

FACER-FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE
RUBIATABA



RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO

Autor: Alessandro Alves de Barros

Orientador: Marco Antônio de Carvalho

25-30/04
25-7-22

Tombo nº	8402
Classif	A.658.2/.78
Ex.:	1... ALESSANDRO BARROS 2003
Origem:	d
Data:	08.03.04

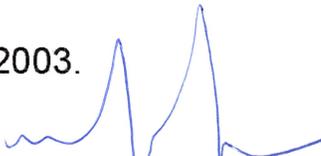
RUBIATABA-GO
2003

Adm. emp.
Logística
Agregação

ALESSANDRO ALVES DE BARROS**LOGISTICA DE TRANSPORTE**

Relatório final de estágio em forma de monografia apresentada à FACER como exigência para conclusão do Curso de Administração Rural sob Orientação do Professor Marco Antônio de Carvalho.

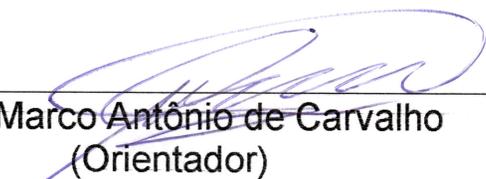
Examinada em 27/06/2003.



Prof.: Mário Ávila



Prof.: Enoch Barros da Silva



Prof.: Marco Antônio de Carvalho
(Orientador)

**RUBIATABA
GOIÁS – BRASIL
2003**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus Nosso Pai , a minha esposa , meu filho, aos meus pais , a todos os professores desta unidade de ensino, aos nossos colegas de aula , aos funcionários (as) e a todos que de uma forma ou de outra contribuíram para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

A logística de transporte é, sem dúvida, um dos setores ou seguimento de maior importância para qualquer empresa, pois, se o planejamento de logística for eficiente, a empresa vai permanecer no mercado e, sem dúvida, vai aumentar seus lucros.

O objetivo deste trabalho é propor uma idéia nova no seguimento do mercado de produtos para nutrição animal (rações balanceadas e sal mineral), voltado exclusivamente para atender os produtores diretamente em suas propriedade (na fazenda), uma vez que quando as tecnologias chegam trazem junto consigo melhorias e às vezes também alguns problemas.

No ramo de pecuária leiteira, quando o leite era transportado acondicionado em latões plásticos ou de metal, os produtores tinham o privilégio de contar com um caminhão que percorria o trajeto da fazenda até a cidade ou povoado ou laticínio todos dias, facilitando com isso, o deslocamento das pessoas das propriedades para as cidades e vice-versa e esse transporte a princípio era de custo R\$ 0,00 (zero), ou seja, o fazendeiro comprava o sal, a ração balanceada e outros itens na cidade e os leiteiros (carreteiros) levavam as encomendas até a propriedade como uma forma de agradar o fazendeiro. Era do transporte do leite que os carreteiros tiravam seus salários. Com a chegada da tecnologia de coleta de leite a granel nas fazendas, este conforto acabou, pois agora o leite é transportado em tanques isotérmicos, impossibilitando o transporte de outros itens.

Sendo assim, quero aproveitar essa perda desse transporte e oferecer aos produtores uma venda de produtos direcionados à nutrição animal e outros

com entrega na propriedade, com um custo de transporte reduzido, pois se ele for comprar e pagar um caminhão para levar até a sua propriedade só os seus produtos certamente ele vai pagar um frete muito caro.

SUMÁRIO

• Introdução	07
• Caracterização da Organização e Seu Ambiente	08
• Situação Problemática	09
• Planejamento Estratégico de Vendas	10
• Pontos Importantes a ser Considerados	13
• Planejamento Estratégico de Logística	16
• Conclusão	20
• Bibliografia	21
• Anexos	22

INTRODUÇÃO

O agronegócio tem uma grande importância para a economia brasileira , economia esta que está ligada a praticamente todos os setores da indústria e da vida de todos os brasileiros. Quando tratamos de agronegócio, estamos falando da pecuária leiteira , da pecuária de corte , da agricultura , da piscicultura e de todas as atividades que têm raízes do campo.

