



**IPG** Politécnico  
|da|Guarda  
Polytechnic  
of Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Gestão

Flávia Daniela Lopes Queiros

dezembro | 2015



*Escola Superior de Tecnologia e Gestão*

*Instituto Politécnico da Guarda*

## RELATÓRIO DE ESTÁGIO

FLÁVIA DANIELA LOPES QUEIRÓS

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM GESTÃO

DEZEMBRO/2015



**IPG**

Politécnico  
da Guarda

Polytechnic  
of Guarda

*Escola Superior de Tecnologia e Gestão*

*Instituto Politécnico da Guarda*



---

FLÁVIA DANIELA LOPES QUEIRÓS

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DE GRAU DE LICENCIATURA EM GESTÃO

## **Identificação da Estagiária**

**Estagiária:** Flávia Daniela Lopes Queirós

**Número:** 1011172

**Curso:** Licenciatura em Gestão

**Estabelecimento de Ensino:**

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda

**Local do Estágio:**

Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda.

Rua Estrada Nacional nº310

Várzea Cova

4820-820 Fafe

**Orientador no Local do Estágio:**

Hélder José Fernandes Pereira

**Orientador na Instituição de Ensino:**

Doutora Maria Manuela Santos Natário

**Início do Estágio:** 15 de junho de 2015

**Conclusão do Estágio:** 4 de setembro de 2015

**Duração:** 400 Horas

## Agradecimentos

A realização desta licenciatura contou com importantes apoios e incentivos sem os quais não se teria tornado uma realidade e aos quais estou eternamente grata.

À minha irmã pelas dores de cabeça que me deu mas acima de tudo pelo amor e carinho que me transmitiu e por ser a minha confidente mais nova!

À minha família mais próxima que de certa forma me deram o apoio necessário para a realização deste trabalho.

À minha orientadora de estágio, a professora Maria Manuela Natário por ter aceite o meu pedido e pelo apoio dado.

À Escola Superior de Tecnologia e Gestão e a todos os docentes pelos conhecimentos que me transmitiram ao longo de todo o curso.

À instituição que me acolheu, pela oportunidade concedida, pela excelente receção e integração por parte de todos os colaboradores, quero deixar um especial agradecimento ao Engenheiro Guilherme Pereira pela paciência, compreensão e acima de tudo pela amizade.

Aos meus verdadeiros amigos que de uma maneira ou de outra me deram apoio e uma palavra no momento certo.

Às grandes amizades que fiz na cidade alta e fria, pelos momentos que me proporcionaram ao longo destes três anos, pelo apoio dado quando estava mais frágil e principalmente por estarem ao meu lado para tudo, sabendo que nunca estaria sozinha!

Por último, tendo consciência que sozinha nada disto teria sido possível, dirijo um agradecimento especial aos meus pais, por serem modelos de coragem, pelo seu apoio incondicional, incentivo, amizade e paciência demonstrados e total ajuda para superar todos os obstáculos que ao longo desta caminhada foram surgindo. Muito obrigada por estarem sempre ao meu lado. A eles dedico este trabalho!

*A todos, meu sincero obrigado!*

## Plano de Estágio

O plano de estágio foi previamente elaborado pelo supervisor Hélder Pereira e pelo gerente Vítor Lima da empresa Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda., onde ficou acordado que a estagiária estaria em atividade na área da administração e da produção.

O estágio curricular envolveu várias tarefas, o que permitiu um contacto direto com o mundo do trabalho, com situações reais e com a complexidade e dificuldade das mesmas.

As atividades desenvolvidas durante estágio foram:

- ✓ Receção dos clientes;
- ✓ Atendimento telefónico;
- ✓ Correção do lançamento dos produtos no sistema informático;
- ✓ Organização do *dossier* do produto acabado;
- ✓ Construção de base de dados.

## Resumo

O estágio curricular proporciona a primeira interação com o mercado e com o funcionamento de uma organização. Prepara o estagiário para que se possa desenvolver no setor de atividade associado à sua futura profissão. Dá a oportunidade de conhecer o verdadeiro ambiente laboral, colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, aprender ainda mais conhecimentos e adquirir competências que serão essenciais no futuro para uma melhor integração no mercado de trabalho.

O presente relatório de estágio tem como principal objetivo dar a conhecer a experiência vivida durante aproximadamente três meses de estágio curricular na Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. para obtenção do grau de licenciado no curso de Gestão da Escola Superior de Tecnologia e Gestão no Instituto Politécnico da Guarda.

No relatório será feita uma breve apresentação da organização, seguidamente serão apresentados e dados estatísticos sobre a importância das exportações de vinhos nacionais na balança comercial do país e finalmente será feita uma abordagem às tarefas realizadas durante o período de estágio.

Palavras-Chave: Gestão, Vinhos Norte, Setor Vitivinícola, Produção e Conhecimento.

JEL – Classification: *M1 - Business Administration*

*M10 - General*

## Índice

<b>Identificação da Estagiária .....</b>	<b>iii</b>
<b>Agradecimentos .....</b>	<b>iv</b>
<b>Plano de Estágio.....</b>	<b>v</b>
<b>Resumo .....</b>	<b>vi</b>
<b>Índice .....</b>	<b>vii</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>ix</b>
<b>Índice de Tabelas.....</b>	<b>ix</b>
<b>Índice de Gráficos.....</b>	<b>x</b>
<b>Índice de Organogramas.....</b>	<b>x</b>
<b>Lista de Siglas e Abreviaturas .....</b>	<b>xi</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I – Apresentação da Empresa Acolhedora da Estagiária .....</b>	<b>2</b>
1.1-Nota Introdutória .....	3
1.2-Identificação da Empresa .....	3
1.3- Enquadramento Geográfico da Empresa .....	4
1.4– História da Vinhos Norte .....	5
1.5-Evolução da Empresa .....	7
1.6-Produtos da Empresa .....	8
1.7-Estrutura Organizacional da Empresa .....	15
1.8-Funções de Cada Departamento .....	16
1.9- Visão da Empresa .....	16
1.10- Missão da Empresa.....	17



1.11-Exportação da Empresa .....	17
1.12-Análise Swot.....	18
<b>Capítulo II – Análise das Exportações dos Vinhos Portugueses .....</b>	<b>20</b>
2.1-A Exportação de Vinhos Portugueses .....	21
2.1.1- Dados Estatísticos.....	22
2.1.2 – Tipos de Vinhos Exportados.....	24
<b>Capítulo III – Atividades Realizadas Durante o Estágio na Vinhos Norte .....</b>	<b>26</b>
3.1-Nota Introdutória .....	27
3.2-Receção dos Clientes .....	27
3.3-Atendimento Telefónico .....	28
3.4 – Correção do Lançamento de Produtos no Sistema Informático.....	28
3.5-Organização do Dossier do Produto Acabado.....	29
3.6-Construção de Base de Dados .....	29
<b>Conclusão .....</b>	<b>33</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>34</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>35</b>

## Índice de Figuras

Figura 1 – Localização .....	4
Figura 2 - Princípios para a Satisfação do Cliente.....	7
Figura 3 - Ativos Tangíveis da Empresa Vinhos Norte.....	8
Figura 4 - Tapada dos Monges Branco.....	9
Figura 5 - Tapada dos Monges Loureiro .....	9
Figura 6 - Tapada dos Monges Alvarinho .....	10
Figura 7 - Tapada dos Monges Espadeiro .....	10
Figura 8 - Tapada dos Monges Vinhão .....	11
Figura 9 - Tapada dos Monges Tinto .....	11
Figura 10 - Cruzeiro Branco .....	12
Figura 11 - Cruzeiro Rosé .....	12
Figura 12 - Cruzeiro Tinto.....	13
Figura 13 - Miogo Branco .....	13
Figura 14 - Miogo Espadeiro.....	14
Figura 15 - Miogo Tinto .....	14
Figura 16 - Formulários para Todos os Enchimentos.....	30
Figura 18 - Formulário das Vindimas.....	31
Figura 17 - Base de Dados dos Enchimentos .....	31
Figura 19 - Base de Dados das Vindimas.....	32

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Análise SWOT da Vinhos Norte .....	19
Tabela 2 - Evolução da Balança Comercial dos Vinhos em Portugal .....	22
Tabela 3 - Evolução das Exportações de Vinhos Portugueses por País .....	23

## **Índice de Gráficos**

Gráfico I - Destino das Exportações dos Vinhos Portugueses .....	17
Gráfico II - Evolução das Exportações Intra UE e Extra UE dos Vinhos Portugueses..	23
Gráfico III - Tipos de Vinhos Exportados em Litros .....	25

## **Índice de Organogramas**

Organograma 1 - Organograma da Vinhos Norte .....	15
---	----

## Lista de Siglas e Abreviaturas

**BD**- Base de Dados

**CAE**- Classificação das Atividades Económicas

**CEO** – *Confederación* Empresarial de Ourense

**CVRVV**- Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes

**DCP**- Declarações de Colheita e Produção

**DO** – Denominação de Origem

**DOC**- Denominação de Origem Controlada

**DOP** – Denominação de Origem Protegida

**ESTG**- Escola Superior de Tecnologia e Gestão

**HACCP** – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controlo

**IG** – Indicação Geográfica

**INE** – Instituto Nacional de Estatística

**IPG**-Instituto Politécnico da Guarda

**IVA** – Imposto Sobre o Valor Acrescentado

**IVV**- Instituto da Vinha e do Vinho

**NP EN** – Norma Europeia adotado como Norma Portuguesa

**SGQ** – Sistema de Gestão da Qualidade

**SWOT** – *Strengths Weaknesses Opportunities and Threats*

## Introdução

O objetivo primordial de um estágio centra-se na integração de um estagiário no seio de uma empresa para poder perceber que todos os conteúdos lecionados no percurso académico são de extrema importância e nenhum pormenor pode ser negligenciado.

