadelas nas variedades de porco e peru. Os presuntos e bacons de várias marcas encontram-se disponíveis para venda: inteiros, às metades, com osso, sem osso e por último fatiados e embalados (figura 11).



Figura 11: Fumeiros de Corte

Fonte: WWW.NEVAO.PT

O paté cabeça de porco é um produto muito reconhecido e conceituado na empresa pois é exclusivo e comercializado com o rótulo da Nevão. São também comercializados outros patés de várias marcas nomeadamente Jean Floç'h, Arnaud, Madrange.

Para poder ser feita uma revenda de produtos de mercearia em mini mercados e supermercados existem na Nevão, Lda vários produtos alimentares de diversas marcas. São eles: bolos embalados, torresmos, ovos, bacalhau, compotas e conservas. Dentro das conservas existe: atum, enguias, lulas, polvo cozido, mexilhão, sardinhas, carapaus, salchichas, cogumelos, milho doce, tomate pelado, pimentos, polpa de tomate, feijão preto, feijão manteiga, feijão encarnado, feijão-frade, feijão-verde, grão, ervilhas, espargos, macedónia e rebentos de feijão. Como refeições rápidas em conserva a Nevão, Lda disponibiliza ainda das seguintes refeições: dobrada, mão de vaca, feijoada, chispalhada, almôndegas, cassoulet e ravioli. Por último nesta gama de produtos existem também tremoços, azeitonas e pickles (figuras 12 e 13).



Figura 12: Mercearia Diversa

Fonte: WWW.NEVAO.PT



Figura 13: Enlatados e Outros

Fonte: WWW.NEVAO.PT

A pastelaria tem diversos produtos, uns confeccionados diariamente e embalados para venda, tais como: miniaturas sortidas e biscoitos. São também confeccionados bolos que respondem às encomendas efetuadas pelos clientes (escolas, casamentos, batizados, aniversários) e na época natalícia o tradicional bolo-rei seriamente reconhecido pela sua qualidade e que permite à empresa fazer a sua exportação.



II. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

1. APOIO LOGÍSTICO E PARTICIPAÇÃO NUMA FEIRA

As feiras regionais são um meio excelente de comunicação e promoção para todo o tipo de produtos. Nestes eventos, para além de poderem surgir várias oportunidades de negócio, os produtores têm uma amostra do que é o mercado, dos seus concorrentes e das novas tendências do setor.

Estes eventos são, por excelência, ótimas oportunidades para o lançamento de novos produtos, uma vez que a empresa e o produto estão em contato permanente com o consumidor e por vezes com a imprensa, obtendo assim um feedback imediato destes dois intervenientes.

Durante o período de estágio, ocorreu uma feira na qual a empresa marcou presença e na qual o estagiário teve a oportunidade de participar, foi na Vila do Soito e a feira denominava-se “Mercado da Terra” (figura 14). A feira que decorreu no Centro de negócios transfronteiriço do Soito contou com a presença do presidente da câmara do Sabugal e o presidente da associação de desenvolvimento do Sabugal entre outros, no colóquio “Empreendedorismo Rural” o que permitiu à empresa mostrar os seus melhores produtos de pastelaria



Figura 14: Cartaz da Feira

Fonte: Feira “Mercado da Terra”

O estagiário participou nesta feira dando apoio logístico, quer no transporte e elaboração dos adereços decorativos, para posterior montagem do *stand* (figuras 15 e 16), quer no transporte dos bolos. Na decoração do *stand*, foram utilizados cartazes decorativos, que continham informação institucional e dos produtos comercializados. Já no decorrer da feira, os visitantes eram incentivados a provar os bolos da empresa.



Figura 15: Stand da Feira
Fonte: Elaboração Própria



Figura 16: Prateleiras de Exposição
Fonte: Elaboração Própria

1.1. APRECIÇÃO DA ATIVIDADE

Esta atividade foi das mais estimulantes desenvolvida ao longo do estágio, uma vez que este tipo de feiras é uma excelente ferramenta de marketing para a promoção de uma empresa ou produto e ainda foi possível elaborar o cartaz (figura 17) da empresa de acordo com o que foi pedido pelo responsável relativamente às cores a utilizar assim como os logótipos pretendidos para fazer referência às marcas comercializadas e ainda ao texto que estaria presente no cartaz. Estar presente nesta feira, foi como estar por dentro do mercado da região.