As empresas responsáveis por fornecer os insumos necessários para o desenvolvimento dos animais e das plantas, como por exemplo: ração balanceada, sal mineral, adubos, fertilizantes, calcários , milho e outros produtos que os clientes necessitem, também fazem parte do agronegócio.

Sendo, assim uma micro empresa que pretende entrar no mercado precisa de um planejamento no sentido de melhorar sua logística de transporte , pois a mesma quer estabelecer um esquema de venda programada com entrega direta na propriedade , levando em consideração que a empresa é pequena e não tem capital para investir em estoques de produtos , em prédios para armazenamento , ou seja, ela quer vender direto para o consumidor, pois com esta economia apertada achamos que é inviável buscar capital no mercado e acrescentar juros , despesas com armazenamentos, funcionários , impostos , prejuízos com vendas , prejuízos com perdas por vencimentos de produtos , margem de lucro e outras despesas que uma empresa de compra e venda tem. Essa empresa quer atender os pequenos , os médios e os grandes produtores oferecendo produtos de qualidade com custos competitivos e no tempo correto.

Neste trabalho será apresentado o problema atual da empresa e os passos sugeridos para a mesma atingir os objetivos propostos pelos sócios.

CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SEU AMBIENTE

- Nome de fantasia da empresa: COMERCIAL BRASIL
- Razão Social: Adriana Alves Ribeiro
- Endereço: Av. Jatobá n.º 1381 – Centro
- Cidade: Rubiataba – GO
- Cep.: 76.350-000
- Atividade Atual da Empresa: Comercio Varejista de Produtos Agropecuários em Geral;
- Outras Atual da Empresa: Representante dos Produtos Agroceres Nutrição Animal;
- Região de Atuação: Rubiataba, Nova América, Crixás, Ipiranga de Goiás, Morro Agudo;

SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA

Atualmente a empresa trabalha com venda local no varejo e atacado, nas seguintes cidades: Rubiataba, Nova América , Crixás , Ipiranga de Goiás, Morro Agudo de Goiás. Essa venda no varejo refere-se à venda de medicamentos , ferragens , sal mineral e outros itens. Mas são as vendas externas (atacado) que representa o maior volume de vendas e nessas vendas entra a questão do transporte, tanto na origem do produto na indústria, como da empresa até a fazenda.

O custo do transporte representa uma fatia muito representativa no preço final da venda, chegando muitas vezes a ser maior do que a margem de lucro líquido da empresa.

Planejamento Estratégico de Vendas

De nada adianta se falar em logística de transporte sem envolver um planejamento estratégico de vendas bem definido. A empresa Comercial Brasil está trabalhando com uma estrutura de venda bastante comum no ramo agropecuário ou seja a mesma está aberta aos clientes e fornecedores das 8h às 17h 30 min de segunda a sexta-feira e das 8h às 12 h aos sábados. Esse sistema funciona bem se analisarmos que a empresa está visando uma venda direcionada para o varejo com venda e entrega no balcão, mas se analisarmos para o lado de venda direta com entrega programado é melhor aprofundar o estudo nesse sistema.

No sistema atual a empresa fica aberta ao público nos horários já citados e com uma quadro de funcionários que se segue:

- 1 – Vendedor;
- 1 – Secretária;
- 1 – Auxiliar Geral;
- O Proprietário.

Nesse caso, a empresa tem um custo fixo com funcionários, aluguel, telefone, veículo, impostos, taxas, juros, transporte de primeiro e segundo percurso, carga e descargas de produtos e uma série de despesas que, acrescentadas ao preço de custo do produtos mais a margem de lucro corresponde ao preço de venda.

Esse preço de venda será comparado pelos clientes com os preços de produtos similares dos concorrentes que às vezes podem ser mais ou menos atrativos.