O estágio curricular tem como objetivo aplicar os conteúdos adquiridos durante a realização da Licenciatura de Gestão. A realização deste estágio pretende oferecer à estagiária vários conhecimentos práticos das funções de uma empresa e aplicar na prática a teoria aprendida durante o percurso académico. Embora a teoria seja extremamente importante, a ausência da prática irá prejudicar o acesso ao mercado de trabalho, sendo esse problema resolvido com o estágio curricular.

Com o término do estágio, tornou-se necessário elaborar o presente relatório, para dar cumprimento estipulado no plano do curso de Gestão para a obtenção do grau de licenciado.

A empresa escolhida foi a Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda., mais conhecida por Vinhos Norte, sob orientação do Dr.º Helder Pereira. A escolha desta empresa para a realização do estágio teve como principal objetivo conhecer os procedimentos de gestão adotados e conhecer de forma mais aprofundada e detalhada as atividades que a empresa se dispõe a realizar.

Assim, o objetivo deste relatório é dar a conhecer todas as atividades realizadas no estágio na Vinhos Norte.

O relatório encontra-se dividido em três capítulos. No capítulo I apresenta-se a caracterização da empresa, onde é efetuada a sua identificação, o seu enquadramento geográfico, a sua história, a sua evolução, as funções de cada departamento a sua estrutura organizacional, bem como, a apresentação dos seus produtos, a sua visão e missão e a análise SWOT. No capítulo II são apresentados dados estatísticos que comprovam a importância das exportações dos vinhos nacionais, na balança comercial do país, contribuindo para isso, o reconhecimento mundial da qualidade dos vinhos nacionais, proporcionando ano após ano o crescimento das exportações para todos os continentes. No capítulo III são descritas as tarefas realizadas na Vinhos Norte ao longo do período de estágio nas áreas da Administração e da Produção.



**Capítulo I – Apresentação da Empresa Acolhedora da  
Estagiária**

## 1.1-Nota Introdutória

Neste capítulo pretende-se apresentar e caracterizar de uma forma resumida a instituição acolhedora do estágio. Para um melhor conhecimento da empresa efetua-se a sua identificação, o seu enquadramento geográfico, o historial da mesma, a sua evolução, os seus produtos, a sua estrutura organizacional e as funções de cada departamento. É também apresentado a visão e missão da empresa bem como a sua análise SWOT. A informação apresentada ao longo do capítulo I foi retirada fundamentalmente do *site* da empresa: [www.vinhosnorte.com](http://www.vinhosnorte.com).

## 1.2-Identificação da Empresa<sup>1</sup>

**Nome:** Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. (Vinhos Norte)

**Morada:** Rua Estrada Nacional nº310

Várzea Cova 4820-820 Fafe

**Telefone:** 253509040

**Fax:** 253502354

**Email:** [marketing@vinhosnorte.com](mailto:marketing@vinhosnorte.com)

**Página Web:** [www.vinhosnorte.com](http://www.vinhosnorte.com)

**CAE:** 46341 e 11021

**Registo:** C.R.C. de Fafe

**Número de Contribuinte:** 500 177 961

**Capital Social:** €800.000,00

---

<sup>1</sup> Informação disponibilizada pela Técnica de Laboratório Dr.ª Sónia Leite.

### 1.3- Enquadramento Geográfico da Empresa

A empresa Vinhos Norte situa-se na freguesia de Várzea Cova do concelho de Fafe (Figura 1). Em 2011 esta freguesia, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), tinha 11.92 km<sup>2</sup> de área e cerca de 358 habitantes. No âmbito da reforma administrativa nacional, em 2013 a freguesia de Várzea Cova foi extinta e em conjunto com Moreira do Rei formou-se uma nova freguesia denominada por União de Freguesias de Moreira do Rei e Várzea Cova.

Segundo a Câmara Municipal de Fafe (2015), Várzea Cova é umas das freguesias mais características e distantes do centro da cidade.

Nesta freguesia pode observar-se fortes vestígios de edificações pré-históricas. Várzea Cova possui terrenos férteis com grandes potencialidades agrícolas e turísticas, estes terrenos são irrigados por diversos riachos subsidiários do rio Vizela. Várzea Cova é composta por três núcleos de povoamento concentrado: Bastelo, Lagoa e Várzea Cova, estes são locais distanciados uns dos outros e com características distintas. Bastelo situa-se no declive de uma serra e é o mais típico núcleo rural de montanha da cidade de Fafe. Lagoa encontra-se num alto montanhoso e possui ligação para outros concelhos e Várzea Cova situa-se num vale apertado entre duas montanhas e possui grandes quintas.



Figura 1 – Localização  
Fonte: [www.viajar.clix.pt](http://www.viajar.clix.pt)



## 1.4– História da Vinhos Norte <sup>2</sup>

A empresa Vinhos Norte, localizada no Norte de Portugal deve o nome ao seu fundador que, juntamente com os seus filhos, oficializou em 1971 a sua atividade no setor dos vinhos. Na sua fase inicial, a empresa estava vocacionada para o comércio de vinhos a granel<sup>3</sup> tendo como clientes os consumidores finais. A empresa produz vinhos de marca própria e vinhos com marca de outrem mas são engarrafados pela empresa, estes vinhos designam-se de vinhos restaurante.

Com a evolução do mercado nos anos 80, a empresa reajustou-se às novas condições iniciando o engarrafamento de vinhos. Devido ao aumento do volume de negócios e ao sucesso da empresa, esta sentiu necessidade de crescer fisicamente. Assim, de forma a garantir as quantidades e prazos solicitados pelos clientes, foram abandonadas, como produtivas, as instalações em que a empresa laborava. Junto às referidas instalações foi construído um complexo produtivo que abrangia armazenagem, tratamento e engarrafamento de vinhos.

Tendo como base dois objetivos, a focalização no cliente e a organização interna, em 2000, a empresa iniciou o seu processo de certificação segundo a Norma Europeia adotada como Norma Portuguesa (NP EN) ISO 9001:2000. Deste modo, foram pioneiros ao ser a primeira empresa da área da produção de vinhos a implementar um sistema segundo este referencial. Este trabalho foi reconhecido através da certificação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) em 2002, mas essencialmente foi reconhecido pela empresa e pelos clientes no que respeita à melhoria contínua dos serviços e produtos.

Em simultâneo a empresa implementou um sistema de *Hazard Analysis and Critical Control Point* (HACCP), que em português significa Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos, referente à segurança alimentar.

Com o objetivo de se tornar uma empresa cada vez mais especialista nas suas atividades e poder assim garantir, quer a qualidade dos produtos quer a satisfação das necessidades dos clientes, a empresa apostou na construção de um centro de vinificação, que iniciou a sua atividade nas vindimas de 2005, este centro permite à empresa manter de uma forma mais consistente as características dos seus produtos.

---

<sup>2</sup> Fonte: Leite (2015)

<sup>3</sup> Vinho não engarrafado

Ao fim de dois anos de laboração o centro de vinificação começou a cumprir a sua missão, permitindo à empresa apresentar aos seus clientes uma gama mais alargada de vinhos através da produção de monocastas.

No ano de 2006 a empresa recebe um prémio de Responsabilidade Social atribuído pela *Confederación* Empresarial de Ourense (CEO), na 2ª Edição dos Prémios Transfronteiriços para Excelência Empresarial. Nesse mesmo ano a empresa lança o monocasta Espadeiro na gama Tapada dos Monges.

No início de 2007, a empresa sofre uma alteração na sua estrutura de capital, o sócio José Carlos Guimarães Lima sai da empresa e entram três novos sócios, Graciete Guimarães Lima, Vera Guimarães Lima e Vítor Guimarães Lima. A Vinhos Norte nesse ano foi distinguida PME LIDER.

Assim, o ano 2007 é uma mudança de paradigma na história da empresa: teve como grande desafio a “globalização” e desta forma, começou a dar os primeiros passos para a sua internacionalização. Com base na sua cultura, a empresa sempre privilegiou a área produtiva como o seu *core-business*.

Em 2008, a linha de engarrafamento foi renovada e foram implementadas duas novas linhas, espumantes e *bag-in-box*, através da incorporação das mais recentes tecnologias no setor, o que permite continuar a inovar quer ao nível do processo quer do próprio produto e do Marketing. Assim é introduzido a língua *braille* na rotulagem da gama Tapada dos Monges.

Em 2009 a empresa é distinguida novamente como PME LIDER.