Figura 17: Cartaz

Fonte: Elaboração Própria

A maior dificuldade sentida nesta atividade deveu-se a questões técnicas ligadas a especificidades dos bolos desconhecidas pelo estagiário dado que este manteve uma maior ligação à área da distribuição alimentar.

2. CONTACTOS COM GRÁFICAS

Com o objetivo de reformular o catálogo de produtos da Nevão, Lda, foi necessário pesquisar por empresas de *design* que estivessem interessadas em fazer este serviço. Foi pedido ao estagiário para fazer um levantamento de algumas empresas especializadas em artes gráficas do distrito da Guarda para posteriormente serem contactadas. Após alguma pesquisa foram encontrados contactos (figura 18) que foram disponibilizados ao diretor de vendas.

Nome	Website	Morada	Telefone	Email
Atelier Maurício Vieira	http://www.mauriciovieira.pt/	Rua António Sérgio, N 49, 2º DTO 6300-665 Guarda	(351 271 213 224) (351 271 213 201)	mauriciovieira@mauriciovieira.com
Puro design	http://www.purodesign.eu/	Largo Frei Pedro nº 38 1º Andar 6300-000 Guarda	(351 271 238 027) (925 822 737)	mail@puro.pt
RM21 – Design Multimédia, lda.	http://www.rm21.pt	Av. Monsenhor Mendes do Carmo, 43 – r/ch Drt. 6300-586 Guarda	(271 212 488) (917 212 423)	rm21@rm21.pt
Sentido comum	http://www.sentidocomum.pt/	R.Dr. Martins das Neves Lote 2, CV Frente 6300-654 Guarda	351 271 083 191	info@sentidocomum.pt

Figura 18: Contatos de Gráficas

Posteriormente realizou-se uma reunião com o Atelier Maurício Vieira para dar a conhecer a realidade do serviço em causa para que este apresentasse um orçamento. O estagiário teve a oportunidade de participar nessa reunião, dando opiniões, pois como estava sempre com os vendedores ouvia as queixas deles relativas ao atual catálogo e pode informar o *designer* das opiniões que eles tinham e assim o novo ser feito com maior facilidade de manuseamento.

2.1. APRECIÇÃO DA ATIVIDADE

Esta atividade foi importante no sentido de ter a perceção do quão importante é para uma empresa, a escolha acertada na hora de pedir a prestação de serviços a outra empresa.



Neste caso, a empresa tem de ter em conta a relação qualidade/preço da prestadora de serviços.

No desenrolar da atividade a maior dificuldade foi fazer uma lista de empresas que poderiam prestar o serviço com as condições que a Nevão, Lda exigia pois tinha que ser uma empresa da região e ter disponibilidade para se deslocar a empresa para tirar fotografias a todos os produtos porque a empresa não disponha de nada em formato digital.

Lidar com empresas de *design* também não foi muito agradável pois têm dificuldade em ouvir a opinião dos demais e soube já depois de ter terminado o estágio que a Nevão, Lda não entregou o serviço a esta empresa, devido ao valor excessivo que foi pedido e neste momento encontra-se em contacto com uma outra empresa também da Guarda.

3. ACOMPANHAMENTO DOS VENDEDORES

O acompanhamento dos vendedores foi a atividade à qual foi dedicado grande parte do tempo de estágio, pois assim foi definido pelo responsável o Sr. Abel Lopes uma vez que ele pretendia saber quais as principais diferenças entre os seus vendedores, (ver relatório que se segue) porque é que uns tinham muita facilidade em vender determinados produtos e outros não vendiam nenhum.