A Empresa Comercial Brasil tem como concorrentes empresas que estão trabalhando com a mesma estrutura e principalmente com empresas que trabalham com estruturas enxutas, direcionando suas vendas direto da fábrica para os clientes consumidores, passando por cima de diversas despesas e problemas.

Diante da realidade dessa empresa, que é de capital reduzido e que não pretende trabalhar com estoque de mercadoria não porque não quer e sim porque o mercado não está disposto a pagar estes custos e a empresa não dispõe de capital para este fim, a proposta seria reduzir os funcionários para apenas 1 (um) além do proprietário. As vendas com entrega no balcão seriam apenas até acabar o estoque de mercadorias da empresa e, posteriormente, as mesmas serão realizadas somente com entrega futura diretamente na propriedade. Após essa fase, as vendas serão realizadas em maior volume a campo com uma visita na propriedade e também dentro da loja onde permanecerá um funcionário que vai realizar as vendas (pedidos) que serão encaminhados para as fábricas e posteriormente faturados diretamente para os clientes reduzindo com isso, o custo financeiro e uma série de outras despesas que ocorreriam se a venda fosse no balcão como se faz na maioria das empresas. As vendas ocorridas na empresa, isto é, no ponto de venda terão um atendimento de maior qualidade uma vez que vai diminuir o número de itens comercializados; no entanto o vendedor terá mais tempo de conversar com o cliente, escutar o que o ele tem a falar, reclamar, propor soluções para o

seu problema , indicar melhor o produto oferecido e muitas outras vantagens que um vendedor tipicamente de varejo não pode oferecer por falta de tempo ou de preparo.

Já as vendas de campo serão efetuadas com visitas nas propriedades que seguirão uma programação onde será analisada principalmente o consumo dos produtos, sempre levando em consideração que o cliente vai estar disposto a comprar quando o seu produto estiver acabando. Dessa forma, para os clientes que adquirem seus produtos para passarem um mês , será preciso visitar o mesmo uma vez por mês e os clientes que adquirirem os produtos para passarem dois meses por exemplo, a visita já pode demorar um pouco mais, sendo feita a cada 60 dias, as visitas devem ser feitas de acordo com a necessidade do cliente levando sempre em consideração o custo das visitas e o dia programado da entrega.

Os produtores de leite tem como hábito ou necessidade ir à cidade para receberem o pagamento do leite entre os dias 15 a 22 de cada os mês. Sendo assim, aproveitam para realizar as compras dos produtos que estão precisando. Logicamente, nestes dias não é aconselhado realizar visitas nas propriedades porque vamos encontrar as casas vazias e conseqüentemente deixar de atendê-los dentro do ponto de venda (loja). Ocorrida a venda, é hora de pensarmos em como iremos entregar os produtos na propriedade tendo como principal problema o custo elevado do transporte. Sendo assim, é preciso realizar um planejamento estratégico de logística.

Pontos Importantes a serem considerados:

- *Análise do Mercado: informações precisas sobre fornecedores, clientes, concorrentes e ambiente econômico auxiliam na identificação de oportunidades;*
- *Perfil do Público: é preciso identificar as necessidades do consumidor para traçar os objetivos e as formas de atuação da empresa, como estabelecimento de preços, canais de venda etc.;*
- *Compras e estoques: é o ponto fundamental da gestão operacional da empresa. É preciso saber quanto comprar e qual o estoque mínimo para evitar falta de capital de giro;*
- *Custos e Formação de Preços: pela análise dos custos, determina-se o preço ideal de venda do produto, o qual deve ser comparado com o mercado para avaliar a viabilidade de sucesso;*
- *Fluxo de Caixa: as informações sobre os movimentos de entrada saída e saldos permitem projetar estouros ou sobras de recursos. Vale a pena fazer esse controle diariamente;*
- *Ponto de Equilíbrio: o empresário deve saber o faturamento mínimo capaz de pagar todos os seus custos e despesas. Com base nisso, poderá estipular suas cotas mínimas;*
- *Planejamento Tributário: é preciso saber quantas e quais impostos e tributos serão recolhidos, quais os benefícios e seus efeitos sobre o custo da mercadoria;*

