



IPG Politécnico
| da | Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Gestão

Mara Daniela Peixoto Cunha

setembro | 2020





ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO
INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM
GESTÃO

Mara Daniela Peixoto Cunha

Setembro 2020



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM
GESTÃO

Mara Daniela Peixoto Cunha

Setembro 2020



“A persistência é o caminho para o êxito.”
(Charles Chaplin)

Ficha de Identificação

Aluna

Mara Daniela Peixoto Cunha

Número: 1700078

Curso: Licenciatura em Gestão

Empresa de Estágio

Instituição de acolhimento: Orvifel Cordões Unipessoal, Lda

Morada: Rua Frei António Ferreira Vilaça, nº250, Carvalhinhos – Margaride, 4610-187 Felgueiras

Telefone: 255 314 223

E-mail: orvifel@orvifel.com

Site: www.orvifel.com

NIPC: 509 932 312

Tutor na Instituição: Sr. Vítor Araújo

Email: vitor.araujo@orvifel.com

Data de início do estágio: 1 de junho

Data de conclusão do estágio: 12 de agosto

Duração: 400 horas

Docente Orientadora e Estabelecimento de Ensino

Estabelecimento de ensino: Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico da Guarda

Orientador da ESTG-IPG: Professora Ermelinda Conceição Raimundo Oliveira

Email: ermelindaol@ipg.pt

Plano de Estágio Curricular

Um plano de estágio¹ orienta a forma como irá decorrer o estágio e será definido de acordo com a duração do estágio, tipo de estágio, funções e tarefas. No essencial, qualquer plano de estágio tem vários pontos chaves, que devem ficar pré-estabelecidos, para garantir o devido esclarecimento de todas as partes envolvidas (estagiários, entidade recetora de estágio, instituição de ensino e a orientador/a de estágio) e o bom funcionamento do estágio.

O plano de estágio definido entre o supervisor da empresa Orvifel Cordões Unipessoal, Lda e a estagiária, inclui as seguintes atividades:

- Controlo de *Stocks*
- Centro de Custos
- Fluxo de caixa
- Desenvolvimento do Departamento Comercial

¹ Imagem ilustrada no Plano de estágio no anexo 1.

Resumo

O presente relatório de estágio curricular, integrado no plano curricular da licenciatura de Gestão da ESTG do Instituto Politécnico da Guarda, tem como principal objetivo conter e descrever todas as atividades desenvolvidas ao longo de todo o período de estágio curricular. O estágio decorreu de 1 de junho a 12 de agosto, com a duração de 400 horas, na empresa Orvifel Cordões Unipessoal, Lda. A Orvifel Cordões Unipessoal, Lda é uma empresa de componentes para calçados, em que produz todo o tipo de cordões, respondendo afincadamente à Indústria de Calçado no concelho de Felgueiras.

O estágio curricular tem como objetivo aproximar os alunos à realidade do ambiente de trabalho dentro da área do curso escolhido, com o propósito de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso das diversas unidades curriculares. Assim, o estágio contribuiu para uma consolidação de aprendizagens, tornando-se um importante fator para uma maior valorização tanto a nível da qualificação profissional como a nível pessoal.

O presente relatório de estágio seguirá uma estrutura composta por quatro capítulos e uma conclusão. O primeiro capítulo apresenta o meio envolvente da entidade recetora de estágio, ou seja, uma abordagem à cidade de Felgueiras. No segundo capítulo apresenta-se uma análise global à Indústria do Calçado, visto que a Orvifel atua no mercado de Componentes para Calçado. O terceiro capítulo apresenta a empresa recetora do estágio e, por último, no quarto capítulo, será feita uma descrição de todas as atividades desenvolvidas pela estagiária, terminando o relatório com uma conclusão do presente relatório.

Palavras-chave: Custos, *Stock*; Orçamentos.

JEL Classification: *M1-Business Administrations; M10-General*

Agradecimentos

É com o sentimento de orgulho que termino mais uma etapa importante da minha vida.