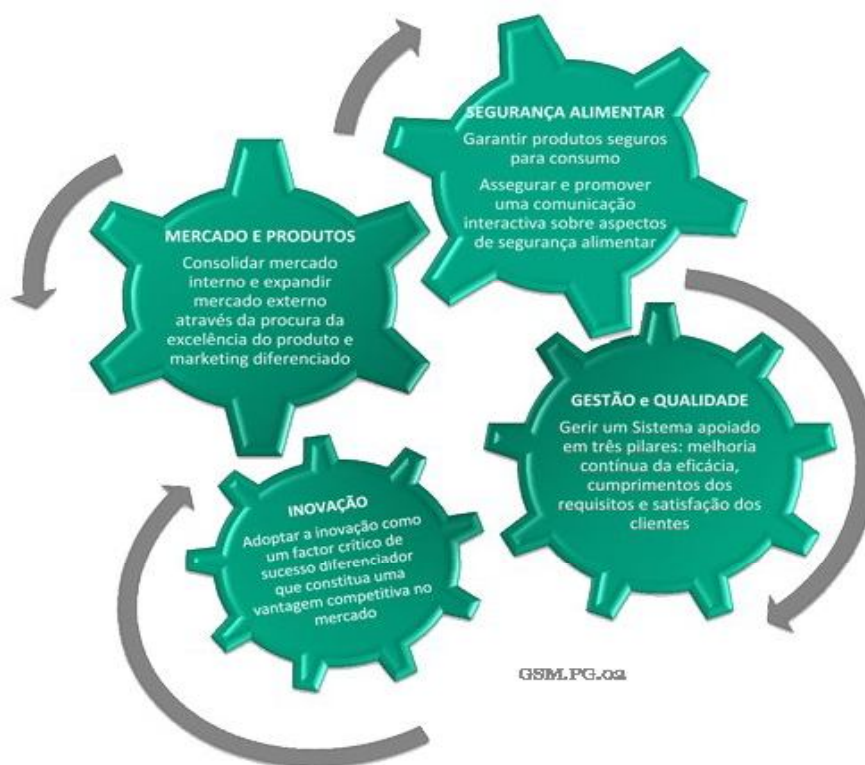
No ano 2010 a empresa lança o monocasta Alvarinho, Vinho Verde, na gama Tapada dos Monges e é com este fabuloso vinho que obtêm o Troféu *Citadelle* no Concurso Internacional *Les Citadelles du Vin*. A empresa decide então ampliar a capacidade para 6 milhões de litros.

No ano de 2014 a Vinhos Norte é novamente distinguida como PME LIDER. O Tapada dos Monges Loureiro é eleito na Alemanha um dos 50 melhores vinhos. É atribuído pelo enólogo Aníbal Coutinho o Prémio Uva de Ouro, melhor da região, para o Tapada dos Monges Branco.

Em 2015 a Vinhos Norte restaura e aumenta as suas instalações, uma vez que a empresa está em constante crescimento. Neste ano foi atribuído o Prémio de Uva de Ouro,

melhor da região, para o Tapada dos Monges Tinto, pelo enólogo Aníbal Coutinho. Além disso a empresa foi novamente distinguida como PME LIDER 2015 (Anexo 1).

Todos os produtos e serviços prestados pela empresa reúnem quatro princípios fundamentais que contribuem para a satisfação do cliente e para a melhoria contínua da empresa: mercado e produtos, segurança alimentar, inovação e gestão e qualidade (Figura 2).



**Figura 2 - Princípios para a Satisfação do Cliente**  
Fonte: [www.vinhosnorte.com](http://www.vinhosnorte.com)

### 1.5-Evolução da Empresa<sup>4</sup>

A empresa Manual da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. tem evoluído ao longo dos anos. É uma empresa com cerca de 40 trabalhadores e é gerida pelos sócios, Joaquim Lima, Graciete Lima, Vera Lima e Vítor Lima.

No ano de 2014, o volume de vendas atingiu o montante de 7.698.666,13 Euros representando um decréscimo de cerca de 10,2% em relação às vendas do período anterior que foram de 8.571.826,22 Euros.

<sup>4</sup> Fonte: Lima, et al. (2014)

Os resultados antes dos gastos de financiamento e impostos foram de 265.700,79 Euros, o que corresponde a um aumento de 52,83% relativamente ao ano anterior. A margem bruta de comercialização aumentou cerca de 1,94% após ter descido durante alguns anos para permitir maior competitividade.

Os gastos de financiamento foram de 160 mil euros. No final do exercício foi apurado um resultado líquido depois de impostos, que se traduziu num lucro de 94.740,09 Euros. Este lucro foi transferido para Reservas Legais (Anexo 2).

A empresa amortiza os seus bens do ativo fixo tangível de acordo com o método da linha reta. De acordo com este método, a depreciação é constante durante a vida útil do ativo se o seu valor residual não for alterado. As depreciações são calculadas tendo em consideração as taxas de depreciação média e as vidas úteis dos ativos fixos tangíveis (Figura 3).

Ativos tangíveis	Vida útil	Taxa de amortização
Terrenos e recursos naturais		
Edifícios e outras construções	8-50	2%-12,5%
Equipamento básico	4-20	5%-25%
Equipamento de transporte	4-8	12,5%-25%
Equipamento administrativo	3-8	12,5%-33%
Equipamentos biológicos	---	
Outros ativos fixos tangíveis	4-16	6,25%-25%

**Figura 3 - Ativos Tangíveis da Empresa Vinhos Norte.**  
**Fonte: Lima et al. (2014)**

## 1.6-Produtos da Empresa

A Vinhos Norte apresenta uma grande variedade de produtos, que se encontram agrupados pelas seguintes gamas: Tapada dos Monges, Cruzeiro e Miogo.

O vinho Tapada dos Monges surge como homenagem aos monges, que no século XII introduziram a produção de vinho na região.

A gama Tapada dos Monges encontra-se subdividida nos seguintes vinhos:

## Tapada dos Monges Branco

O vinho Tapada dos Monges Branco (Figura 4) apresenta uma elevada frescura e juventude. A sua cor é citrina, um aroma a frutos tropicais e maçã.

### Prémios e Menções:

(2008) - Medalha *Wine Passion Wine*, pela melhor relação qualidade/preço, pela Revista *WinePassion*

(2010) – Medalha “*Commended*” no *International Wine Challenge*

(2010) – Medalha de Bronze no *International Wine & Spirit Competition*

(2010) – Tambuladeira de Bronze da Revista “O Escanção”

(2011) – Medalha de Bronze no *International Wine Guide 2011*

(2014) – Prémio Uva de Ouro, atribuído por Aníbal Coutinho para melhor vinho da região



**Figura 4 - Tapada dos Monges Branco**

## Tapada dos Monges Loureiro

O vinho Tapada dos Monges Loureiro (Figura 5) apresenta uma cor brilhante e citrina, um aroma floral definido e um paladar fresco a maçãs maduras. É um Vinho Verde de colheita especial elaborado a partir de uma das castas mais nobres da região dos Vinhos Verdes.

### Prémios e Menções:

(2007) – Verde Honra no Concurso da Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) Categoria Monocasta Loureiro

(2011) – Certificado de Excelência no *Premium Select Wine Challenge 2011*

(2011) – Medalha de Prata no *International Wine Guide 2011*



**Figura 5 - Tapada dos Monges Loureiro**

## Tapada dos Monges Alvarinho

O vinho Tapada dos Monges Alvarinho (Figura 6) celebra a nobreza dos Vinhos Verdes. É um Vinho Branco elaborado a partir da casta mais aristocrata da região que lhe confere uma cor amarela citrina, um aroma de belo efeito, cheio de fruta, casca de laranja e notas minerais. Apresenta-se com elevada complexidade aromática que confinam num vinho requintado e harmonioso.

### Prémios e Menções:

(2010) – Medalha Troféu *Citadelle* no concurso *Les Citadelles du Vin* na categoria Denominação de Origem Controlada (DOC) Vinho Verde

(2011) – Medalha de Ouro no *International Wine Guide* 2011

(2011) – Distinção no Guia de Copo & Alma, os melhores 365 vinhos para 2011, de Aníbal Coutinho



**Figura 6 - Tapada dos Monges Alvarinho**

## Tapada dos Monges Espadeiro

O Tapada dos Monges Espadeiro (Figura 7) é um Vinho Verde rosé elaborado a partir de uma das mais singulares castas da região. Das suas uvas rosadas nasce algo admirável, uma cor rosa intensa, um aroma surpreendente a morangos e framboesa e um paladar fresco e jovem.

### Prémios e Menções:

(2007) – Certificado de qualidade “*Sehr Gut*” *Wein* no concurso *MundusVini*

(2008) – Medalha *Wine Passion Excellency* para um vinho de excelência, pela Revista *WinPassion*

(2011) – Medalha de Bronze no *International Wine & Spirit Competition*



**Figura 7 - Tapada dos Monges Espadeiro**

### **Tapada dos Monges Vinhão**

O Tapada dos Monges Vinhão (Figura 8) é um Vinho Verde tinto de colheita especial elaborado a partir de uma das mais nobres castas da região que lhe confere uma cor vermelha rubi carregado, um aroma frutado e um paladar a frutos maduros típico da casta.

#### Prémios e Menções:

(2012) – Medalha de Honra no Concurso de Vinhos Verdes

(2012) – Distinção no Guia de Copo & Alma, os melhores 312 vinhos 2013, de Aníbal Coutinho



**Figura 8 - Tapada dos Monges Vinhão**

### **Tapada dos Monges Tinto**

O Tapada dos Monges Tinto (Figura 9) é caracterizado como um vinho jovem e fresco. Apresenta um aroma intenso a frutos vermelhos e um paladar vinoso com um final persistente muito agradável.

#### Prémios e Menções:

(2009) – Medalha de Prata no concurso da CVRVV para o Melhor Vinho Tinto

(2010) – Medalha de Ouro no concurso da CVRVV para o Melhor Vinho Tinto

(2011) – Distinção no Guia Copo & Alma, os melhores 365 vinhos para 2011, de Aníbal Coutinho

(2015) – Prémio de Uva de Ouro, atribuído por Aníbal Coutinho para melhor vinho da região



**Figura 9 - Tapada dos Monges Tinto**

A gama que a seguir se apresenta é designada por Cruzeiro, e encontra-se subdividida em três vinhos: o Cruzeiro Branco, o Cruzeiro Rosé e o Cruzeiro Tinto. O vinho Cruzeiro é um vinho leve e fresco e é uma das marcas líderes na região dos Vinhos Verdes.