- *Estrutura Comercial: é a estratégia de vendas adotada pelo empresário que definirá o grau de penetração do produto no mercado. Ela deve ser estudada caso o caso;*
- *Política de Recursos Humanos: mesmo as pequenas empresas devem ter divisão das atividades, mas são necessários mecanismos de motivação dos funcionários;*
- *Informática: a informatização é uma condição exigida pelo mercado para qual a empresa tenha agilidade e dinamismo; é preciso, porém, analisar com cuidado os sistemas disponíveis.*

Fonte: VIANA, João José

Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo Atlas, 2000.

O SISTEMA DE TRANSPORTE

O transporte representa o elemento mais importante do custo logístico na maior parte das firmas. O frete costuma absorver dois terços do gasto logístico e entre 9 a 10 % do produto nacional bruto para a economia americana como um todo.

IMPORTÂNCIA DE SISTEMAS DE TRANSPORTE NA ECONOMIA

À medida que serviços de transporte mais baratos vão-se disponibilizando, a estrutura econômica começa a assemelhar-se à de uma economia desenvolvida: grandes cidades resultam a partir de migração para os centros

urbanos, regiões geográficas limitam-se a produzir um leque menor de itens e o nível de vida começa a elevar-se. Especificamente, melhor sistema de transportes contribui para (1) aumentar a competição no mercado, (2) garantir a economia de escala na produção e (3) reduzir preços das mercadorias.

MAIOR COMPETIÇÃO

Quando não existe um bom sistema de transporte, a extensão do mercado fica limitada às cercanias do local de produção. A menor que os custos de produção sejam muito menor que num segundo ponto de produção, a ponto de a diferença desses custos contrabalançar os custos de transporte para servir o segundo mercado, não há grandes margens para a competição de mercado ocorrer. Entretanto, com melhores serviços de transporte, os custos de produtos postos em mercados mais distantes podem ser competitivos com aqueles de outros produtores que vendem nos mesmos mercados.

COMENTÁRIO

O texto escrito por RONALD H. BALLOU , comenta a importância indispensável do sistema de transporte para a sobrevivência de qualquer empresa no mercado

Fonte: BALLOU, Ronald H.

Logística Empresarial: Transporte, Administração de Materiais e Distribuição Física – São Paulo: Atlas, 1993

Planejamento Estratégico de Logística

O planejamento estratégico de logística tem a **missão** de colocar os bens e serviços no local necessário no momento em que os desejamos. Essa simples afirmação exige uma contínua resolução de questões com uma elevada complexidade, numa vasta área geográfica, sujeitas a uma pressão do tempo pouco comuns noutras atividades empresariais. A Logística nunca pára. Ela desenvolve-se durante as 24 horas de cada dia, 7 dias por semana, 52 semanas por ano. A Logística tem a ver com a integração de informação com transportes, stocks, armazéns, movimentação de materiais e embalagem. Os seus responsáveis e agentes têm que atuar como coordenadores interfuncionais, integrando as competências de cada área numa supra-competência focada apenas no serviço ao cliente.

Este planejamento tem uma grande importância porque a empresa depende do sucesso dele para sobreviver se o transporte não for adequado e competitivo a empresa não vai conseguir atender as necessidades dos clientes e nem da empresa. O transporte ele de ser competitivo em custo, precisa ser também pontual em seus compromissos, pois de nada adianta vender com margem de lucro satisfatória para ambos os lados cliente e vendedor, se a entrega não ocorrer dentro do prazo programado. Quando um cliente adquire um produto é porque ele precisa daquele produto para suprir uma necessidade de consumo e se aquele produto é entregue no prazo combinado encerra-se uma fase da venda e começa a fase de pós-

venda, que se inicia com um acompanhamento do cliente para a solução de problemas que podem ocorrer durante o consumo daquele produto. Se o vendedor falhar na entrega do produtos o cliente vai ter problemas de falta do produto ocasionando prejuízos na sua produção e gerando um desconforto na relação vendedor / cliente . No caso da falta de ração ocasiona redução da produção do leite que em alguns casos só é recuperada na próxima lactação, após até 12 meses, provocando um prejuízo enorme para o cliente. E em um mercado competitivo, um cliente insatisfeito é um prato cheio para a concorrência poder trabalhar no sentido de falar mal da empresa ou do produto. Por outro lado, se a entrega não for efetuada de maneira organizada e planejada, o custo do transporte fica tão alto que inviabiliza qualquer negócio.