Este percurso não teria sido possível sem a ajuda e apoio da minha família. Ao meu pai e à minha mãe agradeço toda a paciência, motivação e esforços que tiveram de fazer para que estes três anos na Guarda fizessem toda a diferença na minha vida. Ao meu irmão, que é o meu melhor amigo e cúmplice nesta aventura, agradeço por nunca me ter deixado desistir daquilo que queria por mais difícil que fosse. Ao resto da família, em especial aos meus padrinhos e avó, um enorme obrigada pelo amor, dedicação e valores que me transmitiram. A todos vocês, o meu gigantesco obrigada!

A todos os meus amigos e colegas de curso, por todos os momentos e aventuras que passamos na cidade mais alta e fria. Obrigada pelas conversas, motivações, noites longas de estudos, noites académicas e por todos os momentos aqui não mencionados, não por serem menos importantes, mas porque são inúmeros. De um modo especial, agradeço à Sara Franco que entrou no mesmo ano que eu e que se tornou uma grande amiga e companheira que trago comigo e ainda à Márcia Morais, à Inês Vila Real e à Ana Coelho que contribuíram para que este percurso fosse ainda mais marcante e risonho.

Agradeço à família de praxe que fui construindo ao longo destes três anos, em especial ao meu padrinho Luis Santos que contribuiu para que a minha adaptação na cidade da Guarda se tornasse mais fácil.

De seguida agradeço a todos os professores da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, pelos conhecimentos que partilharam e ensinaram ao longo do curso.

Há minha orientadora de estágio, Professora e Doutora Ermelinda Oliveira, que me deu todo o apoio e conselhos necessários para a elaboração do presente relatório.

Ao Doutor Hélder Serqueira que me acolheu desde o dia da minha matrícula e me propôs fazer parte da sua equipa nos projetos de fotografia, tornando possível ser cara de cartaz do Instituto que estudei.

Agradeço á empresa Orvifel que se disponibilizou na realização do estágio curricular. Ao Sr. Vítor Araújo, supervisor do meu estágio, agradecer a oportunidade, a

transparência, apoio e conhecimento que me transmitiu durante estes dois meses e meio.

A todos aqui mencionados e a todos os outros que, embora não referidos, de alguma forma me acompanharam neste percurso, um enorme obrigada, porque todos vocês contribuíram para que me tornasse uma melhor mulher, amiga e gestora.

Obrigada a todos e BEM-HAJAM.

Índice

Ficha de Identificação.....	i
Plano de Estágio Curricular.....	ii
Resumo.....	iii
Agradecimentos.....	iv
Índice.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de gráficos.....	viii
Índice de tabelas.....	viii
Introdução.....	1
Capítulo I.....	2
Meio Envolvente da empresa de estágio.....	2
1.1. Enquadramento.....	3
1.2. Cidade de Felgueiras.....	3
1.3. Simbologia da bandeira de Felgueiras.....	4
1.4. Economia de Felgueiras.....	5
Capítulo II.....	6
Análise à Indústria do Calçado.....	6
2.1. Enquadramento do setor.....	7
2.2. Indústria do Calçado.....	7
2.3. Tecido Empresarial.....	8
2.4. Produção.....	9
2.5. Consumo.....	10
2.6. Importações e Exportações.....	11
2.7. Análise SWOT.....	12
2.8. Análise do Modelo das 5 Forças de Porter.....	14
Capítulo III.....	17
Apresentação da Empresa Orvifel.....	17
3.1. Enquadramento.....	18
3.2. A empresa.....	18
3.3. Logotipo.....	19
3.4. Contactos e localização.....	20
3.5. Estrutura Organizacional.....	21
3.6. Processo Produtivo.....	21
3.7. Visão, Missão, Objetivos e Valores.....	28
3.8. Política de preços: Amostras.....	30
3.9. Clientes.....	31

3.10. Fornecedores	32
Capítulo IV	33
Atividades desenvolvidas no Estágio	33
4.1. Enquadramento	34
4.2. Atendimento ao público	34
4.3. Criação e atualização contínua das Redes Sociais	35
4.4. Elaboração de catálogos	35
4.5. Cordão extra	38
4.6. Formação do <i>Software Sage</i>	38
4.7. Mapa de controlo de inventário	40
4.8. Mapa de carteira de encomendas	42
4.9. Etiquetagem	43
4.10. Imposto sobre o valor acrescentado	44
4.11. Inquérito trimestral às empresas não financeiras	45
Conclusão	47
Bibliografia	48
Anexos	50

