CAMPANHA NACIONAL DAS ESCOLAS DA COMUNIDADE
FACULDADE CENECISTA DE CAPIVARI - FACECAP

CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

MICHELI CRISTINA MARTINS

Capivari - SP
2010

CAMPANHA NACIONAL DAS ESCOLAS DA COMUNIDADE
FACULDADE CENECISTA DE CAPIVARI - FACECAP

CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISONADO

MICHELI CRISTINA MARTINS

Relatório de estágio supervisionado apresentado ao Curso de graduação em Administração da FACECAP/CNEC Capivari, como um dos pré-requisitos para obtenção de grau de bacharelado em Administração. Prof Orientador:

CAPIVARI
2010

CAPÍTULO 1 – Caracterização da Empresa 4
1.1 - Identificação do Estagiário 4
1.2 - Identificação da Empresa 4
1.3. Histórico da Empresa 4
1.4 - A Fundação 5
1.5 - Principais Produtos e Serviços 5
1.6 - Nível de produção 5
1.7- Tendências Futuras da Empresa 6
1.8 - Organograma Geral da Empresa 6
CAPÍTULO 2 – Análise da Organização 8
2.1 - Missão da Empresa 8
2.2 - Política da empresa 8
2.3 - Setor Econômico 8
2.4 - Segmento de Mercado 9
2.5 - Concorrentes 9
2.6 - Principais Fornecedores 9
2.6.1 - Calçados femininos 9
2.6.2 - Calçados Masculinos 10
2.6.3 - Calçados infantil 10
2.6.4 - Confecções 10
2.7 - Clientes 11
2.8 - Influencias Externa 11
2.9 - Ambiente Interno 11
2.10 - Tecnologias Empregadas 11
CAPÍTULO 3 – Características da Área 12
3.1 - Organograma Detalhado da Área 12
3.2 - Estrutura da Área 13
3.4 - Layout da Área 13
3.5 - Contribuição da Área para Missão da Empresa 16
3.6 - Áreas Correlacionadas 16
CAPÍTULO 4 - Atividades desenvolvidas 16
4.1 - Atendimento ao Público 16
4.2 - Compras 17
4.3 - Conferência de Notas Fiscais de Entrada 17
4.4 - Pagamentos de Boletos 17
4.5 - Lançamentos de Produtos no Sistema 17
4.6 - Análise de Crédito 17
4.7 - Cobrança 17
CAPÍTULO 5 - Diagnóstico dos principais problemas e sugestões de melhoria 18
5.1 - Problemas Identificados 18
5.2 - Sugestão de Melhorias 18
5.3 - Pontos Fortes 19
5.4 - Pontos Fracos 19
CAPÍTULO 6 - Conclusões 20
6.1 - Conclusão do Estágio 20
6.2 - Rápida Revisão Bibliográfica 20
6.3 - Conclusões Finais 21

CAPÍTULO 1 – Caracterização da Empresa

1.1 - Identificação do Estagiário

Nome: Micheli Cristiane Martins.

Ano: 2010 **RA**: 07258000

Período: 5º semestre

Área de: ADMINISTRAÇÃO.

1.2 - Identificação da Empresa

Nome: Marroni Calçados e Roupas EPP.

Endereço: Av. Pio XXI,277-Raia.

Cidade: Capivari UF: SP **CEP**: 13.370-000.

Tel. (19)3491-2390 Fax: (19)3491-2390.

E-mail: marronicalcados@ig.com.br

Ramo: Comércio Atacadista e Varejista de Calçados e Roupas.

Objetivo Empresarial: Oferecer produtos com satisfação qualidade, e aumentar a lucratividade da empresa e expandir o nome.

Porte da Empresa: Pequeno.

Nº. de Empregados: 6

Faturamento Anual: Não informado.

Capital Social: Não informado.

Setor: Atendimento ao Cliente.

Disciplinas Correlatadas: Marketing.