### **Cruzeiro Branco**

O Cruzeiro Branco (Figura 10) é um vinho que se adequa a todas as ocasiões. Apresenta uma cor citrina palha, com aroma a frutos exóticos. É distinguido pela sua juventude e frescura no paladar e é perfeito para momentos de convívio.

#### Prémio e Menções:

(2012) – 85 pts – *Wine Enthusiast*

(2013) – 2 Estrelas “Bom Vinho” no *Premium Select Wine Challenge*  
*Prowein*



**Figura 10 -  
Cruzeiro Branco**

### **Cruzeiro Rosado**

O vinho Cruzeiro Rosado (Figura 11) é um vinho que inspira boa disposição. Com cor rosa salmão e com aroma a frutos exóticos, este vinho combina na perfeição a acidez típica do vinho verde com um toque de doçura. O resultado é um vinho extremamente suave e refrescante.



**Figura 11 -  
Cruzeiro Rosé**



## Cruzeiro Tinto

O Cruzeiro Tinto (Figura 12) é o típico vinho para acompanhar os pratos tradicionais. Apresenta uma cor rubi profundo, com aroma a frutos vermelhos. O Cruzeiro Tinto é um vinho jovem que apresenta uma leve adstringência combinada com a frescura.



**Figura 12 -  
Cruzeiro Tinto**

A gama que a seguir se apresenta é designada por Miogo e contém uma variedade de vinhos composta por: Miogo Branco, Miogo Espadeiro e Miogo Tinto.

## Miogo Branco

O Miogo Reserva Bruto 2007 (Figura 13) é um Vinho Verde Espumante Branco. Da singularidade das castas Arinto e Loureiro foi possível obter uma cor citrina, um nariz complexo e leve toque vegetal com nuances e frutos secos. Com um cordão de bolhas fino e elegante, é ideal para partilhar nos momentos festivos.

### Prémios e Menções:

(2010) – Medalha de Ouro no concurso da CVRVV para o Melhor Espumante Branco

(2011) – Medalha de Ouro no *International Wine Guide* 2011

(2011) – Vinho do Ano 2011 na categoria Espumante Branco, pela Ordem dos Engenheiros Região Norte



**Figura 13 -  
Miogo Branco**

## **Miogo Espadeiro**

Miogo Espadeiro Bruto 2007 (Figura 14) é um Vinho Verde Espumante Rosé. Com uma cor rosada intensa, um aroma frutado e cativante, com framboesas e cerejas a predominar e ligeiro vegetal seco. Uma bolha fina e persistente antecede uma frescura notória, uma mousse elegante que termina persistente e harmoniosa. O Espumante Rosé é ideal para partilhar nos momentos especiais.

### Prémios e Menções:

(2009) – Medalha de Ouro no concurso CVRVV para o Melhor Espumante Rosado



**Figura 14 - Miogo Espadeiro**

## **Miogo Tinto**

O espumante Miogo Bruto Tinto (Figura 15) apresenta um aroma limpo e cristalino onde aparecem boas notas de fruta vermelha bem madura. A espuma é vermelha com bolha fina e persistente. O paladar revela toda a sua magnitude, numa explosão de sentidos.

### Prémios e Menções:

(2011) – Medalha de Prata no concurso da CVRVV para Melhor Espumante

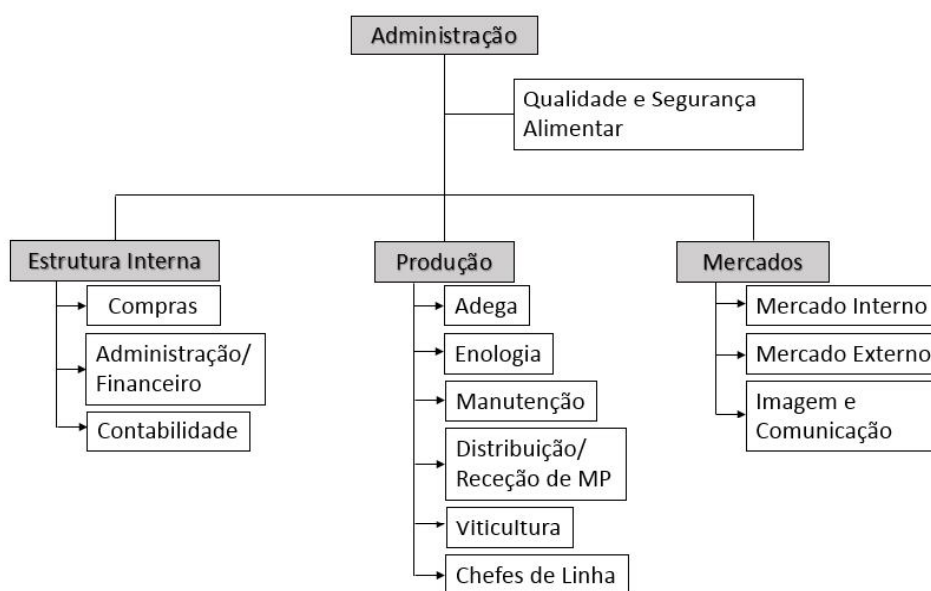


**Figura 15 - Miogo Tinto**

## 1.7-Estrutura Organizacional da Empresa

A estrutura organizacional é a forma pela qual as atividades são divididas, organizadas e coordenadas numa determinada organização. Para compreender o conceito de estrutura organizacional é conveniente abordar alguns conceitos fundamentais, particularmente os conceitos de autoridade, responsabilidade e delegação. Para uma melhor interpretação da estrutura da organização é geralmente elaborada a sua representação gráfica, o organograma, o qual representa as relações que une todos os recursos da empresa na prossecução dos objetivos (Oliveira, 2012).

A empresa Vinhos Norte é composta por um Conselho de Administração, um departamento da Qualidade e Segurança Alimentar e pelos seguintes departamentos: Estrutura Interna, Produção e Mercados como mostra o organograma (Organograma 1). Estes departamentos encontram-se subdivididos em várias áreas. Na Estrutura Interna encontram-se as seguintes áreas: Compras, Administrativa/Financeira e a Contabilidade. O departamento da Produção a empresa agrega as seguintes áreas: Adega, Enologia, Manutenção, Distribuição/Receção de Matérias-primas, Viticultura e ainda a Chefia das Linhas de produção. Por último o departamento dos Mercados divide-se em: Mercado Interno, Mercado Externo e a Imagem e Comunicação da empresa.



**Organograma 1 - Organograma da Vinhos Norte**  
Fonte: Leite (2015)

## 1.8-Funções de Cada Departamento

Cada departamento tem um conjunto de funções que têm de ser cumpridas, para um bom funcionamento da organização.

O departamento Produtivo certifica a qualidade do produto produzido, com a maior segurança, higiene e eficácia possível. No Laboratório efetua-se, de modo seguro e eficaz, as análises químicas, no sentido de certificar a qualidade do produto acabado.

No departamento de Estrutura Interna nas áreas Compras, Administrativa/Financeira e a Contabilidade realizam-se, de acordo com a legislação, a documentação necessária de modo a facilitar a organização e controlo da gestão empresarial, tendo sempre em consideração a satisfação do cliente.

O departamento Mercados está relacionado com a área Mercado Interno, Mercado Externo e Imagem e Comunicação onde se dá conhecer aos clientes, ativos e potenciais, a qualidade e a imagem dos produtos, transmitindo sempre a representação de uma empresa dinâmica, mas com tradições, que luta pela qualidade de todo o seu trabalho.

No departamento da Qualidade e Segurança Alimentar certificam-se que todos os procedimentos são cumpridos da forma mais adequada e que respeitam as regras já estabelecidas, procurando inovar em novas formas de assegurar a qualidade requerida pela empresa e pelos clientes.

O departamento da Administração controla, dirige, planeia, prevê e gere, assegurando que a imagem da organização seja respeitada e todos os esforços sejam feitos para atingir os objetivos da Vinhos Norte.

## 1.9- Visão da Empresa

A visão é a perspetiva de longo prazo da empresa, é aquilo que pretende ser, ou estar, num determinado horizonte temporal no qual a empresa procura otimizar a eficiência do processo de transformação de recursos. A definição e partilha da visão com todos os colaboradores da organização é fundamental para que os esforços de todos possam ser direcionados nesse sentido (Camara, et al.,2007).

A empresa Vinhos Norte tem como visão ser reconhecida como uma empresa de cariz familiar e com uma enorme paixão pelo vinho, que produz vinhos reconhecidos pela sua qualidade e diferenciação.

## 1.10- Missão da Empresa

A missão é a razão da existência de uma empresa e deve ser o principal objetivo a ser seguido por todos os colaboradores. A missão traduz-se na formulação de uma declaração escrita que, de forma objetiva, orienta os esforços de todos os colaboradores (Camara, et al., 2007).

A missão da Vinhos Norte é a produção, engarrafamento e distribuição de vinhos e espumantes, pretendendo ser uma referência a nível nacional e ampliar a sua atividade a nível internacional.

Tem o propósito de identificar as necessidades de cada um dos seus clientes, encontrar soluções adequadas com determinação e transparência para que cada necessidade se torne uma realidade concretizada.

## 1.11-Exportação da Empresa

As exportações dos vinhos portugueses têm evoluído de ano para ano, tornando assim o vinho português reconhecido mundialmente. Pode observar-se no Gráfico I os destinos das exportações dos vinhos portugueses.



**Gráfico I - Destino das Exportações dos Vinhos Portugueses**  
Fonte: [www.viniportugal.pt](http://www.viniportugal.pt)

Da análise do gráfico pode-se verificar que o país com mais influência nas exportações é a Angola. De acordo com Lima et al., (2014) os vinhos da Vinhos Norte já são mundialmente conhecidos no Brasil, Suíça, China, Guiné Bissau e Japão. A empresa pretende aumentar de forma significativa a sua contribuição no mercado externo para tornar-se cada vez mais visível internacionalmente.