Índice de figuras

Figura 1 - Estrutura do relatório	1
Figura 2 - Localização da cidade de Felgueiras	3
Figura 3 - Simbologia da bandeira de Felgueiras	4
Figura 4 - Tipos de fabricação	8
Figura 5 - Análise SWOT da Indústria de Calçado	13
Figura 6 - Análise do modelo das 5 forças de porter	15
Figura 7 - Logotipos da Orvifel	19
Figura 8 - Localização da Empresa	20
Figura 9 - Processo produtivo	22
Figura 10 - Processo de aprovisionamento	23
Figura 11 - Exemplo de bobines	23
Figura 12 - Produção do cordão	24
Figura 13 - Máquina de enceramento	25
Figura 14 - Exemplo prático	26
Figura 15 - Máquina de corte	26
Figura 16 - Máquina de ponteiras	27
Figura 17 - Cais de carga e descarga	27
Figura 18 - Objetivos financeiros e não-financeiros	29
Figura 19 - Valores da Orvifel	30
Figura 20 - Elaboração de catálogos	36
Figura 21 - Catálogo de cores Poliéster	37
Figura 22 - Elaboração do cordão extra	38
Figura 23 - Soluções do Software Sage	39
Figura 24 - Faturação para pequenas empresas	39
Figura 25 - Estado da encomenda	43
Figura 26 - Etiqueta de uma encomenda	44
Figura 27 - Autentificação das empresas no INE	46

Índice de gráficos

Gráfico 1 - Distribuição do número de empresas por CAE (2015	8
Gráfico 2 - Maiores produtores mundiais de calçado	10
Gráfico 3 - Maiores consumidores de calçado (em milhões)	10
Gráfico 4 - Destino das exportações portuguesas de calçado	11
Gráfico 5 - Cinco mercados principais das exportações de calçado	11
Gráfico 6 - Cinco principais origens das importações portuguesas de calçado	12
Gráfico 7 - Total de clientes	31
Gráfico 8 - Total de clientes por Indústrias	32
Gráfico 9 - Total de fornecedores	32

Índice de tabelas

Tabela 1 - Informações sobre a Indústria do Calçado em 2017	9
Tabela 2 - Preço de amostras	30
Tabela 3 - Stock mínimo de Algodão	41
Tabela 4 - Stock mínimo de Poliéster	41

Lista de siglas e Acrónimos

CAE - Classificação das Atividades Económicas

CEO - *Chief Executive Office*

ESTG – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

GPS - *Global Positioning System*

I&D - Investigação e desenvolvimento

INE - Instituto Nacional de Estatística

IVA – Imposto sobre o valor acrescentado

NUTS - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

PVP - Preço de venda ao público

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

VAB - Volume Acrescentado Bruto

VN - Volume de Negócios

Introdução

O estágio curricular faz parte do plano curricular da Licenciatura em Gestão da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.

Ao aproximar-se o fim do estágio, tornou-se necessário elaborar o presente relatório, aplicando e aprofundando conhecimentos técnicos adquiridos ao longo do curso para que desta forma seja concluído o plano curricular do curso de Gestão para a obtenção do grau de licenciatura.

O presente relatório tem como objetivo apresentar a empresa recetora do estágio curricular e descrever detalhadamente as atividades desenvolvidas ao longo do período de 1 de junho a 12 de agosto do presente ano. Este estágio, permitiu à estagiária colocar em prática conhecimentos adquiridos ao longo dos 6 semestres da licenciatura e também adquirir novas competências, contribuindo para o enriquecimento pessoal e profissional da estagiária.

Este relatório está dividido em quatro capítulos. A figura 1 ilustra, de forma mais detalhada, a divisão do presente relatório:

Capítulo I	• Meio envolvente da empresa de estágio
Capítulo II	• Análise à Indústria do Calçado
Capítulo III	• Apresentação da Empresa Orvifel Cordões Unipessoal, Lda
Capítulo IV	• Apresentação das atividades desenvolvidas durante o estágio

Figura 1 - Estrutura do relatório

Fonte: Elaboração própria

Capítulo I

Meio Envolvente da empresa de estágio

1.1. Enquadramento

Neste capítulo será abordado o meio envolvente da empresa onde foi realizado o estágio curricular, ou seja, uma pequena apresentação da cidade de Felgueiras onde a Orvifel está sediada, assim como alguns aspetos económicos e geográficos.