Com a função atribuída o estagiário foi analisando os diferentes vendedores, tirando notas para posteriormente elaborar um relatório para o Sr. Abel Lopes, apontando os pontos fortes e fracos de cada um dos vendedores e ainda uma breve apresentação da empresa assim como uma análise *SWOT* onde foram apresentadas possíveis soluções para o melhoramento da empresa.

Análise SWOT: “A análise SWOT é uma ferramenta de gestão muito utilizada pelas empresas para o diagnóstico estratégico. O termo SWOT é composto pelas iniciais das palavras Strengths (Pontos Fortes), Weakness (Pontos Fracos), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).”¹

¹ Fonte: www.iapmei.pt



3.1. RELATÓRIO ELABORADO DOS VENDEDORES

MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO

Gerir profissionalmente o portefólio de produtos de forma a maximizar a imagem da empresa, procurando a excelência ao nível dos produtos que vendemos.

VISÃO

Diversificar a empresa com a implementação constante de novos produtos de forma a assegurar um crescimento sustentado.

VALORES

Orientação para o mercado, promovendo a satisfação e fidelização do Cliente;
Criação de valor melhorando continuamente o desempenho;
Motivação dos recursos humanos, criando condições para o sucesso da organização.



A EMPRESA NO MERCADO

Procuramos criar ofertas com produtos de qualidade e valor reconhecidamente superiores. Posicionamo-nos como uma empresa de distribuição de produtos alimentares de qualidade para melhorar a qualidade de vida dos nossos clientes, proporcionando-lhes novas formas de usufruírem o melhor possível da sua alimentação.

A nossa oferta é alargada, abrangendo todos os segmentos de mercado e é reconhecida pelos clientes.

ESTRATÉGIA

Estrategicamente, a Nevão assenta na disponibilização de uma oferta muito competitiva em todas as vertentes de atividade, de modo a cativar e manter os clientes mais influentes. Através dos fatores de diferenciação, pretende-se alcançar o mais elevado nível de satisfação dos clientes e paralelamente maximizar as receitas.

A Nevão encontra-se entre as mais sustentáveis empresas da região, sendo reconhecida a sua orientação para o cliente, a sua inovação, o profissionalismo e a ética com que atua no mercado.

A estratégia da Nevão de liderança e crescimento está centrada em três fatores de diferenciação: CRM (o melhor relacionamento com os clientes), marca (dos produtos vendidos) e inovação (sempre a introduzir novos produtos consoante as necessidades).

CONCORRENTES

- Alguns exemplos

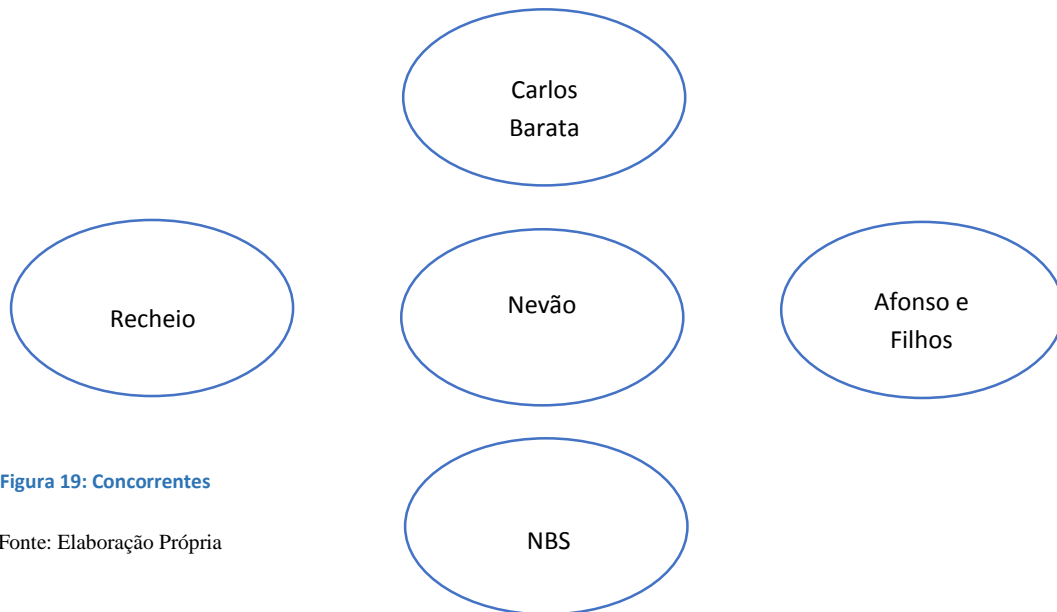


Figura 19: Concorrentes

Fonte: Elaboração Própria

O mercado em que a Nevão se encontra tem diversas empresas concorrentes, (figura19) tal como se pode ver na figura acima.