## 1.12-Análise Swot

Atualmente torna-se imprescindível avaliar o comportamento de uma organização em relação às forças competitivas do mercado, identificando deste modo a sua posição no setor em que atua. Para fazer esta avaliação, tem que se recorrer a instrumentos capazes de perceber as características internas organizacionais e o meio externo. Estes elementos, em conjunto, apoiam a tomada de decisão, reduzindo assim a ocorrência de erros relativos a ações mal planeadas.

O ambiente externo está em constante mudança e uma organização tem de estar pronta a adaptar-se a essas mudanças no sentido de tirar o maior proveito das forças identificadas e suprir as fraquezas. A análise interna identifica os principais pontos fortes e fracos caracterizadores de uma empresa em determinado momento. O estudo destes elementos é de grande importância, para que a empresa rentabilize o que tem de positivo e reduza os seus pontos fracos. A análise externa tem como principal objetivo identificar as principais oportunidades e ameaças que se colocam perante uma organização em determinado momento. As mudanças externas permitem a identificação de aspetos que podem construir constrangimentos à implementação de determinadas estratégias e podem alcançar os objetivos delineados para a organização (Camara, et al., 2007).

O modelo SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) permite a avaliação da posição competitiva de uma empresa no mercado com recurso a uma matriz que conjuga os pontos fortes e fracos da análise interna com as oportunidades e ameaças provenientes do mercado. Recorrendo a este modelo de análise estratégica criam-se condições para traçar uma estratégia eficiente de negócio. Desta maneira para a empresa Vinhos Norte foi possível apresentar a seguinte análise SWOT (Tabela 1).

	<b>PONTOS FORTES</b>	<b>PONTOS FRACOS</b>
	<p>Marca conhecida e respeitada;  Qualidade do produto;  Qualidade dos processos e procedimentos;  Internacionalização.</p>	<p>Falta de organização por parte da gerência;  Localização da empresa.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>SUGESTÕES</b>	<b>SUGESTÕES</b>
<p>Nova tecnologia disponível para a viabilização de projetos;  Mudança para novas áreas do mercado;  Parcerias comerciais.</p>	<p>Reforço da rede de distribuição para captar clientes ainda mais servidos.</p>	<p>Investimento contínuo na modernização.</p>
<b>AMEAÇAS</b>	<b>SUGESTÕES</b>	<b>SUGESTÕES</b>
<p>Recessão;  Concorrência;  Entrada de novas empresas no mercado;  Aumento de impostos.</p>	<p>Reforço na capacidade de gestão.</p>	<p>Criar políticas de fidelização de clientes;  Apostar em publicidade.</p>

**Tabela 1 - Análise SWOT da Vinhos Norte**  
**Fonte: Elaboração Própria**



## **Capítulo II – Análise das Exportações dos Vinhos Portugueses**



## 2.1-A Exportação de Vinhos Portugueses<sup>5</sup>

A *Wines of Portugal* é a marca por excelência dos vinhos portugueses no mundo. Foi desenvolvida em 2010 para promover a imagem dos vinhos portugueses nos diversos mercados internacionais.

O vinho português tem conseguido afirmar-se a nível internacional por ser uma proposta única e diferenciadora, baseada na diversidade e singularidade das suas castas e dos seus *terroirs*<sup>6</sup> a que se associa uma qualidade muito consistente e uma excelente relação qualidade-preço.

Hoje a reputação internacional dos vinhos Portugueses é inquestionável. As exportações de vinho português demonstram também este dinamismo do setor, visto que registaram um desempenho bastante favorável nos últimos anos, contabilizando a presença da marca *Wines of Portugal* de forma consistente em 4 continentes e 11 mercados estratégicos.

A ViniPortugal<sup>7</sup> enquanto entidade gestora da marca *Wines of Portugal* aposta na transmissão da mensagem que os “ Vinhos de Portugal” são genuínos e de forte carácter, sendo fieis a um património de mais de 250 castas autóctones. Os vinhos portugueses são capazes de proporcionar uma experiência única, pelo modo como tiram partido da diversidade de *terroirs* e castas portuguesas, quer como resultado das técnicas utilizadas, quer pelas pessoas que os elaboram. Na sua diversidade são versáteis e gastronómicos, sendo que, quanto à sua qualidade rivalizam com os melhores do mundo.

Com um investimento anual de perto de 7 milhões de euros a ViniPortugal realiza mais de 100 ações de promoção dos vinhos portugueses, envolvendo cerca de 350 agentes económicos nacionais.

Os mercados de atuação da ViniPortugal são estabelecidos para a promoção da imagem dos vinhos portugueses e da marca *Wines of Portugal* (2012-2014), esses mercados são: EUA, Brasil, China, Reino Unido, Angola, Alemanha, Suécia, Noruega e Finlândia.

---

<sup>5</sup> Fonte: [www.viniportugal.pt](http://www.viniportugal.pt)

<sup>6</sup> Palavra francesa que representa um número complexo de fatores que influenciam a biologia da videira.

<sup>7</sup> A ViniPortugal é uma Associação Interprofissional do Setor Vitivinícola e a entidade gestora da marca *Wines of Portugal*

A ViniPortugal reconhece que ainda há muito a fazer para reforçar a notoriedade e o valor da marca *Wines of Portugal*, mas os resultados certificam que o setor está no bom caminho e que o futuro é promissor.

### 2.1.1- Dados Estatísticos

O setor do vinho contribui para uma acentuada melhoria da balança comercial dos vinhos, tendo registado um aumento das suas exportações ao longo dos últimos cinco anos e onze primeiros meses de 2013 e 2014 (Tabela 2). Enquanto as importações apresentam um comportamento irregular e tendencialmente decrescente (exceto em 2013), as exportações crescem continuamente ao longo do período 2009-2013, registando contudo uma diminuição do crescimento em 2013 e 2014.

Os saldos da balança comercial dos vinhos portugueses aumentaram entre 2009 e 2012, passando de 480 milhões de Euros para 617 milhões, tendo registado em 2013 um decréscimo de 3,2%, ao situar-se em 597 milhões de Euros. Nos primeiros onze meses de 2014 verificou-se um aumento, face ao mesmo período de 2013 de 1,2%.

	2009	2010	2011	2012	2013	Janeiro a Novembro	
						2013	2014
Importações (Cif)	101 696	89 311	81 915	86 371	122 572	108 431	106 816
t.v.h.	-	-12.2	-8.3	5.4	41.9	-	-1.5
Exportações (Fob)	581 915	614 380	656 918	703 505	719 895	665 998	670 796
t.v.h.	-	5.6	6.9	7.1	2.3	-	0.7
Saldo (Fob-Cif)	480 219	525 069	575 004	617 134	597 323	557 566	563 980
t.v.h.	-	9.3	9.5	7.3	-3.2	-	1.2
Cobertura (Fob/Cif)	572.2	687.9	802.0	814.5	587.3	614.2	628.0

**Tabela 2 - Evolução da Balança Comercial dos Vinhos em Portugal**

Fonte: [www.ine.pt](http://www.ine.pt)

A taxa de cobertura medida pelas exportações sobre as importações também é positiva e crescente no período de 2009 a 2012, tendo registado uma diminuição de 2012 para 2013. Contudo nos primeiros onze meses de 2014 a taxa de cobertura aumentou relativamente ao mesmo período de 2013.

O espaço comunitário permanece o principal destino das exportações. No entanto o peso relativo do mercado extracomunitário tem vindo a aumentar consistentemente, passando de 34,9% do total em 2009 para 43,9% nos primeiros onze meses de 2014 (Gráfico II).



**Gráfico II - Evolução das Exportações Intra UE e Extra UE dos Vinhos Portugueses**  
 Fonte: [www.ine.pt](http://www.ine.pt)

No mercado comunitário a França surge com uma quota de 12.9%, no ano de 2014, registando um quebra face ao ano anterior (Tabela 3). Em relação ao mercado extracomunitário, o principal mercado para a exportação de vinhos foi a Angola, com 22% do total.

Intra + Extra UE	Estrutura (%)				
	2010	2011	2012	2013	2014
FRANCA	19,30%	18,80%	18,00%	16,60%	12,90%
ANGOLA	18,50%	20,50%	20,30%	21,10%	22,00%
REINO UNIDO	7,30%	6,90%	6,40%	6,60%	7,00%
E.U.AMERICA	4,70%	4,20%	4,10%	4,70%	5,60%
BELGICA	5,90%	5,10%	4,50%	4,80%	5,00%
ALEMANHA	7,70%	6,80%	6,80%	6,50%	8,20%
PAISES BAIXOS	6,10%	5,30%	4,90%	4,90%	4,60%
CANADA	2,80%	2,50%	2,50%	3,00%	3,20%
BRASIL	3,20%	3,10%	2,80%	3,10%	3,40%
SUICA	2,60%	2,40%	2,40%	2,80%	3,30%
OUTROS MERCADOS	21,90%	24,40%	27,30%	25,90%	24,80%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 3 - Evolução das Exportações de Vinhos Portugueses por País**  
 Fonte: [www.ivv.min-agricultura.pt](http://www.ivv.min-agricultura.pt)

## 2.1.2 – Tipos de Vinhos Exportados<sup>8</sup>

As exportações de vinhos portugueses dividem-se em vários tipos, desde os vinhos com Denominação de Origem (D.O.), vinhos com Indicação Geográfica (I.G.), vinhos de mesa, vinhos licorosos e vinhos espumantes.