1.2. Cidade de Felgueiras²

Felgueiras é uma cidade portuguesa no distrito do Porto, região Norte e sub-região do Tâmega e Sousa, englobando as freguesias de Margaride, Várzea, Lagares, Varziela e Moure. É sede de um município com 115,74 km² de área e 56 726 habitantes (2016). O município é limitado a norte pelo município de Fafe, a nordeste por Celorico de Basto, a sueste por Amarante, a sudoeste por Lousada e a noroeste por Vizela e Guimarães. (Figura 2)

Existem duas cidades englobadas no município: Felgueiras e Lixa.

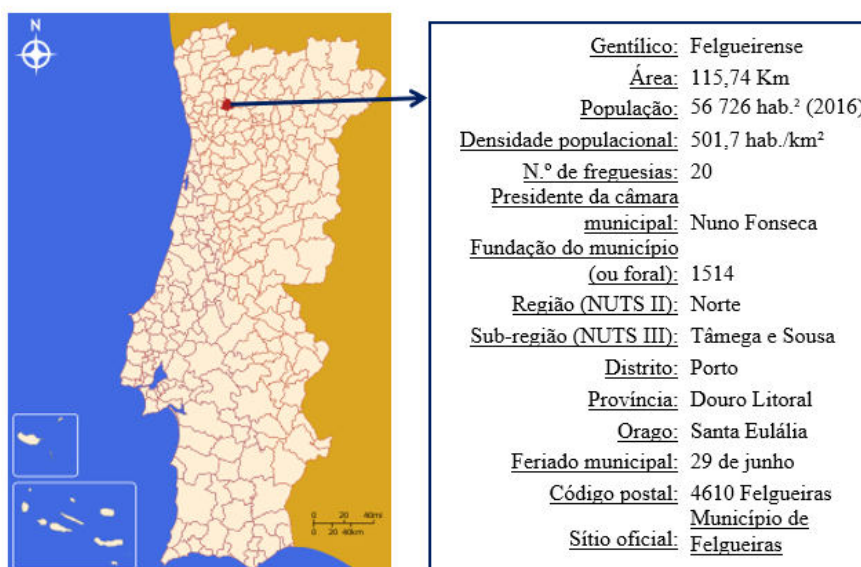


Figura 2 - Localização da cidade de Felgueiras

Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:LocalFelgueiras.svg>

² Dados retirados do ficheiro em PDF no anexo 2.

É constituído por quatro centros urbanos: a Cidade de Felgueiras, a Cidade da Lixa, a Vila de Barrosas e a Vila da Longra e subdividido por 20 freguesias: Aião, Airães, Friande, Idães, Jogueiros, Macieira da Lixa e Caramos, Margaride, Várzea, Lagares, Varziela e Moure (Felgueiras), Pedreira, Rande e Sernande, Penacova, Pinheiro, Pombeiro de Ribavizela, Refontoura, Regilde, Revinhade, Sendim, Torrados e Sousa, Unhão e Lordelo, Vila Cova da Lixa e Borba de Godim, Vila Fria e Vizela (São Jorge) e Vila Verde e Santão.

O património monumental do concelho é rico e diverso, sendo de realçar no presente e entre outros, o que se integra na Rota do Românico do Vale do Sousa: Mosteiro de Pombeiro, Igreja de Airães, Igreja de Sousa, Igreja de Unhão e a Igreja de S. Mamede em Vila Verde.

Felgueiras, com 56 726 habitantes é um dos concelhos com a população mais jovem do país e da Europa. Uma terra de exceção que aposta na valorização dos seus recursos humanos, na consolidação do campus politécnico, no desenvolvimento económico (pleno emprego e centro de negócios) e na consolidação das suas infraestruturas.