1.3. Histórico da Empresa

Tudo começou por volta de 2002, onde o senhor Olívio Francisco Bortolozzo, iniciou uma pequena indústria de calçados. No mesmo local desenvolvia a confecção e a venda dos calçados.

O tempo passou e aproximadamente 2 anos,e o Sr. Olívio percebeu que na cidade havia uma carência muito grande da necessidade de

variedades de calçados não somente de calçados femininos(que era o que ele produzia)e sim também de calçados masculinos e infantil.Isso foi o que motivou a mudar a razão social para Marroni Calçados e Roupas.

Com o objetivo de explorar o ramo de calçados e confecções. Mesmo com muitas dificuldades para iniciar as vendas e ter contato com os clientes e fornecedores á Marroni Calçados e Roupas, esta no mercado á 15 anos com muita luta e sacrifício vem atendendo a todos os clientes e amigos, buscando sempre agradar e satisfazer a todos.

1.4 - A Fundação

Foi fundada em 17 de março de 1981, pelo Sr. Olívio Francisco Bortolozo, com a denominação de Indústria de Calçados Marroni, na década de 80 mudou a razão social para Marroni calçados e Roupas, onde ele é dono ate hoje.

1.5 - Principais Produtos e Serviços

A empresa atua em vários segmentos, abrangendo inúmeros itens e produtos diversificados a serem comercializados, estes são divididos por faixas etárias, são elas:

- Calçados e confecções femininas.
- Calçados e confecções masculinas.
- Calçados e confecções infantil.
- Acessórios diversos.

1.6 - Nível de produção

A empresa vem se destacando no mercado perante outros do mesmo ramo, dentro da cidade e cidades vizinhas.

Tendo um diferencial próprio, no atendimento, na qualidade, variedade e garantia dos produtos e facilidades de pagamento.

A Marroni Calçados e Roupas esta cada vez mais conquistando o seu espaço e clientes.

Hoje a empresa trabalha com um estoque diversificado para melhor atender seus clientes.

1.7- Tendências Futuras da Empresa

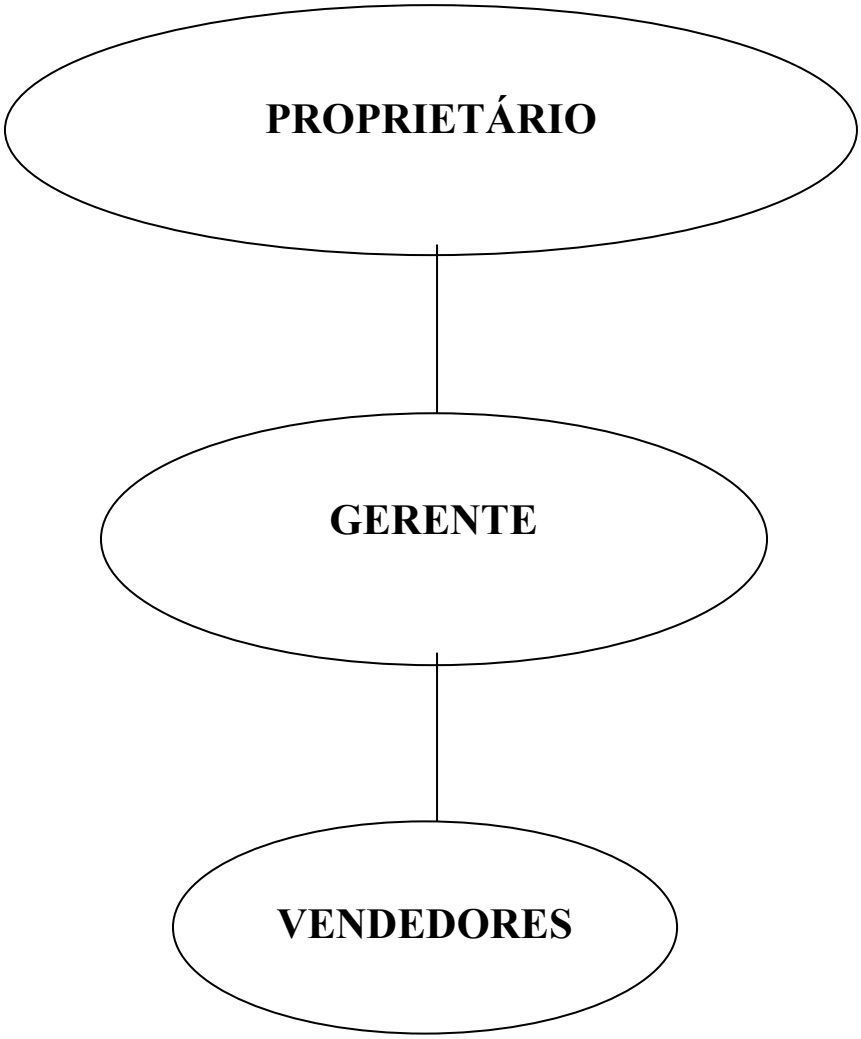
Com base nas tendências de mercado a empresa adotou uma importante estratégia, analisando algumas categorias fundamentais para o desenvolvimento e o crescimento da organização, que são:

- Compra de produtos focados em cada cliente específico.
- Atendimento personalizado e individualizado (atacadistas e varejistas).
- Relação cliente x empresa.
- Através de parceria com fornecedores e amigos lojistas vem promovendo desfiles de modas mostrando as novas tendências e as novas coleções de cada estação.

1.8 - Organograma Geral da Empresa

- Proprietário: Desempenha a função de Administração financeira e compras da empresa.
- Gerente: coordena as vendas, estoques, marketing e ajuda os vendedores quando ao volume de clientes aumenta.
- Vendedores: tem como objetivo não só a venda,mais também a sastifação dos clientes ,pois isso se torna uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes

Organograma



CAPÍTULO 2 – Análise da Organização

2.1 - Missão da Empresa

A loja Marroni Calçados e Roupas têm como missão oferecer aos clientes produtos com qualidade, vender o que esta em falta no mercado, dar a melhor forma de pagamento á preços acessíveis a todos os níveis sociais, oferecer a assistência necessária, buscando a satisfação e o bem estar do cliente visando lucro e o crescimento da empresa.

2.2 - Política da empresa

O atendimento personalizado e imediato, mantendo um alto padrão em excelência;

Trabalhar de acordo com as normas e legislação vigentes;

Fidelização aos clientes;

Promover eventos para alavanca de vendas;

Investir em publicidade e marketing;

Compreender o poder aquisitivo do cliente;

Oferecer produtos para as mais variadas classes sócias;

Satisfazer clientes;

2.3 - Setor Econômico

A empresa tem como principal atividade o comercio de calçados e roupas.o que vem sendo favorável e demonstrando crescimento continuo em seu setor econômico.

2.4 - Segmento de Mercado

O mercado de trabalho no ramo de calçados e roupas é bastante amplo abrangendo desta maneira vários segmentos.A loja trabalha desde com calçados e roupas tradicionais até multimarcas.o que se torna um diferencial da loja,que se destaca perante a concorrência e seja procurada por vários tipos de clientes.

2.5 - Concorrentes

Na cidade onde a loja está situada, existem várias outras empresas que são concorrentes diretos e indiretos, como:

- Esporte Total;
- Esporte Total Plus;
- Gl Calçados;

Outro fator importante é que a empresa se encontra na região onde há cidades metropolitanas ,onde os números de lojas e bastante grande ,fazendo com que os clientes não prestigiem o comércio local.