Todas elas vendem produtos muito semelhantes a nível de preço, relativamente à qualidade a Nevão é sem dúvida melhor pois é nesse ponto que ela mais se preza.

DIAGNÓSTICO EXTERNO

Atualmente, devido à crise económica que está instalada no nosso país é complicado as empresas conseguirem um crescimento. Posto isto, há uma necessidade das empresas deste ramo inovarem nos produtos para este mercado. Esta inovação vai desde a qualidade dos produtos até à sua diversidade para assim conseguirem um aumento do público-alvo.

Por outro lado, existem diversos vetores que marcam as tendências nas vendas de produtos alimentares: as altas expectativas dos consumidores, uma desertificação das zonas rurais (o que leva à inexistência de clientes) e o facto de os produtos respeitarem as normas de segurança, transporte e acondicionamento legais.

Tendo em conta a situação económica atual de Portugal. A sua zona de intervenção encontra-se num país em crise (Portugal), com fraco poder de compra e uma situação socioeconómica complicada.

Relativamente aos produtos, sabe-se que têm que obedecer a determinadas regras para poderem ser comercializados assim como produzidos.

PRINCIPAIS OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Um importante objeto de estudo do ambiente geral do mercado é a identificação e consequente análise das oportunidades e ameaças. A oportunidade é uma condição no ambiente geral que pode ajudar a empresa a alcançar a competitividade estratégica. A ameaça é qualquer condição no ambiente geral que possa vir a prejudicar os esforços da empresa para alcançar a competitividade estratégica. No caso da Nevão temos as seguintes Oportunidades e Ameaças: (figura20)

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Tendência de mercado a procurar melhor qualidade; • Procura crescente de alguns produtos; • Introdução de pré-venda; • Implementação de novos produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevada concorrência; • Custos elevados.

Figura 20: Oportunidades e Ameaças

Fonte: Elaboração Própria

DIAGNÓSTICO INTERNO

O ambiente interno é composto de forças e fraquezas internas, que influenciam a sua competitividade estratégica. O motivo de se realizar uma análise do ambiente interno de uma empresa é identificar as suas forças e fraquezas.

As capacidades que permitem que uma empresa faça algo que outra não pode fazer ou que permitem que a empresa faça algo melhor do que outras são chamadas forças, assim sendo as forças podem ser identificadas como algo que uma empresa faz especialmente bem. As forças ajudam a empresa a tirar proveito de oportunidades ou superar ameaças externas. As capacidades ou deficiências de habilidade que impedem que uma empresa execute uma atividade importante tão bem como outras são chamadas fraquezas. As fraquezas têm o potencial de impedir que a empresa tire proveito de oportunidades ou obtenha sucesso para superar ameaças externas. Desta forma, as fraquezas podem ser consideradas como algo que a empresa precisa melhorar.

É um mercado altamente competitivo, e somos uma empresa de referência, apostando na inovação e na qualidade.

A Nevão sabe que a preocupação com o cliente não pode surgir apenas do fim da linha. Para cumprir com eficiência o que pretendemos transmitir aos clientes necessitamos de muitas pessoas, com formação e motivadas mesmo que não estando presentes, garantam que nada falte aos nossos clientes.



Estamos situados no centro do país (Soito), onde estamos sedeados há muitos anos o que nos permite chegar facilmente aos nossos clientes.

Requisitos operacionais podem criar algumas restrições na entrega dos produtos, por isso, deve haver o cuidado de facilitar ao máximo a comodidade dos clientes.