1.3. Simbologia da bandeira de Felgueiras

Na figura 3, é ilustrada a imagem da bandeira de Felgueiras mencionando alguns significados de elementos da mesma.



Figura 3 - Simbologia da bandeira de Felgueiras
Fonte: Elaboração própria

1.4. Economia de Felgueiras²

A economia do município de Felgueiras apresentou, em 2016, um Volume de Negócios (VN) no valor de 1 842 milhos de euros e um Valor Acrescido Bruto de 488 milhões de euros.

Os bordados são uma das mais ricas tradições do concelho, que emprega cerca de dois terços das bordadeiras nacionais. O filé ou ponto de nó, o ponto de cruz, o bordado a cheio, o richelieu e o crivo são exemplos genuínos do produto artesanal de verdadeiras mãos de fada.

Os sabores autênticos da gastronomia, a frescura e intensidade dos aromas dos vinhos e o ambiente de grande animação proporcionam momentos inesquecíveis. Dando corpo a essa riqueza, foi já constituída a “Confraria do Vinho de Felgueiras”, destinada a divulgar e defender o vinho e a gastronomia felgueirenses, onde apresenta 1/3 da exportação do melhor Vinho Verde da Região e por um valioso património cultural.

As exportações no município de Felgueiras representam 43% do VN. Exportam três principais bens, nomeadamente o calçado, matérias têxteis/derivados e ainda máquinas/aparelhos eletrónicos. As importações representam 10% do VN.

Existem ainda três principais setores que têm evoluído ao longo dos anos: atividade de gestão/consultoria aumentou 34% em 2016, bem como as atividades veterinárias com 32% e as atividade e mobiliárias com um aumento de 29%.

Os 18 municípios do distrito do Porto possuem um total de 109 202 ³empresas, das quais 3795⁴ pertencem ao conselho de Felgueiras.

³ Dados retirados do site Infoempresas (Distrito do Porto, 2020)

⁴ Dados retirados do site Infoempresas (Conselho de Felgueiras, 2020)

Capítulo II

Análise à Indústria do Calçado

2.1. Enquadramento do setor

A indústria de calçado tem vindo a evoluir de uma forma bastante significativa, interiorizando e assumindo cada vez mais estratégias de aumento do valor acrescentado, onde a qualidade e a credibilidade dos produtos, as suas características técnicas e operantes dos materiais e componente utilizados, a contínua inovação do design, a capacidade de flexibilidade e de resposta rápida a pequenas séries, entre outros, são encarados como elementos decisivos para a diferenciação. É notório que as indústrias de calçado portuguesas contribuem para o reconhecimento do país a nível mundial e, é evidente que o calçado português e o conceito de qualidade andam de mãos dadas.

Como a Orvifel tem maioritariamente clientes da Indústria de Calçado, neste primeiro capítulo a estagiária fará um breve resumo a esta mesma indústria onde serão apresentados valores recentes.

2.2. Indústria do Calçado

A indústria nacional do calçado tem sido considerada como um exemplo e uma referência na economia nacional, sendo uma das indústrias exportadoras que contribui fortemente para a balança comercial portuguesa. Com uma forte concentração geográfica, a produção de calçado distribui-se maioritariamente por dois polos locais nos concelhos de Felgueiras e Guimarães, por um lado, e Santa Maria da Feira, Oliveira de Azeméis e São João da Madeira, por outro. Em conjunto, estes cinco concelhos representam mais de três quartos do emprego do setor.

Segundo a Classificação das Atividades Económicas (CAE Rev. 3, INE), a Indústria de Calçado ⁵inclui dois tipos de fabricação (Figura 4):

⁵ A Indústria do calçado (CAE 152) encontra-se inserida na Parte 15 – Indústria do couro e dos produtos do couro, por sua vez, inseridas na Secção C – Indústrias Transformadoras.



Fabricação de Calçado (CAE 15201)

"Compreende a fabricação de calçado em diferentes matérias (couro, borracha, plástico, têxteis, madeira, etc.), para todos os fins e qualquer que seja o processo de produção (corte e costura de peças, colagem, montagem, vulcanização, injeção, moldação, etc.). Inclui serviços de acabamento de calçado."