2.6 - Principais Fornecedores

2.6.1 - Calçados femininos

- Azaléia;
- Beira rio;
- Dakota;
- Vizzano;
- Via marte;
- Ramarim;
- Bebece;

- Dijeam;
- Crysalis;
- Grendha;
- Miúcha;
- Kolosh;

2.6.2 - Calçados Masculinos

- Rafarillo;
- Mac booc;
- Star boy;
- Pegada;
- free ;
- ferracini;
- olinpikus;
- mizzuno;
- Nike;
- Boot´s;
- Reebok;
- Rainha;

2.6.3 - Calçados infantil

- Brink;
- Grendene;
- Molekinha;
- Kimopé;
- Vissi;
- Bical;

2.6.4 - Confecções

- Texas bhil;

- Oorbanni;
- Big fashion;
- Criações,
- By forma;

Entre outras marcas.

2.7 - Clientes

A Marroni calçados E Roupas têm um número de clientes razoável, mais temos como meta conquistar e atingir a cada dia mais clientes, e para que isso se torne realidade, buscamos a retenção e a fidelização dos clientes, visando sempre o crescimento da empresa.Portanto é preciso ter vendedores qualificados que proponham descobrir as necessidades dos clientes pra melhor satisfaze-los.

2.8 - Influencias Externa

Um dos principais fatores que pode influenciar no comportamento da empresa é a inflação que oscila sempre e faz com que os preços sofram reajustes a cada nova coleção. Outro fator, que influência e a concorrência das empresas da região e da própria cidade.

2.9 - Ambiente Interno

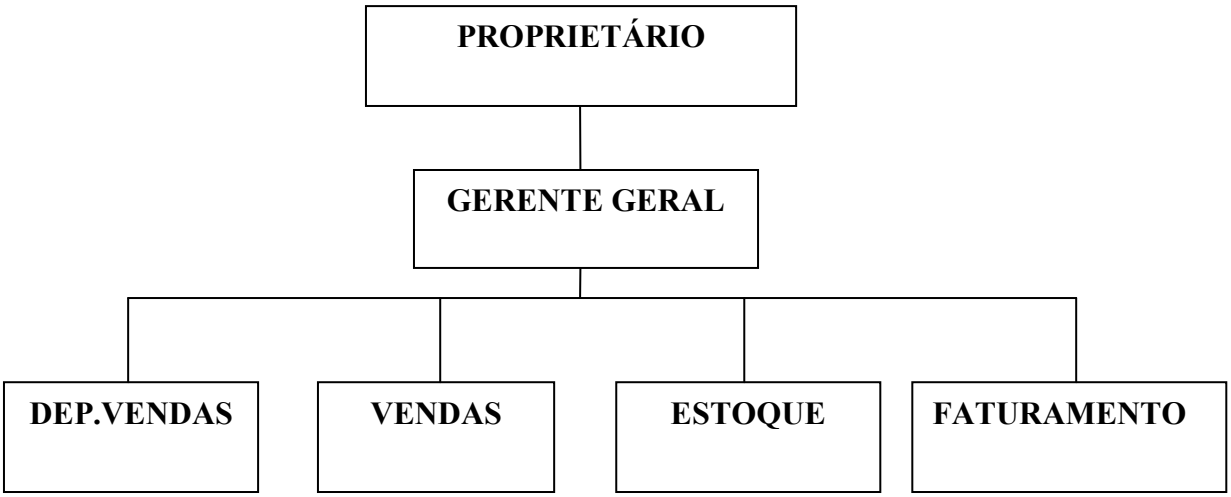
Por se tratar de uma empresa ser familiar,a mesma esta baseada na confiança e responsabilidade de cada um.As decisões mais importantes são tomada de forma coesa.Porque a valorização dos clientes é colocada em primeiro lugar.

