Relatório de Estágio

[redacted] - 21/12/[redacted]

[redacted]

RA:[redacted]

1. Introdução.

Durante o primeiro semestre de [redacted] trabalhei como estagiário no setor de Inteligência de Mercado na *Química* [redacted] *LTDA*, conhecida popularmente como [redacted]

A Química [redacted] foi fundada em 1950 e se localiza na cidade de [redacted] no interior de São Paulo. Pertence ao segmento de produtos de limpeza e higiene, sendo líder nacional em vendas de detergentes, amaciantes e sabão em barra.

O Setor de Inteligência de Mercado é uma segmentação da área de vendas foi criado a cerca de dois anos com o objetivo de centralizar dados referentes a vendas e realizar análises a partir deles.

2. Meu aprendizado

Aprendi muito sobre o comportamento do mercado através dos dados dos quais tive acesso e através das análises dos relatórios. Além disso, as reuniões semanais de alinhamento da equipe permitiram que eu absorvesse muito dos profissionais da área.

O estágio me deu uma forte base de EXCEL e me deixou familiarizado com outros softwares como IPC-TARGET, Ferramentas de BI, e sistemas integrados de gestão (Datasul). Também contribuiu para a expansão de meus conhecimentos no pacote Office e também no software estatístico Minitab.

3. Minha contrapartida

3.1. Sistema de Coleta de Preços.

A Química [redacted] conta com uma vasta rede de vendedores e representantes comerciais. Cabe a eles, entre outras coisas, reportar dados referentes aos preços dos produtos [redacted] e de seus concorrentes diretos. Para isso, o departamento de Inteligência de Mercado precisou definir quais pontos de vendas seriam consultados para tal coleta.

Com meus conhecimentos em técnicas de amostragem e o auxilio de um software de GeoMarketing chamado IPC-TARGET, participei da elaboração do roteiro de visita de cada vendedor/representante. Baseado nos dados demográficos de cada região, selecionamos os pontos de venda com as mais variadas características de modo a obter uma amostra representativa do comportamento dos preços dos produtos do segmento de higiene e limpeza.

Fiquei incumbido da manutenção desse sistema. Enviei aos gerentes regionais relatórios semanais com o status da coleta e, quando algum ponto de venda era fechado, os representantes entravam em contato comigo e então era meu trabalho apontar outro ponto de venda (com características similares) para substituí-lo.

O relatório de coleta de preços parte de uma base montada a partir de dados enviados pelos representantes através da rede Extranet da empresa.

Segue um exemplo do relatório semanal com o status da coleta de preço:

Coleta de Preços - Resumo 01 a 14/07

REGIÃO 1

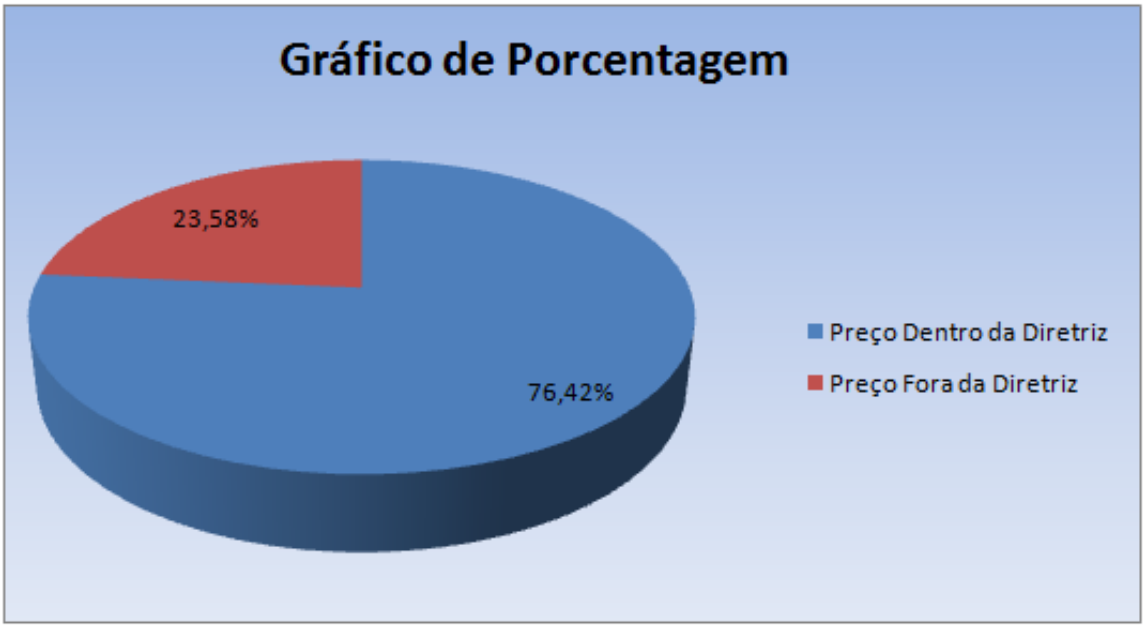
Representantes	Total	PDVs da Lista Já Visitados*	PDVs da Lista Já Pesquisados	PDVs da Lista % Sobre Lista	TT PDVs Pesquisados
Representante 01	20	13	0	0%	0
Representante 02	9	7	6	67%	7
Representante 03	10	10	10	100%	11
Representante 04	26	15	0	0%	0
Representante 05	20	9	20	100%	20
Representante 06	11	11	11	100%	14
Representante 07	12	5	12	100%	12
Representante 08	26	26	26	100%	27
Representante 09	21	10	3	14%	3
Representante 10	17	6	0	0%	0
Representante 11	92	57	22	24%	23
Representante 12	18	4	0	0%	0
Representante 13	13	4	6	46%	6
Representante 14	16	8	3	19%	3
Representante 15	16	13	8	50%	8
TOTAL REGIONAL	**327**	**198**	**127**	**39%**	**134**