Nos vinhos com D.O. estão incluídos os vinhos com Denominação de Origem Protegida (D.O.P.) e os vinhos com Denominação de Origem Controlada (D.O.C.). Os vinhos com D.O.P. é uma designação comunitária adotada para designar os vinhos com denominação de origem e que os integra num registo comunitário único que lhes confere proteção de acordo com a regulamentação. Os vinhos com D.O.C. são vinhos de qualidade produzidos em regiões geograficamente limitadas, que cumprem um conjunto de regras que definem as características dos solos, castas autorizadas, práticas de vinificação e teor de álcool. São as regiões produtoras antigas portuguesas que usufruem deste estatuto.

Os vinhos com I.G. são produzidos numa região específica e elaborados com um mínimo de 85% de uvas provenientes dessa região e de castas típicas da região. Estes vinhos são controlados por uma entidade certificadora.

Os vinhos de mesa são os vinhos mais simples de Portugal, não estão sujeitos a nenhuma das normas estipuladas para a qualidade dos vinhos regionais. Estes vinhos necessitam de cumprir as disposições nacionais e comunitárias em vigor.

Ainda de acordo com a informação disponível no *site* do clube de vinhos portugueses<sup>9</sup> os vinhos licorosos subdividem-se em Porto, Madeira e outros. Os vinhos licorosos do Porto distinguem-se dos vinhos comuns pelas suas características particulares e enorme diversidade de vinhos. Os vinhos da Madeira variam em grau de doçura e teor de álcool de acordo com a casta utilizada na produção.

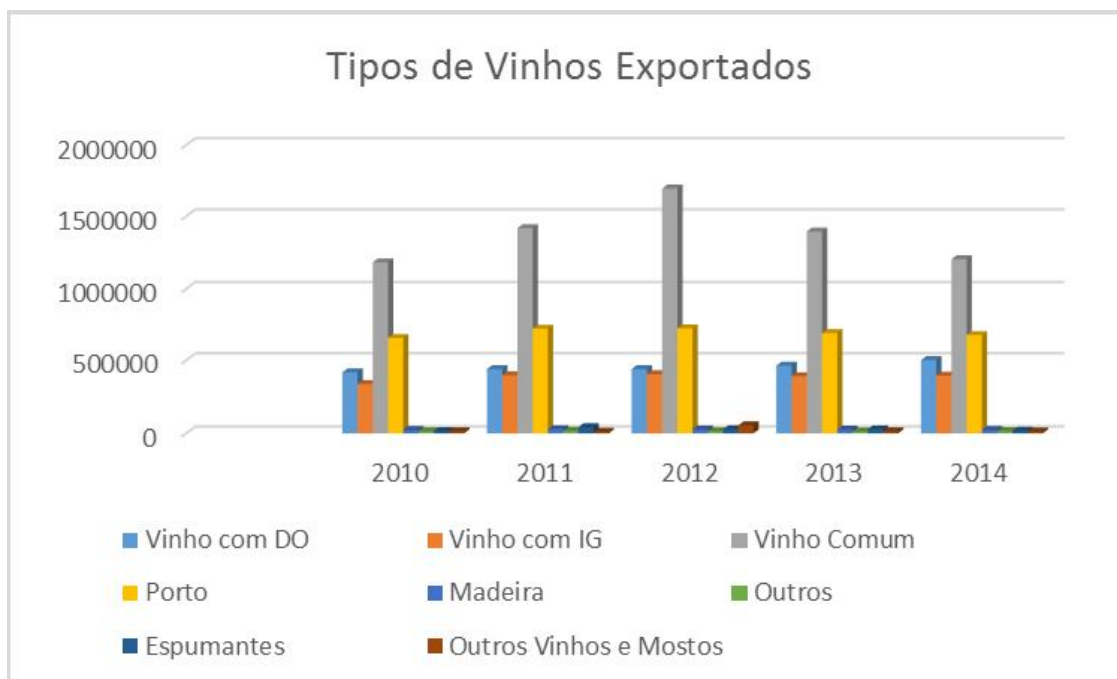
O vinho espumante é um vinho cujas características e métodos de fabrico foram importados de França. Destes vinhos, faz parte a mais formosa destas bebidas: o Champagne. Em Portugal também existem bons vinhos espumantes, branco, tinto e rosé.

---

<sup>8</sup> Fonte: [www.infovini.com](http://www.infovini.com)

<sup>9</sup> [www.clubevinhosportugueses.wordpress.com](http://www.clubevinhosportugueses.wordpress.com)

O volume de vinhos exportados, em litros, tem sido crescente, de forma notável, nos vinhos do Porto (Gráfico III). Os vinhos comuns sofreram um decréscimo nos anos 2013 e 2014, continuando a ser o tipo de vinho mais exportado.



**Gráfico III - Tipos de Vinhos Exportados em Litros**  
 Fonte: [www.ivv.min-agricultura.pt](http://www.ivv.min-agricultura.pt)



**Capítulo III - Atividades Realizadas Durante o  
Estágio na Vinhos Norte**

### 3.1-Nota Introdutória

O objetivo deste capítulo é explicar as atividades realizadas durante o período de estágio na Vinhos Norte de uma forma pormenorizada.

Durante a realização do estágio na Vinhos Norte de 15 de julho a 4 de setembro de 2015 foram efetuadas várias atividades do departamento da Produção e do departamento Estrutura Interna nomeadamente na área Administrativa/Financeira.

O estágio envolveu a receção dos clientes, o atendimento telefónico, a correção do lançamento de produtos no sistema informático, a organização do produto acabado e a construção de bases de dados.

### 3.2-Receção dos Clientes

A receção dos clientes é uma das áreas mais importantes de uma organização, uma vez que é onde o cliente se dirige quando entra nas instalações. Para uma boa receção dos clientes é importante ter uma postura adequada e profissional. Salienta-se que um bom profissional é aquele que valoriza a qualidade do trabalho, respeitando sempre os colegas e o público com quem comunica. Nesta medida torna-se indispensável adotar normas que gerem resultados positivos e indispensáveis para os benéficos efeitos de reciprocidade.

A receção dos clientes é muitas vezes o primeiro contacto que se tem com a organização e é a partir desse contacto que fica a primeira imagem da mesma. A primeira impressão que os clientes têm é fundamental para a continuidade da relação negocial, uma vez que é importante ter uma boa reputação perante o público e acima de tudo sabê-la manter ao longo do tempo.

A estagiária teve a oportunidade de interagir diretamente com os clientes procurando sempre proporcionar um atendimento eficiente aos clientes.

A estagiária na execução desta tarefa acompanhava os clientes aos respetivos gabinetes para a realização das reuniões marcadas, mostrando sempre disponibilidade para esclarecer eventuais dúvidas. Nesta função a estagiária teve sempre o apoio de um responsável, pois poderia surgir alguma dúvida acerca dos preços ou serviços prestados. Assim, caso existisse alguma dúvida dirigia-se ao responsável para a esclarecer e seguidamente transmitia ao cliente a informação correta.

### 3.3-Atendimento Telefónico

O telefone é uma ferramenta essencial para a gestão, pois é o elo mais importante de ligação entre a organização e o exterior. Na empresa Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. todos os colaboradores usufruem de um telemóvel para comunicação interna da organização.

No geral, compete à receção efetuar qualquer ligação ao exterior, receber e reencaminhar as chamadas para os respetivos responsáveis dos departamentos. Como a Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. é uma empresa com 40 anos de experiência, muitos dos clientes contactam diretamente o responsável dos departamentos, principalmente o responsável do departamento de produção, que poderá esclarecer melhor o cliente acerca de encomendas, não sendo necessário a chamada passar pela receção.

Nesta tarefa a estagiária teve sempre a preocupação de atender todos os clientes e fornecedores com simpatia, uma vez que, um bom atendimento reflete a boa imagem da organização. Também possuiu um telemóvel para contactar os colaboradores da empresa caso precisasse de esclarecer dúvidas.

### 3.4 – Correção do Lançamento de Produtos no Sistema Informático

A Vinhos Norte possui há cerca de 4 anos o sistema informático: *Sales Up*. Alguns dos produtos analisados não estavam corretamente lançados no programa informático. Dos vários erros identificados os mais frequentes foram: o lançamento do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) nos produtos acabados e a normalização das matérias-primas no sistema informático.

A Dr.<sup>a</sup> Graciete Lima, gerente da empresa, criou uma conta no sistema informático para que a estagiária pudesse aceder ao *Sales Up* sem qualquer constrangimento.

Quando a estagiária teve acesso ao programa informático começou por analisar todos os produtos acabados e todas as matérias-primas utilizadas pela empresa. Deste modo detetou que o IVA não estava de acordo com o tipo de vinho, uma vez que o vinho verde e o vinho de mesa possuem uma taxa de 13% e ao vinho espumante aplica-se uma taxa de 23%. No sistema informático esta informação encontrava-se incorreta e devia proceder-se à sua retificação. Outro dos erros detetados prende-se com as matérias-primas



já inativas na empresa e que continuavam registadas no programa informático. A estagiária analisou todas as matérias-primas existentes na empresa, rolhas, caixas, capsulas, rótulos marca própria e rótulos restaurante e no caso de detetar erros a estagiária anotava todas as referências e entregava ao responsável da contabilidade para que procedesse à sua regularização.

### 3.5-Organização do *Dossier* do Produto Acabado

No departamento produtivo é importante que os trabalhadores possuam organização para que o rendimento seja cada vez maior e a qualidade do serviço prestado seja sempre excelente. Neste sentido foi solicitado à estagiária que organizasse e atualizasse todas as fichas técnicas dos produtos.