Planejamento estratégico de logística nada mais é do que um estudo detalhado da localização exata de cada cliente dentro da área de atuação de uma empresa. No nosso caso, foi realizado durante as visitas de vendas e assistência técnica onde foi realizado o mapeamento de todas as estradas possíveis de serem utilizadas para a realização do transporte. Neste levantamento também foi realizado a medição das distância entre todos os pontos chaves como por exemplo, quantos quilômetros têm da casa do cliente até a cidade e vice-versa , quantos quilômetros serão percorridos em caso de uma rota de entrega, uma rota de visita de venda ou de assistência técnica , para que possamos calcular o custo do transporte e viabilizarmos as vendas. Só para efeito de exemplo vamos demonstrar o seguinte raciocínio: um caminhão que percorre uma distância de 100 Km para entregar 50 sacos de ração (sc

40 Kg) com um custo de R\$ 0,90 (Noventa Centavos) por Km rodados tem um custo de R\$ 90,00 (Noventa Reais) de frete que representa um custo de R\$1,80 (Um Real e Oitenta Centavos) por saca e se outro caminhão percorrer uma distância de 200 Km para entregar 350 sacos de ração (sc 40 Kg) com um custo de R\$ 1,10 (Um Real e Dez Centavos) por Km rodados ele terá um custo de R\$ 220,00 (Duzentos e Vinte Centavos) de frete que representa R\$ 0,63 (sessenta e três centavos) por saca reduzindo assim R\$ 1,17 (Um real e dezessete centavos) de custo por saca que representa 65% a menos no custo do frete . Uma vez que em muitos casos o valor de R\$ 1,17 (Um real e dezessete centavos) representa o lucro da empresa. Em casos de concorrência com produtos similares um vendedor perde uma venda por causa de R\$ 0,40 (Quarenta Centavos) ou até R\$ 0,20 (Vinte Centavos) por saca. É nesse caso que o planejamento de logística mostra sua importância, na competitividade de preço e na qualidade.

Outro exemplo de competitividade é o da coleta de leite a granel que os laticínios adotaram para viabilizar o setor, uma vez que no sistema antigo que ainda funciona em algumas empresas que é de transportar o leite quente acondicionado em latões plásticos diariamente do curral, até os laticínios em caminhos que transportam uma média de 900 L por veículo gerando um custo de transporte de 30% sobre o valor do produto e com uma qualidade inferior se comparado com sistema de granelização. Já no sistema de coleta a granel o transporte é realizado em caminhões tanques que transportam até 20.000 L por viagem com coletas em dias alternados reduzindo o número de viagens com uma

custo em torno de 5% sobre o valor do produto. Com essa redução, os laticínios que optaram por esse sistema hoje, possuem um poder de compra mais agressivo, podendo pagar mais pelo produto e trabalhar com uma margem de lucro mais folgada em comparação aos laticínios que ficaram no sistema antigo. Isso tornou os laticínios, como por exemplo a Nestlé, ainda mais competitiva que antes.

Esse exemplo evidencia que se reduzirmos o custo do transporte poderemos atingir um número maior de clientes, com uma margem de lucro maior e evitar uma série de custos que envolvem o processo de comercialização.