Fabricação de Componentes para Calçado (CAE 15202)

"Compreende a fabricação de partes ou componentes para calçado (solas, partes superiores de calçado, palmilhas, tacões, saltos, contra-fortes, biqueiras, etc.) em couro."



Figura 4 - Tipos de fabricação
Fonte: Elaboração Própria

2.3. Tecido Empresarial⁶

Com base nos últimos dados disponíveis pelo INE, o subsetor do calçado englobava em 2015, 2781 empresas, das quais 2364 eram relativas à fabricação de calçado. Foi registado um crescimento de 2% em relação a 2014. Estas empresas representavam cerca de 4% do total da indústria transformadora. (DGAE, 2017).

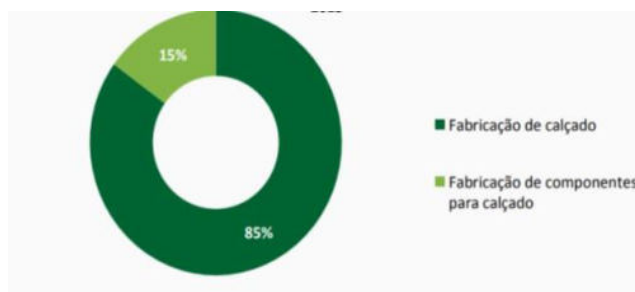


Gráfico 1 - Distribuição do número de empresas por CAE (2015)
Fonte: DGAE (2017)

⁶ Dados de 2017, referência na sinopse do setor do calçado publicado pela DGAE.

A tabela 1 elucida-nos quanto a alguns dados sobre a indústria em 2017.

1 526	Número de empresas de calçado em Portugal, no final de 2017, segundo o Gabinete de Estudos da APICCAPS.
40 080	Número de trabalhadores no setor de calçado
83 257 409	Número de pares de exportados por Portugal, em 2017. Relativamente ao ano anterior, assinala-se um aumento de 2,9%.
1 965	Milhões de euros de exportação. O valor máximo histórico registado pela indústria portuguesa de calçado, em 2017. Trata-se do oitavo ano consecutivo de aumento das exportações.
72	Milhões de euros. O valor exportado pela indústria portuguesa de calçado para os Estados Unidos da América em 2017. Desde 2010, assinala-se um crescimento na ordem dos 500% (12 milhões de euros exportados em 2010). Os EUA são já o sétimo mercado de destino do calçado português nos mercados internacionais.

Tabela 1 - Informações sobre a Indústria do Calçado em 2017
Fonte: DGAE (2017)

2.4. Produção⁶

De acordo com dados publicados pelo *World Footwear Yearbook*⁷, em 2017, foram produzidos cerca de 23 milhões de pares de calçado. Apesar de entre 2010 e 2014 se ter verificado um aumento de 15%, nos últimos dos anos a produção tem-se mantido constante.

Em primeiro lugar destaca-se o continente Asiático com 87% da quota de mercado da produção mundial, seguindo-se pela América do Sul que é possuidora de 5%, a Europa é detentora de 4% e a América do Norte e a África são detentoras de 2%, cada uma. Apesar de a China ter diminuído a sua quota de mercado, continua com a sua posição dominante na produção de calçado (Gráfico 2). A Itália que é bastante conhecido pelas suas marcas de calçado, ocupa a 11^a posição no ranking da

⁷ É um relatório abrangente que analisa as principais tendências do setor do calçado a nível mundial, focando-se na distribuição geográfica da produção e do consumo.

produção e, é detentora de 0,8% da quota de mercado. Por fim, Portugal ocupa a 17ª posição com uma quota de mercado de 0,4% da produção mundial. Apesar da sua baixa quota de mercado da produção mundial, Portugal tem o segundo preço médio de exportação mais elevado (26,09 dólares) depois da Itália (47,76 dólares).