OS VENDEDORES

ARTUR

Funcionário muito organizado e responsável com elevado nível de conhecimento dos produtos que vende, resultado da longa experiência de que já dispõe.

Pontos Fortes:

- Conhecimento dos produtos;
- Elevada experiência;
- Confiança com os clientes;

Pontos fracos:

- Satisfação com as vendas habituais;
- Pouca tentativa de implementar os novos produtos constantemente adquiridos pela empresa;
- Satisfação dos caprichos desmedidos dos clientes.

No geral, é sem dúvida um bom vendedor que apesar das falhas apresentadas acaba sempre por cumprir as metas de venda com os seus clientes com os quais possui mais confiança e com os produtos que tem mais hábito de venda.

No sentido de melhorar os caprichos desmedidos dos clientes, o Artur está a desenvolver um “diálogo educativo”, preservando uma boa relação com os clientes, para que estes por exemplo não lhe liguem cada vez que precisam de algum produto em vez de o terem adquirirem no dia da visita.

CARLOS

Funcionário muito organizado no seu trabalho uma vez que por norma faz as férias dos restantes vendedores, o que leva a alguma possível confusão e troca nas deslocações e nos próprios clientes, pois sem hábitos nem vícios de venda acaba por ser um vendedor muito viável.

Pontos fortes:

- Versatilidade dentro da empresa;
- Conhecimento de todos os clientes;
- Extrema atenção e preocupação com a organização da carrinha assim como das encomendas.

Pontos fracos:

- Muito calado para os clientes;
- Pouca tentativa na venda de novos produtos nos clientes em que faz férias de outros vendedores;
- Por norma quem compra é o cliente em vez de ser ele a vender.

No geral é um vendedor razoável pois acaba por vender aquilo que o cliente pede, ou seja, satisfaz as necessidades do mesmo.

Podia melhorar a sua relação pessoal com os clientes de forma a melhorar a confiança que depositam nele e assim comprar-lhe-iam uma maior gama de produtos. Esta tarefa poderá tornar-se complicada já que o facto de cobrir as férias dos restantes vendedores, não lhe permite um período de tempo suficientemente contínuo com cada cliente e quando começa a criar empatia com os mesmos já volta a ser o vendedor habitual a fazer as visitas, indo ele substituir outro colega.

JOÃO



Funcionário pouco organizado, mas que no meio da sua desorganização consegue concluir as suas vendas. Apesar do pouco tempo que trabalha na empresa já conhece muito bem todos os produtos.

Pontos fortes:

- Jovem;
- Dinâmico;
- Cheio de vontade de trabalhar e de ganhar dinheiro;
- Tenta sempre vender mais.

Pontos Fracos:

- Desorganizado tanto com a carga da carrinha como com as encomendas;
- Devia ter uma apresentação mais cuidada;
- Pouca vontade de ajudar os outros vendedores.

No geral sendo ele um vendedor jovem a empresa pode moldá-lo da forma que considerar mais pertinente pois ainda não apresenta qualquer tipo de vícios.

Os seus pontos fracos podem facilmente melhorar, basta ter: um pouco mais de cuidado com a sua apresentação e com a carga que transporta. As encomendas que lhe são feitas também é um aspecto a melhorar pois devia ter mais atenção às quantidades vendidas por cliente pois o vender em excesso hoje é sinónimo de possíveis trocas ou de uma venda falhada na próxima visita porque o cliente ainda possui muito produto.

MATIAS

Um vendedor exemplar com uma vasta experiência na empresa, consegue sempre vender aquilo a que se propõe e raramente recebe um não do cliente.

Pontos Fortes:

- Elevado conhecimento da área;
- Elevado grau de confiança com os clientes;
- Consegue vender tudo a que se propõe.

Pontos fracos:

- Falar demais;
- Um pouco distraído pois raramente sabe os códigos dos produtos.

No geral é um vendedor exemplar que consegue sempre cumprir os seus objetivos. No sentido de melhorar só deveria às vezes ouvir mais do que fala, o que parece simples mas exige muito esforço, energia e paciência para ser conseguido, ou seja, falar menos e saber ouvir.