Conclusão

Para a empresa COMERCIAL BRASIL, sugiro que a mesma reduza seu quadro de funcionários conforme já mencionado neste trabalho, acabe com o estoque de mercadorias e direcione seus trabalhos voltados para a venda direta dos produtos para os clientes. No primeiro momento a empresa vai reduzir o seu faturamento, mas com um prazo de 6 meses será possível alcançar o faturamento anterior mas com uma vantagem de que o lucro será real e o capital envolvido da empresa será mínimo ficando, envolvido apenas com a prestação de serviços incluindo um veículo, um funcionário, um ponto de venda, um telefone e outros itens que representam custo pequeno. Outro ponto importante é que a empresa vai passar para uma fase que mesmo sem capital ela não terá limites para as vendas, ela sempre aumentará suas vendas sem aumentar os riscos de perdas diretas para a mesma, uma vez que o capital será das empresas das quais ela representa. Empresas essas que possuem uma estrutura financeira estável e que tem como principal arma o estudo detalhado para a liberação de crédito, reduzindo assim, a possibilidade de prejuízos sem falar nas equipes de pessoas responsáveis de receber em casos de inadimplências.

Bibliografia

*Administração de materiais: um enfoque prático / João José Viana. –

São Paulo : Atlas, 2000.

*Dias, Marco Aurélio P., 1952. Administração de materiais: uma abordagem logística –4. Ed. – São Paulo : Atlas, 1993

*Ballou, Ronald H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e Distribuição física – São Paulo : Atlas, 1993



COOPERATIVA DE ENSINO SUPERIOR DE RUBIATABA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA
CNPJ - 25.043.688/0001-18

CARTA DE APRESENTAÇÃO

Rubiataba, 01 de fevereiro de 2002.

Ilma. Sra.

Adriana Alves Ribeiro
Diretora

Tenho a satisfação de apresentar o acadêmico Alessandro Alves Barros regularmente matriculado no 9º Período do Curso de Administração com Habilitação em Administração Rural - da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba - FACER, para estágio junto à Empresa Comercial Brasil, Rubiataba - Go.. Enoc Barros da Silva, professor responsável pela disciplina de Estágio.

Com votos de estima e apreço, agradecido subscrevo-me.

Atenciosamente,



DADOS DO ALUNO

Nome: Alessandro Alves de Barros

N.º da Matrícula: 125

Endereço: Rua 18 Qd.24 Lt. 16 Centro

Cep.: 76.300-00

Cidade: Ceres

Estado: Goiás

Tel. Res.: 0XX62-307-1876

Tel. Com.: 0XX62-9964-8719

E-mail: alessandrobarros@dioll.com.br

Estágio realizado na área: Logística de Transporte

Empresa: Comercial Brasil

Responsável pelo estágio na empresa: Adriana Alves Ribeiro

Endereço: Rua Jatobá N.º 1381 Centro Rubiataba – GO

Telefone: 0XX62-325-2016

VII – APRESENTAÇÃO E COMPOSIÇÃO DOS RELATÓRIOS DE ESTÁGIOS

1) RELATÓRIO DE CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

O Relatório Parcial I tem por objetivo caracterizar a Entidade Concessionária, através do levantamento de dados dos itens abaixo:

Concessionária: **COMERCIAL BRASIL**

Endereço: **Rua Jatobá N.º 1381 Centro Rubiataba – GO**

Telefone: **0XX62-325-2016**

Fax: **0XX62-325-2016**

E-mail: **comercialbrasil@kitshop.com.br**.

Nome dos Proprietários ou Grupo Associado: **Adriana Alves Ribeiro**

Nome e Cargo da Chefia Diretora: **Adriana Alves Ribeiro – Gerente Proprietária**

Nome do Gerente de R.H.: **Adriana Alves Ribeiro**

Ramo de Atividade: **Comercio de Produtos Agropecuários**

Area de Atuação: **Agropecuária e Agricultura**

Histórico: **Esta empresa iniciou suas atividades em 01/10/2000**

Organograma: **1-Proprietário/Gerente e 3 Funcionários**

Número de Empregados: **03**

Principais metas da Empresa: **Vender produtos de qualidade a preço competitivo.**

Produtos desenvolvidos pela Empresa: **Venda de produtos com entrega programada.**

Levantar principais recursos que resultam o produto final:

- **Conhecimento profundo dos produtos comercializados;**
- **Facilidade para se relacionar com os clientes;**
- **Preço competitivo.**

Caracterizar os Recursos Humanos da Empresa Levantado:

a) Categoria dos profissionais que atuam na empresa.