2.10 - Tecnologias Empregadas

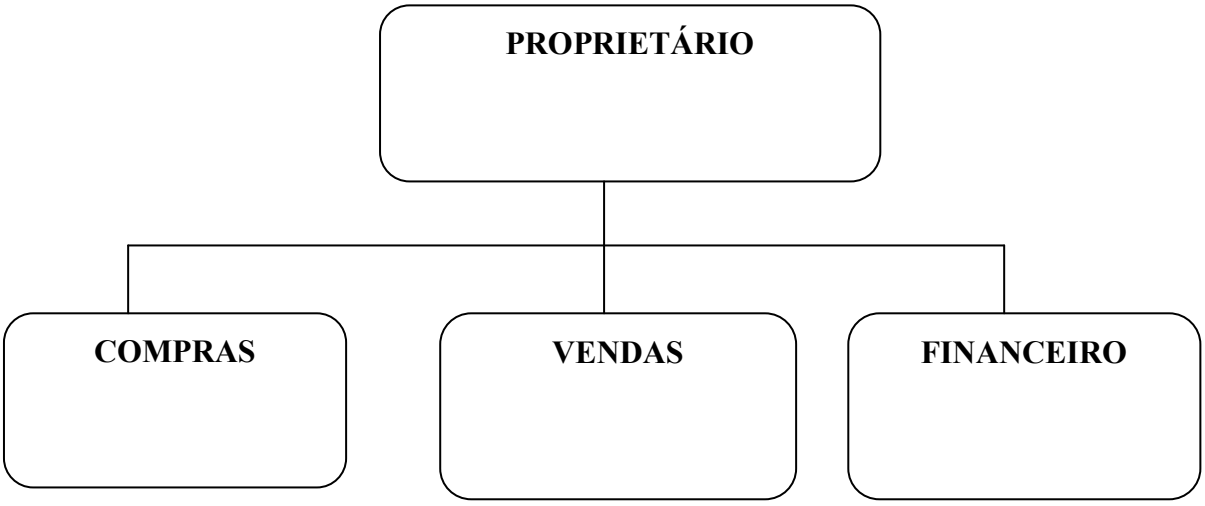
A empresa conta com um sistema prático e ágil de vendas. Contando com um software pra controle financeiro e de estoque.

CAPÍTULO 3 – Características da Área

Como já mencionamos no capítulo anterior na Marroni Calçados e Roupas os níveis de autoridade e responsabilidades estão distribuídas como pode ser visto na figura 3.



3.1 - Organograma Detalhado da Área



3.2 - Estrutura da Área

A empresa tem uma área interna de 550m,composta pelos seguintes componentes:

- 2 balcões de atendimento.
- 2 computadores.
- 2 impressoras.
- 1 máquina de calcular.
- 3 expositores de roupas.
- 3 vitrines.
- 1 balção de vidro.
- 2 colméia de roupas.
- 2 expositor de chinelos.
- 1 expositor de meias.
- 4 prateleiras de calçados.
- 2 banheiros 1 feminino e 1 masculino.
- 2 provadores de roupas.
- 1 provador de calçados.
- 1 elevador.
- 2 telefones.
- 1 fax.