A Vinhos Norte usufrui de um *dossier* com todas as fichas técnicas dos vinhos de marca própria e dos vinhos de restauração, todavia esse *dossier* não estava atualizado. Assim foi pedido à estagiária que o atualizasse.

A estagiária começou por analisar todas as fichas técnicas no programa informático, uma vez que haviam sido encontrados erros relativamente às matérias-primas. Após a análise e correção de todas as fichas técnicas procedeu-se à organização do *dossier*.

Depois da organização do *dossier* a estagiária dirigiu-se ao armazém dos rótulos, uma vez que todas as fichas técnicas devem conter o respetivo rótulo e contra rótulo. Após encontrados todos os rótulos, com a ajuda da técnica de laboratório estes foram colocados em todas as fichas técnicas do *dossier* (Anexo 3).

Seguidamente à organização e atualização do *dossier*, a gerente da empresa e a técnica de laboratório validaram todas as fichas técnicas para verificar se não existiam erros. Após a validação, o *dossier* foi encaminhado para a linha de produção com toda a informação atualizada.

### 3.6-Construção de Base de Dados

Uma base de dados é um simples repositório de informação relacionado com determinado assunto ou finalidade, ou seja, é uma coleção de dados ou itens de informações estruturados de determinada maneira para permitir a sua consulta, atualização e outros tipos de operação processados por meios informáticos. Serve para

gerir vastos conjuntos de informação de modo a facilitar a organização, manutenção e pesquisa de dados (Gomes, 2012).

A estagiária teve a oportunidade de criar algumas Bases de Dados para o departamento da produção recorrendo ao Access: Base de Dados dos Enchimentos e Base de Dados das Vindimas.

A Base de Dados dos Enchimentos tem como objetivo controlar as quantidades de vinho que a empresa engarrafa durante o ano. Para a elaboração da Base de Dados foi necessário criar um formulário para introduzir todos os dados relativos ao tipo de vinho (Figura 16). Os campos principais do formulário são: o mês, o dia, o trimestre, o cliente, o código cliente, a marca, a designação do rótulo e a cor do vinho. São com estes campos que os relatórios são elaborados (Figura 17). A empresa pode tomar conhecimento do vinho que é engarrafado por ano, dia, mês, trimestre, por marca de vinho através dos relatórios. Foram criados três relatórios com informações específicas, o relatório código cliente/mês, marca/cor e marca/mês.

Para simplificar a pesquisa dos clientes e dos produtos da empresa a estagiária elaborou uma tabela em Excel (Anexo 4 e 5 respetivamente).

Frm\_Enchimentos

## Enchimentos

Mês  Dia  Trimestre  Código

Clientes  CódigoCliente

Marca  Design Interna  Design Vinho

Design Rótulo  Cor Vinho  Sub-Tipo

Casta  Denominação  Embalagem

Unidade  Rolha  Capsula

NºEmbalagens  UnidadeCaixa  UnidadeLitros

TotalUnidades  TotalLitros

**Figura 16 - Formulários para Todos os Enchimentos**  
Fonte: Elaboração Própria



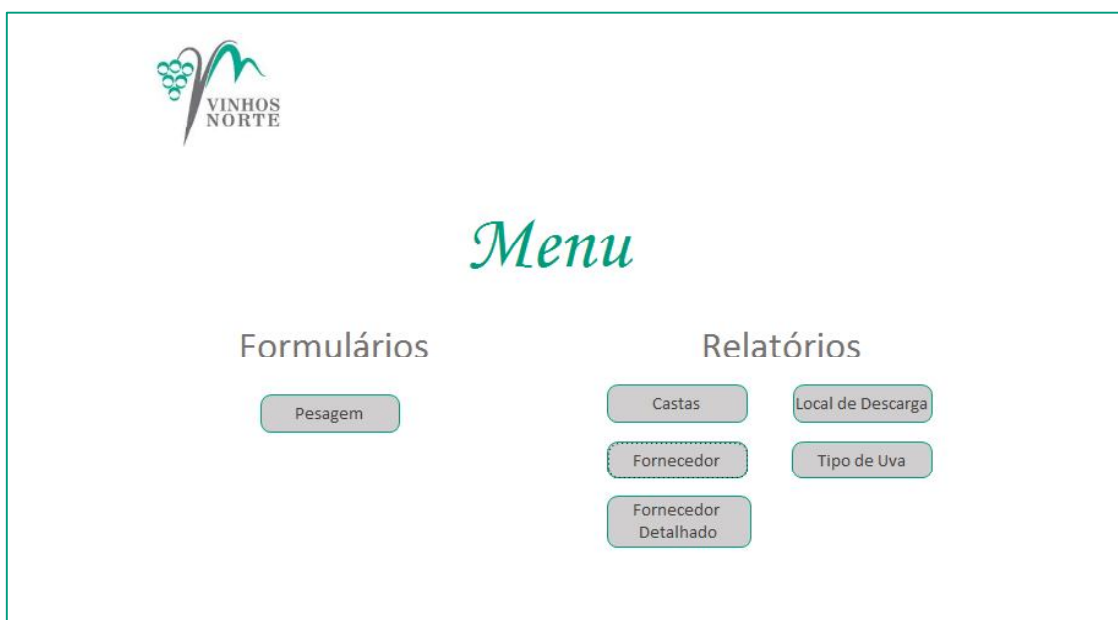
**Figura 18 - Base de Dados dos Enchimentos**  
**Fonte: Elaboração Própria**

A Base de Dados das Vindimas foi construída com a finalidade de examinar todas as entradas de uvas na empresa durante o período das vindimas. Para a realização desta Base de Dados foi imprescindível a criação de um formulário onde eram introduzidos os dados relativos ao fornecedor, ao tipo de uva e às pesagens (Figura 18).

**Figura 17 - Formulário das Vindimas**  
**Fonte: Elaboração Própria**

Relativamente aos dados do fornecedor foram criados os seguintes campos: viatura onde era inserida a matrícula, zona, fornecedor e a respetiva morada e localidade do fornecedor. Quanto às uvas foram elaborados os campos para introduzir o tipo de uva (branca ou tinta), a respetiva casta e o grau, foram ainda necessários os campos: penalização, ou seja, o estado da uva quando chegava à empresa e o local de descarga. Em relação aos dados das pesagens só foram criados três campos: peso bruto, peso tara e peso líquido.

A partir desta Base de Dados foram criados 5 relatórios (Figura 19) para consultar as quantidades de uvas que deram entrada na empresa relativamente às castas, ao local de descarga, ao tipo de uva e ao fornecedor. Relativamente ao fornecedor foi pedido à estagiária que construísse dois relatórios: o relatório fornecedor e o relatório fornecedor detalhado. O relatório fornecedor contém os seguintes dados: nome do fornecedor, tipo de uva, casta, média do grau a soma das quantidades, estes dois últimos dados são calculados automaticamente (Anexo 6). O relatório fornecedor detalhado possui os mesmos dados que o relatório fornecedor, acrescentando os dados: data em que realizou a descarga de uvas na empresa, matrícula, casta, número do talão de pesagem e o estado da uva que foi descarregada (Anexo 7).



**Figura 19 - Base de Dados das Vindimas**  
**Fonte: Elaboração Própria**

## Conclusão

O estágio curricular com duração de quatrocentas horas, com início no dia quinze de junho e término no dia quatro de setembro do corrente ano, teve como principal objetivo ganhar uma visão alargada da forma como funciona na realidade uma organização. Neste estágio a estagiária teve possibilidade de se integrar numa organização, viver e aprender o que estava ao seu alcance e desenvolver o lado empresarial.

Este estágio foi uma experiência muito produtiva e enriquecedora no que diz respeito aos aspetos técnicos, humanos e mesmo nos aspetos sociais. Proporcionou um período de aprendizagem, além da possibilidade de convívio com profissionais experientes na área da produção, administração e mesmo com a gerência, que souberam transmitir os seus conhecimentos. Como aspeto positivo pode realçar-se a ampla liberdade de diálogo entre a gerência e os restantes trabalhadores, gerando assim uma troca de informação que possibilita agregar e relacionar as demais áreas existentes na empresa. A empresa Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda. proporcionou à estagiária boas condições de trabalho, o que é essencial no funcionamento de uma organização.

A Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda., não sendo uma das maiores empresas de Portugal, seria bom investir em publicidade por todo o país e não ficar limitada apenas à publicidade regional, uma vez que a publicidade é uma mais-valia para o negócio e assim dá a conhecer às pessoas os produtos que dispõe.

Durante todo o período de estágio a estagiária procurou estar sempre receptiva a novos desafios e oportunidades, contando sempre com uma excelente equipa de trabalho. Neste sentido tentou sempre adotar uma postura ativa, empenhada e interessada tirando o máximo proveito de todos os departamentos.

Em suma, as horas de estágio passadas na Vinhos Norte foram excelentes para o crescimento e desenvolvimento quer a nível profissional quer a nível pessoal, pois contribuíram para adquirir novos conhecimentos e pôr em prática os ensinamentos adquiridos no Instituto Politécnico da Guarda.

## **Bibliografia**

### **Livros**

Amaral, J. (1994), “O Grande Livro do Vinho”, Circulo de leitores, Portugal.

Camara, Pedro; Guerra, Paulo; Rodrigues, Joaquim (2007). “Novo Humanator Recursos Humanos e Sucesso Empresarial”, 1ª Edição, Dom Quixote, Portugal.

Filho, Emílio, “Balanced Scorecard e a Gestão Estratégica”, 7ª Edição, Elsevier.

Reynier, A. (1986), “Manual de Viticultura”, Publicações Europa-América, Portugal.