LISTAR OS PONTOS FORTES E FRACOS IDENTIFICADOS

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">• Aposta em produtos de qualidade;• Vasta gama de produtos;• Funcionários experientes;• Cumprimentos dos prazos de entrega.	<ul style="list-style-type: none">• Vendas falhadas por falta de produtos;• Elevados custos fixos.

Figura 21: Pontos Fortes/Fracos

Fonte: Elaboração Própria

CONCLUSÃO SWOT

A análise SWOT (figura 22) é uma forma muito difundida de fazer o diagnóstico estratégico da empresa. O que se pretende é definir as relações existentes entre os pontos fortes e fracos da empresa com as tendências mais importantes que se verificam na envolvente global da empresa, seja ao nível do mercado global, do mercado específico, da conjuntura económica.

	Pontos Fortes	Pontos fracos
Oportunidades	Aposta em produtos de qualidade;	Vendas falhadas por falta de produtos;
	Vasta gama de produtos;	Elevados custos fixos
Ameaças	Funcionários Experientes;	
	Cumprimentos dos prazos de entrega.	
Oportunidades	Sugestões	Sugestões
	Aumento da qualidade;	Diminuição dos custos fixos;
Ameaças	Procura crescente de alguns produtos;	Implementação de pré venda
	Introdução de pré-venda;	Aposta em novos produtos;
Oportunidades	Implementação de novos produtos.	Aumento do investimento em comunicação.
Ameaças	Sugestões	Sugestões
	Elevada concorrência;	Aperfeiçoar a gestão da empresa;
Oportunidades	Custos Elevados.	Melhorar a comunicação.

Figura 22: Conclusão Swot

Fonte: Elaboração Própria

Apesar da elevada concorrência no mercado, a Nevão pretende registar um forte desempenho. Aposta na inovação e na qualidade dos produtos, com o intuito de continuar a ser uma empresa de referência no mercado.

Apresentam-se vários objetivos (financeiros e não financeiros), sendo os objetivos financeiros complementados pelos não financeiros.

Quanto aos objetivos financeiros que se pretendem:

- Aumentar a quota de mercado.

No que respeita aos objetivos não financeiros a empresa ambiciona:

- Aumentar a qualidade dos seus produtos, investindo numa melhor imagem dos mesmos (alteração do catálogo e do website).

Após a definição dos objetivos deve-se escolher as estratégias adequadas à realização desses objetivos.

Com o intuito de conquistar o mercado aos nossos concorrentes, e garantir a qualidade dos nossos produtos e dos recursos, iremos adotar a estratégia diferenciação e de fidelização.

3.2. APRECIÇÃO DA ATIVIDADE

Foi a atividade que ocupou praticamente todo o tempo de estágio, devido ao elevado número de horas que efetuava por dia levou ao término do estágio em cerca de 2 meses pois muitos dos dias fazia treze horas, entrando às seis da manhã e saindo às sete da tarde.

Apesar do horário ser um pouco exagerado esta atividade foi uma verdadeira aprendizagem porque permitiu conhecer algo novo com cada um dos vendedores e retirar lições de cada um deles o que pode ser uma mais-valia no futuro.

Sem dúvida que lidar com cerca de trinta clientes por dia é bastante complicado e sendo venda direta eles querem sempre negociar descontos e quantidades, isto para os pequenos comerciantes.

Os grandes clientes da Nevão, Lda como é o caso do Intermarche e Minipreço da região são ainda mais difíceis pois exigem muito tempo em cada visita uma vez que apresentam certos protocolos que têm que ser seguidos, como por exemplo ir à receção para avisar que chegamos, aguardar que fossem ao armazém, verificarem o peso e unidades de todos os produtos.

Foi sem dúvida uma atividade enriquecedora que permitiu além de visualizar e tirar lições das vendas, também fazer algumas com os clientes que tinham maior amizade com os vendedores.