3.4 - Layout da Área

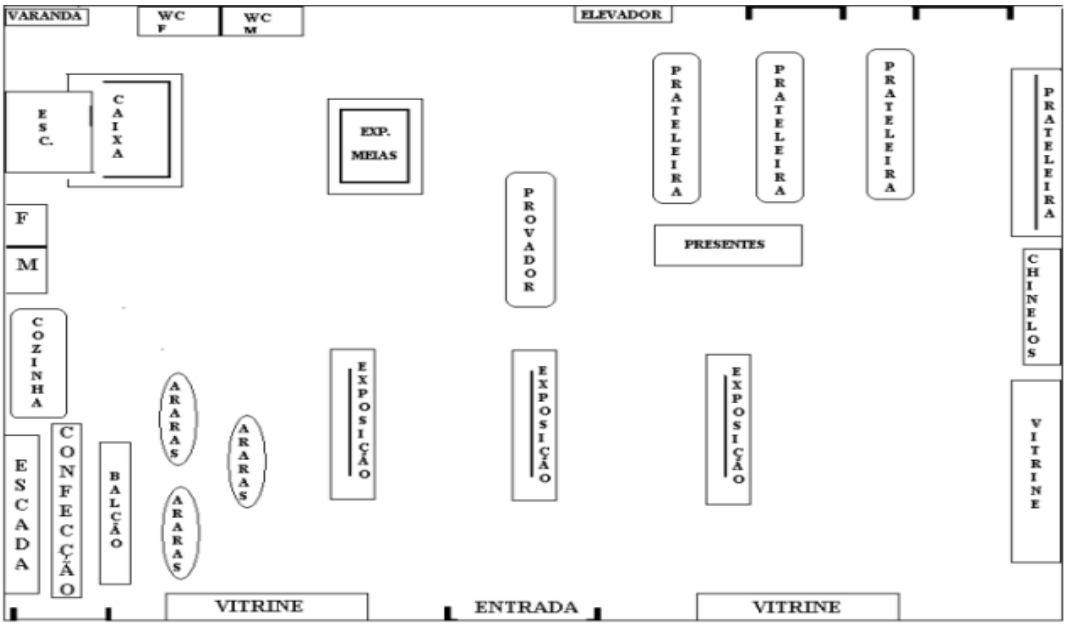
Layout é um esboço mostrando a distribuição física,tamanhos e pesos de elementos como texto,gráficos ou figuras num determinado

espaço.Pode ser apenas forma rabiscada numa folha para depois realizar o projeto ou pode ser o projeto em fase de desenvolvimento.

Ou seja,uma prévia do serviço pronto antes de executado,onde se pode alterar sua disponibilidade sem danos a nenhuma das partes envolvidas no processo(designer e cliente)para que o serviço seja produzido de acordo com o gosto do cliente ,para apenas ao termino do desenvolvimento e obtenção de aprovação ,se leva á público.

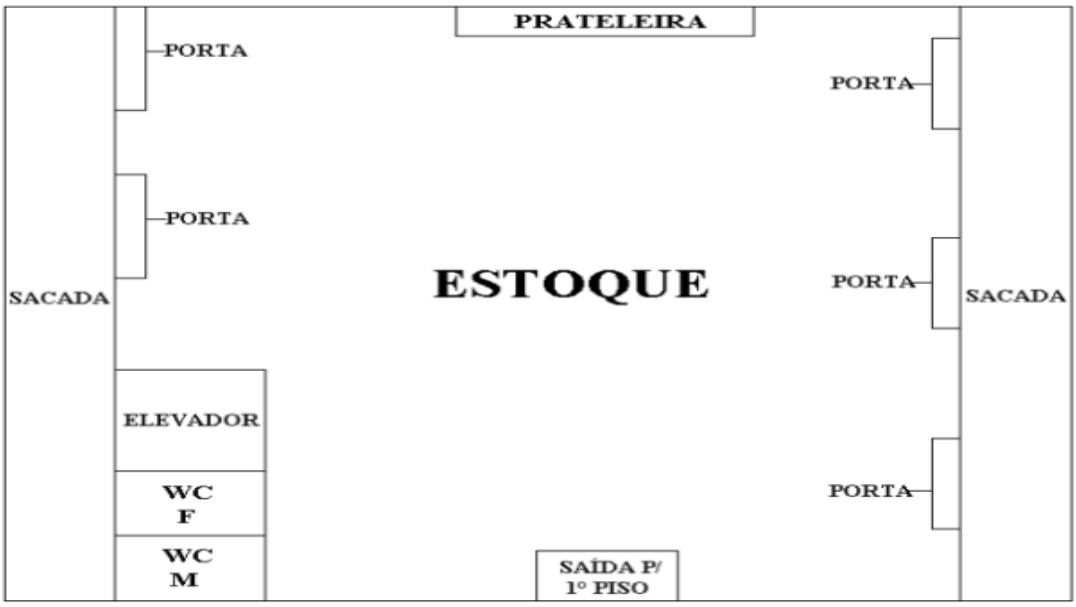
Na Marroni Calçados e Confecções.Pela figura n°4,pode-se ver como o layout dela esta distribuído.