**De acordo com o roteiro de visitas do mês*

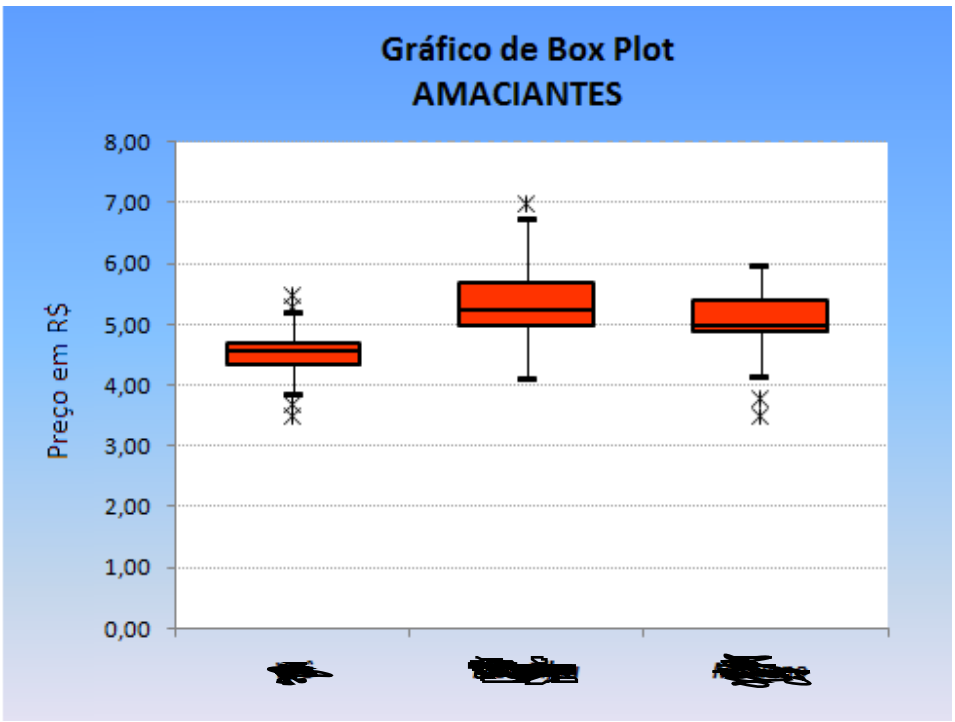
3.2. Análise de dados

Com os dados enviados pelos representantes, é preciso gerar um relatório de preços. Confeccionei um relatório com vários gráficos com a finalidade de auxiliar a enxergar possíveis oportunidades de venda e a identificar os maiores desvios. Este documento é atualizado mensalmente e também enviado aos gerentes e supervisores regionais, juntamente com análises e comentários para auxiliá-los. Segue abaixo alguns desses gráficos.

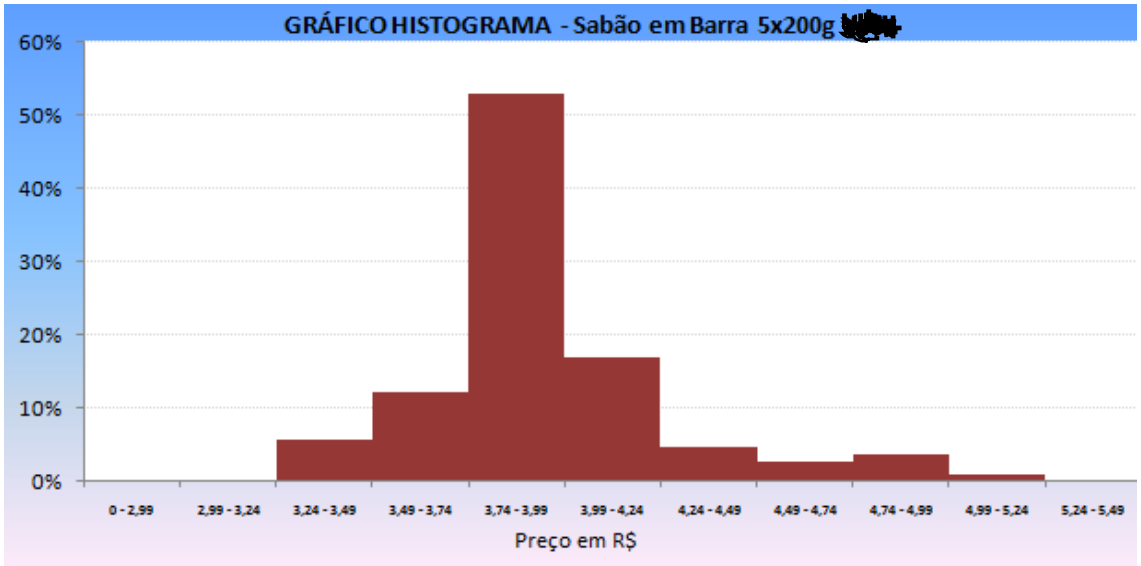
Gráfico que compara os preços dentro e fora da diretriz estabelecida pela empresa:



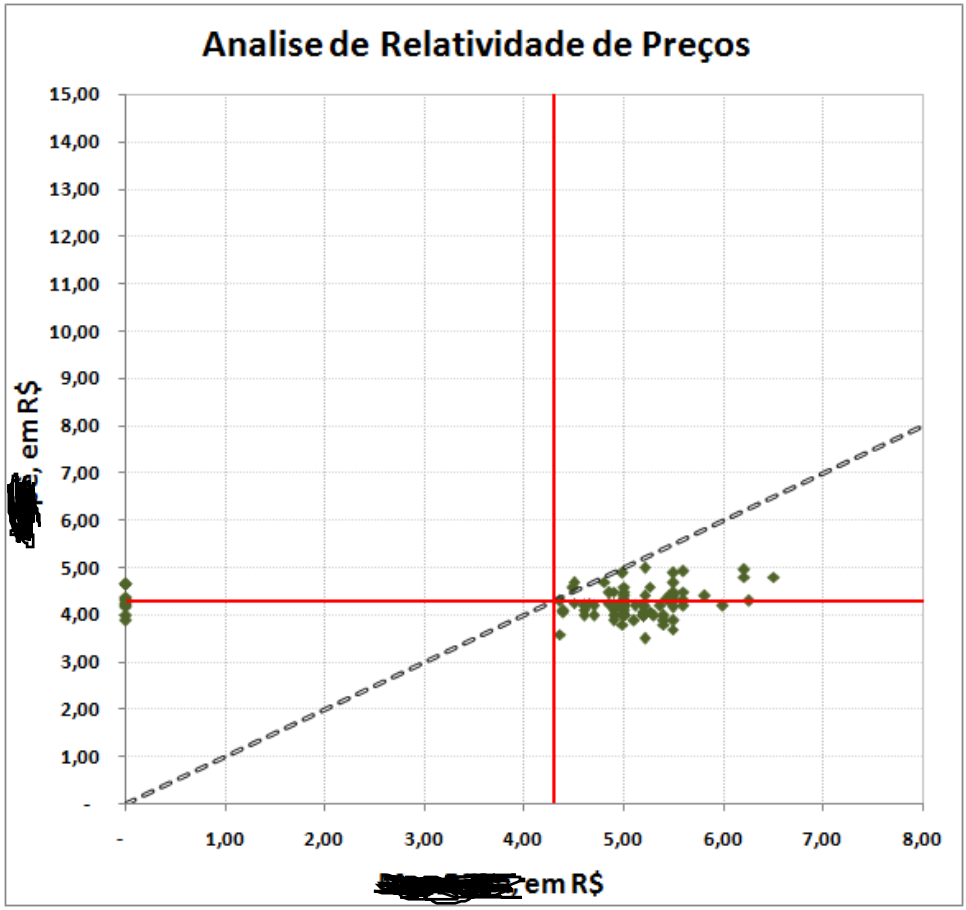
Este mostra a média e a distribuição do preço de um produto da [redacted] e compara com os principais concorrentes:



O histograma explica melhor como está distribuído o preço de algum determinado produto:



Em alguns casos a diretriz de preço leva em conta o preço de outro produto (Ex: [redacted] Premium precisa estar no máximo a 85% do preço de [redacted]. Nesse caso, um gráfico de dispersão relaciona os dois valores:



3.3. Melhoria de Processos.

Das aulas que tive na faculdade, a que mais me auxiliou no estágio foi ME610, quando cursei Greenbelt com o professor Ademir Petenate. Este curso me deu a visão sistêmica necessária para entender melhor o quadro produtivo a minha volta e poder propor melhorias.

Notei certa dificuldade em meu departamento no que se refere ao repasse de informações a um novo membro da equipe. Era preciso que um funcionário parasse o que estava fazendo e perdesse alguns minutos repassando instruções de como realizar alguma tarefa operacional. Isso foi um problema no começo do estágio, pois coincidiu com uma época em que o departamento estava com pouco pessoal.

Resolvi começar a documentar os processos com o que ia aprendendo. Hoje, se um novo funcionário entrar na equipe, ele pode aprender sobre funcionamento de algum relatório ou como realizar alguma tarefa operacional apenas pesquisando o que já documentei.

Mapeando os processos eu também pude perceber redundâncias entre alguns relatórios entregues que usavam a mesma base original. Eliminei alguns relatórios, reestruturei outros e, o mais importante, automatizei muito do trabalho operacional através de macros de Excel. Mudanças como essas possibilitaram a entrega de dados com maior rapidez e confiabilidade, facilitando as análises.