Inicialmente foi um pouco complicado pois muitos dos produtos eram desconhecidos para o estagiário ou então não os conseguia identificar pelo nome, uma vez que muitos dos produtos são semelhantes.

Com o passar do tempo e com a diversidade de clientes a pedirem produtos completamente diferentes o estagiário conseguiu identificar todos os produtos que a empresa dispunha.

Os vendedores sendo eles muito diferentes e com clientes muito distintos todos foram muito simpáticos e cooperantes com o estagiário.

4. APOIO LOGÍSTICO

Todos os dias ao final da tarde após a chegada à empresa todos os vendedores faziam a sua contabilidade diária tarefa na qual o estagiário colaborava na verificação de faturas (figura 23)

Verificava-se ainda a carga que estava na carrinha para depois se fazer a nova carga para o dia seguinte pois havia produtos que eram necessários num determinado dia e no outro não o que implicava a ter que se descarregar o que sobrava e voltar a fazer nova carga.

4.1. APRECIACÃO DA ATIVIDADE

Era uma atividade realizada no final do dia e que já ninguém tinha muita disponibilidade para efetuar, mas acabava por ser algo rápido porque todos os vendedores sabiam o que necessitavam para o dia seguinte. Para o estagiário foi bom uma vez que nos minutos que andava pelo armazém em busca dos produtos para efetuar a carga, começou a conhecer grande parte dos produtos que a empresa comercializava.

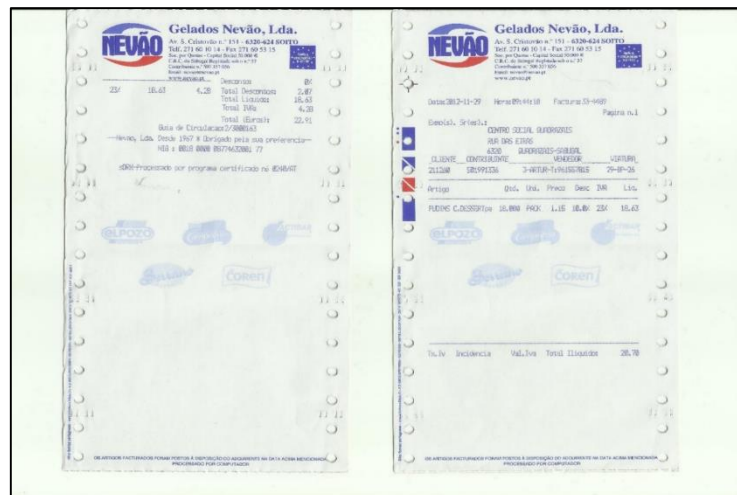


Figura 23: Faturas

Fonte: Elaboração Própria

CONCLUSÃO

Após terminar este estágio curricular, fica a certeza que foi uma importante experiência para o meu enriquecimento não só a nível profissional como também pessoal. Estar envolvido diariamente no seio de uma empresa, dá-nos a perceção exata da realidade empresarial, da dificuldade que é estar num mercado tão exigente e da responsabilidade que é estar no mercado de trabalho.

A Nevão, Lda. proporcionou-me um estágio abrangente, podendo estar em contacto com as diversas áreas da empresa, dando-me mais confiança para as adversidades que se atravessarem no futuro.

As atividades de marketing que desenvolvi, permitiram-me colocar em prática conceitos apreendidos durante a formação teórica.

Embora gostasse que este estágio tivesse sido mais relacionado com o interior da empresa e com as melhorias possíveis de realizar a nível de comunicação como era o caso do *website* e do catálogo de produtos acabou por ser um estágio interessante.

Em suma, este estágio foi inteiramente gratificante e proveitoso para o futuro pessoal e profissional que a vida me reserva.



BIBLIOGRAFIA

PUBLICAÇÕES

Comissão Europeia (2001), Livro Verde.

Chiavenato, I. (2003). Introdução à Teoria Geral da Administração, 7ª edição Editora Campus

ENDEREÇOS ELETRÓNICOS

Nevão, Lda. em www.nevao.pt consultado em junho de 2013

[Http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2344](http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2344) consultado em 2013-08-05