1. Piso



Fonte: própria empresa.

2. Piso



Fonte: própria empresa.

Itens 1° Piso

- Vitrines.
- Expositor de roupas.
- Expositor de chinelos.
- Expositor de meias.
- Provador de calçados.
- Provadores de roupas.
- Balcões.
- Caixa.
- Escritório.
- Cozinha.
- Prateleiras.
- Elevador.
- Portas de entradas e saídas.
- Escada.
- Garagen.
- Banheiros masculinos e femininos.
- Escadas de acesso pra o 2°piso.

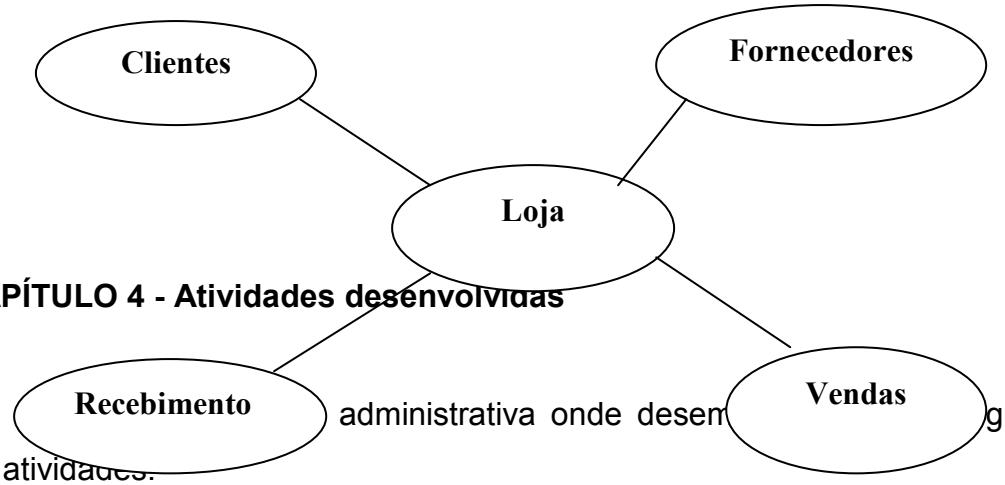
Itens 2° Piso

- Portas de entradas e saídas.
- Prateleiras.
- Elevador.
- Banheiros masculinos e femininos.
- Escadas de acesso pra o 1° piso.

3.5 - Contribuição da Área para Missão da Empresa

Contribuir com a facilidade de o cliente ter uma visão mais ampla dos produtos e a empresa ter uma agilidade e eficiência no atendimento.

3.6 - Áreas Correlacionadas



CAPÍTULO 4 - Atividades desenvolvidas

administrativa onde desem guintes atividades:

- Atendimento ao público.
- Compras.
- Conferência de notas fiscais de entrada.
- Pagamento de boletos.
- Lançamentos de produtos no sistema.
- Análise de credito.
- Cobrança.

4.1 - Atendimento ao Público

É a forma no qual me deponho ao cliente, para identificar a sua necessidade e fazer dela vendas. Não discriminando nenhuma raça ou classe social.

Utilizo formas variadas pra o atendimento ao cliente, pios cada um tem estilo,cultura e poder aquisitivo diferente.Muitas vezes focando o lado emocional do cliente pra persuadi-los.

4.2 - Compras

As compras são realizadas de acordo com a demanda do produto. Seleciono os fornecedores por produto demandado e por parceiros de negócios. Alguns vendedores visitam a loja com o mostruário da coleção, outros temos que ir até o Show room,e outros por telefone.