### **Webgrafia**

[Www.cm-fafe.pt/](http://www.cm-fafe.pt/)

[Www.google.com](http://www.google.com)

[Www.ine.pt](http://www.ine.pt)

[Www.infovini.com](http://www.infovini.com)

[Www.ivv.min-agricultura.pt](http://www.ivv.min-agricultura.pt)

[Www.viajar.clix.pt](http://www.viajar.clix.pt)

[Www.vinhosnorte.com](http://www.vinhosnorte.com)

[Www.vinhosportugal.wordpress.com](http://www.vinhosportugal.wordpress.com)

### **Outra Documentação Consultada**

Gomes, Natália (2012). Apontamentos da Unidade Curricular Fundamentos de Informática. IPG - ESTG

Leite, Sónia (2015). “Manual de Acolhimento”. Vinhos Norte

Lima, Joaquim; Lima, Vera; Lima, Graciete; Lima, Vítor (2014). “Relatório de Gestão”. Vinhos Norte

Oliveira, Ana (2012). Apontamento da Unidade Curricular Organização e Gestão. IPG - ESTG

# Anexos

## Índice de Anexos

Anexo 1 - PME Líder 2015 .....	36
Anexo 2 - Balanço Individual.....	38
Anexo 3 - Ficha Técnica do Produto Acabado.....	41
Anexo 4 - Clientes da Empresa .....	43
Anexo 5 - Produtos da Empresa .....	45
Anexo 6 - Relatório Fornecedor .....	47
Anexo 7 - Relatório Fornecedor Detalhado.....	49

# Anexo 1 - PME Líder 2015





Certifica-se que a empresa **Manuel da Costa Carvalho Lima & Filhos, Lda.** foi distinguida pelo IAPMEI, pela qualidade do seu desempenho e perfil de risco, como **PME Líder 2015.**

7 de Setembro de 2015

Miguel Cruz

Presidente do Conselho Diretivo do IAPMEI



GOVERNO DE  
PORTUGAL

MINISTÉRIO DA ECONOMIA

# Anexo 2 - Balanço Individual

**BALANÇO INDIVIDUAL**  
Dezembro 2014

Montantes expressos em EURO

RUBRICAS	NOTAS	PERÍODOS	
		2014	2013
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>			
<b>Capital próprio:</b>			
Capital realizado.....	17.5	800.000,00	800.000,00
Acções (quotas) próprias.....			
Outros instrumentos de capital próprio.....	17.5	1.075.406,02	1.075.406,02
Prémios de emissão.....			
Reservas legais.....	17.5	160.000,00	160.000,00
Outras reservas.....	17.5	582.784,65	561.015,50
Resultados transitados.....			
Ajustamentos em activos financeiros.....			
Excedentes de revalorização.....	17.5	38.752,85	38.752,85
Outras variações no capital próprio.....	17.5	900.889,48	942.526,29
		3.557.833,00	3.577.700,66
Resultado líquido do período.....		94.740,09	21.769,15
		3.652.573,09	3.599.469,81
Interesses minoritários.....			
<b>Total do capital próprio</b>		<b>3.652.573,09</b>	<b>3.599.469,81</b>
<b>Passivo</b>			
<b>Passivo não corrente:</b>			
Provisões.....			
Financiamentos obtidos.....	17.1	2.482.890,32	2.736.073,75
Responsabilidades por benefícios pós-emprego.....			
Passivos por impostos diferidos.....			
Outras contas a pagar.....			
		2.482.890,32	2.736.073,75
<b>Passivo corrente:</b>			
Fornecedores.....	17.6	1.866.161,85	1.927.339,80
Adiantamentos de clientes.....			
Estado e outros entes públicos.....	20.1	12.030,52	22.997,68
Accionistas/sócios.....			
Financiamentos obtidos.....	17.1	2.022.647,24	1.275.751,49
Outras contas a pagar.....	17.2	1.227.888,86	522.618,73
Diferimentos.....			
Passivos financeiros detidos para negociação.....			
Outros passivos financeiros.....			
Passivos não correntes detidos para venda.....			
		5.128.728,47	3.748.707,70
<b>Total do passivo</b>		<b>7.611.618,79</b>	<b>6.484.781,45</b>
<b>Total do Capital Próprio e do Passivo</b>		<b>11.264.191,88</b>	<b>10.084.251,26</b>

Página 2 de 2

MANUEL COSTA CARVALHO LIMA & Fils., Lda.

**BALANÇO INDIVIDUAL**  
Dezembro 2014

RUBRICAS	NOTAS	Montantes expressos em EURO	
		PERÍODOS	
		2014	2013
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activo não corrente:</b>			
Activos fixos tangíveis.....	8	3.076.800,14	2.690.699,27
Propriedades de investimento.....			
Goodwill.....			
Activos intangíveis.....	7	65.224,89	47.203,15
Activos biológicos.....	11	46.267,58	49.178,05
Participações financeiras - método da equivalência patrimonial.....			
Participações financeiras - outros métodos.....	10	34.110,40	24.778,64
Accionistas/sócios.....			
Outros activos financeiros.....			
Activos por impostos diferidos.....			
		3.222.403,01	2.811.859,11
<b>Activo corrente:</b>			
Inventários.....	12	3.362.995,64	3.866.268,85
Activos biológicos.....			
Clientes.....	17.1	2.656.872,85	1.891.739,52
Adiantamentos a fornecedores.....	17.6	38.598,20	38.598,20
Estado e outros entes públicos.....	20.1	168.244,78	25.452,05
Accionistas/sócios.....			
Outras contas a receber.....	17.2	1.534.255,00	1.191.849,65
Diferimentos.....	17.3	25.442,08	34.424,99
Activos financeiros detidos para negociação.....	17.1	22.620,00	22.620,00
Outros activos financeiros.....			
Activos não correntes detidos para venda.....			
Caixa e depósitos bancários.....	4	232.760,32	201.438,89
		8.041.788,87	7.272.392,15
<b>Total do Activo</b>		<b>11.264.191,88</b>	<b>10.084.251,26</b>

Página 1 de 2

# Anexo 3 - Ficha Técnica do Produto Acabado

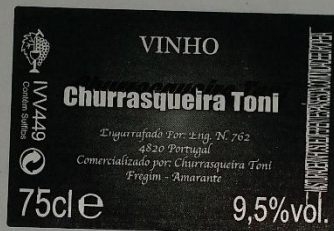
Ficha Técnica: TON1130225 - TONI V.MESA BRANCO 9,5% CX06 RV 0,75L

Un.: CX06

Produto: TON1130225 - TONI V.MESA BRANCO 9,5% CX06 RV 0,75L

Nº MPs: 5

Cód.	Produto	UN	Qtd.	% Percas
CX06750025	CAIXA 6X0,75 L SEM IMPRESSAO PARA GRF RENO BAIXO	UN	1,00000	0,00
GAR7500006	GARRAFA 0,75 L RENO VERDE	UN	6,00000	0,00
ROLHA00004	ROLHA 38X24 AGLOMERADAS SEM IMPRESSAO	UN	6,00000	0,00
ROTULO1024	ROTULO CHURRASQUEIRA TONI VINHO MESA 0,75 L	Un	6,00000	0,00
VMESBRA001	MESA BRANCO	LT	4,50000	0,00



O Responsável

# Anexo 4 - Clientes da Empresa

Cliente	
David	
Ferreira	
Jaoliveira	
JRRF	
Mccl	
Miguel	
NorteSumos	
RLeite	



# Anexo 5 - Produtos da Empresa

Marca	
Adega Campo	Podador
Aldeão	Primus
Aldeia Sol	Pvinha
ALF	Rot Vinho Mesa
AltoViso	Rot Vinho Verde
Aurora	Rui Leite
Avemus	Narcisus
Bessa Vinhos	Norte
Bica Aberta	NorteSumos
Casa Pega	NovoRumo
Casa Teles	Podador
CH Fernandes	Primus
CH Martins	Pvinha
Chanvim	Rot Vinho Mesa
Citi Rio	Rot Vinho Verde
City Rio	Rui Leite
Cruzeiro	São Domingos
Da Terra	Segredo Abade
David	Silvas
Domingos Teixeira	SR
Esplendor	Tap Monges
Ferrador	Tasquinha
Flor Baldio	Toni
Fonte D'Ouro	Valbarco
Fumeiro	Varzea
JRRF	Varzea Minho
Lugarinho	XV
Maiazinha	Ze Arouca
Miogo	Zelador
Molho	
Narcisus	
Norte	
NorteSumos	
NovoRumo	

# Anexo 6 - Relatório Fornecedor

FORN\_COD\_TIPO\_CASTA\_GRAU\_QUANTIDADE

25/11/2015

Nome	Tipo de Uva	Casta	Média de Grau	Soma da Quantidade
João Pereira	Uva Tinta	Mistura	10	110
João Pereira	Uva Tinta	Mistura	9,2	220
João Pereira	Uva Branca	Mistura	9,2	540
			9,46666667	870

[Imprimir](#)

# Anexo 7 - Relatório Fornecedor Detalhado

FORN\_DATA\_MATRICULA\_TALAO\_CODUVA\_TIPO\_CASTA\_ESTADO\_GRAU\_QUANTIDADE 25/11/2015

Nome	Data	Matricula	Nº Talão Pesagem	Tipo de Uva	Casta	Estado	Média De Grau	Soma de Quantidade
João Pereira	02/09/2015	60-89-OP	15	Uva Tinta	Mistura	Uva Com Pouco Podre	9,2	2500
João Pereira	02/09/2015	60-89-OP	16	Uva Branca	Mistura	Uva Sã	9,2	2500
João Pereira	03/09/2015	14-BC-11	19	Uva Tinta	Mistura	Uva Sã	10	3000
							9,4666667	8000

Imprimir