***Técnico em Agropecuária – 1**

***Técnica em Contabilidade – 2**

b) Divisão técnica de trabalho:

***1 (Um) Vendedor externo , 1 (Um) Vendedor interno e 1 (Uma)Secretária.**

c) Verificar a qualificação dos funcionários dividindo em qualificados, não qualificados, e tipos de treinamentos oferecidos.

* **Os funcionários estão se qualificando de forma gradativa de acordo com o crescimento da empresa. Os treinamentos oferecidos são do Sebrae.**

d) Condições de jornada de trabalho.

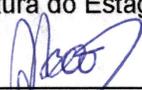
* **As jornadas de trabalho são das 8 h às 17 h 30 min de segunda a sexta-feira e das 8h às 12 h aos sábados.**

e) Descrever a rotatividade da mão de obra

* **A rotatividade é comum somente para que todos os funcionários aprendam todas a atividades para que no momento de férias não seja preciso contratar funcionários para substituir o que está de férias.**

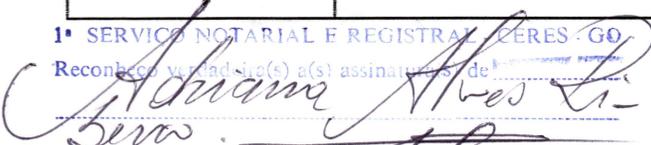
ANEXO 02 - RELATÓRIO SÍNTESE MENSAL

Mês de : Março / 2002

Nome do Estagiário: Alessandro Alves de Barros		R.A : A A B
Local do Estágio: COMERCIAL BRASIL		Área: Logística de Transporte
Atividades Programadas		Tarefas Realizadas
* Definição das regiões de atuação.		* Definimos as regiões de atuação da empresa.
* Levantamento da necessidade de cada região.		* Levantamos a necessidade das regiões.
* Levantamento do numero de animais (gado).		* Analizamos o numeros de animais da regiões.
* Identificar os produtores que aceitam novas tecnologias.		* Identificamos os clientes.
* Fazer levantamento das estradas (mapas).		* Confeccionamos mapas p/ facilitar o trabalho.
* Realizar visitas para vendas e pós-venda.		* Realizamos visitas para venda e pós-venda.
<p>Apreciação Crítica das Atividades</p> <p>* As atividades foram realizadas no decorrer normal das atividades da empresa, pois a mesma já estava trabalhando no sentido de organizar o sistema.</p>		
<p>Dificuldades e Ocorrências</p> <p>* Tive uma dificuldade em construir do zero (0) um mapa onde localizamos todas as propriedades.</p>		
<p>Bibliografia</p> <p>Dias, Marco Aurélio p., 1952 Administração de materiais: uma abordagem logística --4. Ed. - São Paulo : Atlas, 1993</p>		
Data	Assinatura do Estagiário	
25/03/2002		
Avaliação do Responsável / Entidade		
<p>Declaro que o estagiário Alessandro Alves de Barros cumpriu todas as atividades constantes do presente relatório, cumprindo uma carga horária de 162 horas.</p>		
ENTIDADE <u></u>		
Avaliação do Professor Orientador		
Data	Assinatura do Professor Orientador	

1º SERVIÇO NOTARIAL E REGISTRAR - CERES - GO

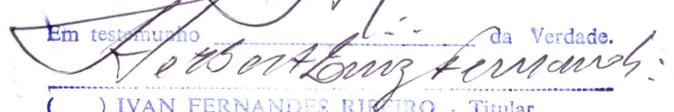
Reconheço a veracidade(s) a(s) assinatura(s) de



Pessoa(s) presente(s) no ato e assinou(s) em

CERES - GO 30 JUL 2003

Em testemunho da Verdade.