4.3 - Conferência de Notas Fiscais de Entrada

Através do departamento de recebimento de produtos no ato de recebimento da nota fiscal é conferido a mercadoria através do pedido de compras, onde efetua o lançamento dos produtos no sistema.

4.4 - Pagamentos de Boletos

O pagamento de boletos é uma forma mais pratica e garante que o fornecedor possa receber.

4.5 - Lançamentos de Produtos no Sistema

Após o recebimento dos produtos, ele é lançado no sistema, para que tenha uma noção mais detalhada de comporá e venda de cada produto.

4.6 - Análise de Crédito

A análise de credito é feita via internet ou telefone na hora, de uma forma ágil e eficiente, pra que ambos fiquem satisfeitos com o resultado.

4.7 - Cobrança

Utilizo várias formas de cobrar os clientes em atraso,como:

- Telefone,
- Cartas,
- Contato pessoal.

Observo a melhor forma possível pra não piorar a situação e perder o cliente e o dinheiro também.

CAPÍTULO 5 - Diagnóstico dos principais problemas e sugestões de melhoria

5.1 - Problemas Identificados

Um dos principais problemas identificados é que com o aumento dos clientes a empresa está ficando pequena e subdimensionada para atender a todos com conforto e comodidade.

Outro problema encontrado é a localização da loja,que fica em um bairro longe do centro que é aonde há grande movimentação de possíveis clientes.

5.2 - Sugestão de Melhorias

Já esta sendo analisado um possível aumento nas dependências da loja, utilizando o 2ºpiso da loja somente com as confecções, assim sobra mais espaço no 1ºpiso para calçados.

Quanto a localidade da loja já temos um terreno próprio no centro para a construção de uma nova filial, podendo assim atender e buscar novos clientes.

5.3 - Pontos Fortes

- Possui uma boa participação no mercado, pois com a linha de produtos, variedades e o preço bom conseguem atender público de varias classes sociais.
- Temos varias formas de pagamentos, para facilitar a compra para o cliente, como convênios com Sindicatos do Vestuário, Aferc, Barra Cred, Sindicato da Prefeitura, Cartões de crédito e Crediário próprio.
- Temos um atendimento bem personalizado e simples ,procurando fidelizar os clientes dando assistência para o cliente se sinta bem em nossa loja.

5.4 - Pontos Fracos

- Uma boa localização influencia nas vendas pelo fato da mesma não estar no centro, onde tem maior fluxo de pessoas diariamente.
- Falta de mais vitrines, para facilitar a visualização dos produtos pelos clientes.
- Falta espaço para a exposição de confecções.

CAPÍTULO 6 - Conclusões

6.1 - Conclusão do Estágio

O presente estágio esta chegando ao final: buscamos nele sobre coisas que vimos no decorrer do curso fazendo associação á empresa alvo. Identificamos alguns problemas e oportunidades de melhorias conforme relacionados no item 5.2.

O capítulo 1 teve base na apresentação de todo o histórico da empresa,de como surgiu,os principais produtos ,as tendências futuras no setor .

Já no capítulo 2,foi apresentada a visão da empresa,os objetivos,quais eram os principais concorrentes ,os fornecedores,tecnologia empregada ,qual o segmento da empresa.

6.2 - Rápida Revisão Bibliográfica

KOTLER(capítulo 12)por sua vez falando em marketing enfatiza a importância da marca.

Uma empresa ganha vantagens competitivas ao oferecer ao consumidor um valor superior ao oferecido pelas outras empresas do mercado, através de preços mais baixos ou de outros benefícios que justifiquem os preços mais altos.

6.3 - Conclusões Finais

O capítulo 3,mostrou o funcionamento da área ,a estrutura da empresa,layout,as características da empresa.

O outro foi o capítulo 4, que apresentaram as atividades desenvolvidas dentro dela.

Com o capítulo 5, foi o que mais pude por em pratica o que aprendi nas aulas teóricas, a encontrar os principais problemas e as possíveis sugestões de melhorias.