() IVAN FERNANDES RIBEIRO - Titular
 () HERBERT LUIZ FERNANDES - Substituto



FICHA DE AVALIAÇÃO DE ATIVIDADES

- 1) Nome do Estagiário: Alessandro Alves de Barros
- 2) Nome da Empresa: Comercial Brasil
- 3) Endereço: Av. Jatobá N.º 1381 Centro Rubiataba – GO
- 4) Responsável: Adriana Alves de Barros
- 5) Cargo: Gerente / Proprietária

6) Dar nota de Zero a 10 para os itens abaixo:

<u>Conceitos Indicadores</u>	<u>Nota</u>
- Conhecimentos Gerais -----	(10)
- Conhecimentos Teóricos -----	(07)
- Conhecimentos Prático -----	(09)
- Interesse -----	(09)
- Aptidão -----	(09)
- Iniciativa em solucionar problemas -----	(08)
- Comunicação -----	(09)
- Redação -----	(06)
- Cooperação -----	(10)
- Dedicção -----	(09)
- Frequência -----	(10)
- Liderança -----	(09)
- Organização no trabalho -----	(10)
- Pontualidade -----	(09)
- Produtividade -----	(08)
- Responsabilidade -----	(10)

- 6) Observações: O estagiário tem muito interesse em resolver o problema de transporte que a empresa está enfrentando . Parece que o mesmo tem um bom conhecimento no assunto.

Data: 01/04/2002.



Adriana Alves Ribeiro

Adriana Alves Ribeiro

RG.: 3367426-5271215 SSP - GO

1º SERVIÇO NOTARIAL E REGISTRAR CEREES - GO
Reconhecimento assinado(a) de
Alessandro Alves de Barros
Pessoa(s) por
CEREES - GO, 30 JUL 2003
Em testemunho da Verdade.
Herbert Luiz Fernandes
() IVAN FERNANDES RIBEIRO - Titular
(x) HERBERT LUIZ FERNANDES - Substituto



AVALIAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO

Aluno: Alessandro Alves de Barros

nº matrícula: 125

Título do Relatório: Logística de Transporte

Empresa em que foi realizado o Estágio: Comercial Brasil

Endereço: Rua Jatobá N.º 1381 Centro Rubiataba – GO

Depto. / Setor: Logística de Transporte / Vendas

Período de Estágio: de **01/02/2002 a 30/03/2002**

Área de Atuação: Logística de Transporte / Vendas

Horas de Estágio: 162 horas

Data de Avaliação: 27/06/2003.

Apreciação

Final:

AVALIAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE ESTÁGIO

Nome do Estagiário: Alessandro Alves de Barros					
Local do Estágio: Comercial Brasil					
Critérios de Avaliação	Conceito Atribuído				
<u>Justificativa da Aplicação do Trabalho</u> Considerar os argumentos apresentados, a nível de Entidade Concessionária. Considerar os problemas que serão solucionados com o presente trabalho.	A	B	C	D	E
<u>Capacidade Crítica</u> Considerar o sentido de análise da situação bem como o domínio da mesma e a capacidade de compreensão e proposta demonstrada pelos estagiários.	A	B	C	D	E
<u>Capacidade de Inovação</u> Considerar o valor e a praticidade das propostas apresentadas a nível inovador para a Entidade Concessionária objeto da ação do estagiário.	A	B	C	D	E
<u>Percepção e Profundidade de Conhecimentos Específicos</u> Considerar a capacidade demonstrada pelo estagiário em dominar o tema objeto de seu trabalho, bem como a utilização de terminologia técnica específica.	A	B	C	D	E
<u>Capacidade de Defesa do Trabalho de Conclusão de Estágio</u> Considerar a capacidade demonstrada pelo estagiário em responder aos questionários de avaliação do Professor Orientador.	A	B	C	D	E
<u>Verificação da Metodologia do Trabalho</u> Considerar a ordenação do presente trabalho e o cumprimento de cada uma de suas etapas	A	B	C	D	E
Parecer					
DATA	Assinatura do Prof. Orientador	Conceito Final			