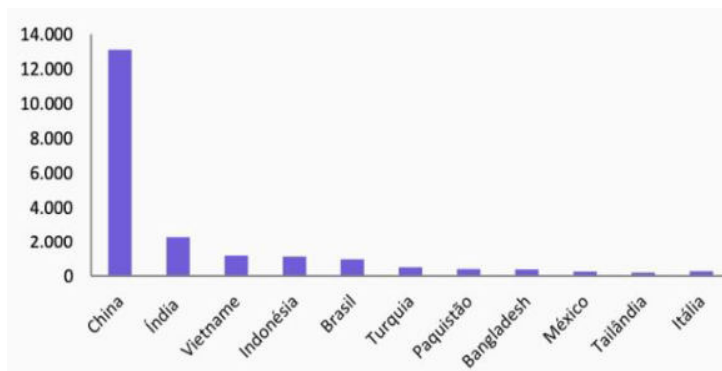


Gráfico 2 - Maiores produtores mundiais de calçado
Fonte: DGAE (2017)

2.5. Consumo⁶

O continente asiático é o maior consumidor de calçado (Gráfico 3), com uma quota de mercado de 54%, pois é também nesse continente que se concentram cerca de 60% da população mundial.

Na América do Norte e na Europa o nível de consumo é muito superior àquele que a sua população poderia sugerir e, a América do Sul e a África situam-se no extremo oposto. Podemos então assegurar que nem sempre os países onde há um maior consumo são os países mais populosos.

A quota de mercado da China situasse nos 18,3%, logo seguida pelos EUA (10,8%), Índia (10,6%), Indonésia (4,1%), Brasil (4%), Japão (3,1%), Reino Unido (2,5%), Alemanha (2,1%), Federação Russa (2%) e França (1,9%).

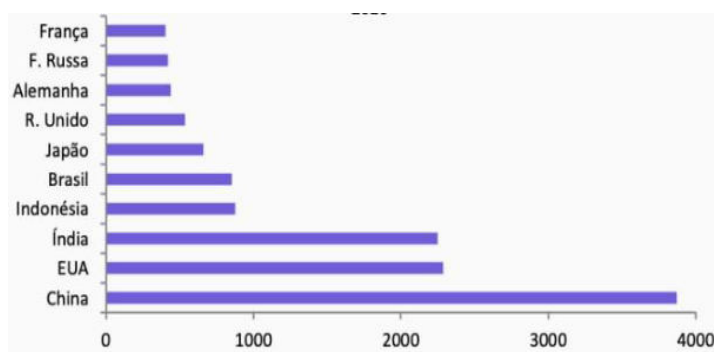


Gráfico 3 - Maiores consumidores de calçado (em milhões)
Fonte: DGAE (2017)

2.6. Importações e Exportações⁶

As exportações de calçado português continuam a aumentar bastante, sendo que o continente europeu absorveu cerca de 89,8% das exportações nacionais. Quanto a países fora da Europa, o continente Americano parece ser um grande fã do calçado português, uma vez que desde 2012 as exportações têm aumentado, sendo detentor de uma quota de exportações de 5,4%. Este aumento é justificado pelo facto de na América do Norte se encontrarem os maiores consumidores de moda e design. (Gráfico 4).

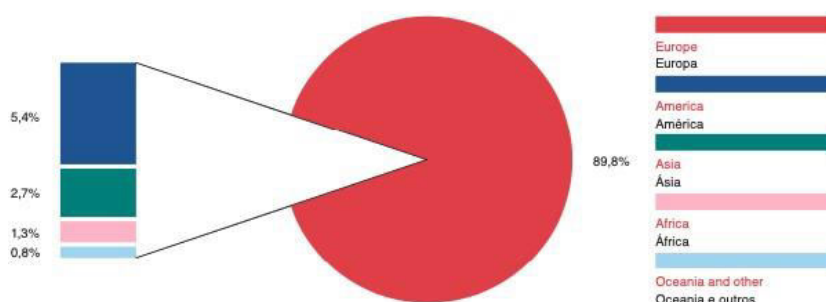


Gráfico 4 - Destino das exportações portuguesas de calçado
Fonte: APPICAPS (2018)

A nível europeu as exportações portuguesas de calçado são, preferencialmente, para cinco mercados (França, Alemanha, Espanha, Holanda e Reino Unido) absorvendo cerca de 72,50% das exportações. Nos últimos anos tem havido um grande crescimento de exportações para a Alemanha e para a Holanda (aumentando cerca de 14% e 5%, respetivamente, em 2017) e, as exportações para a França têm vindo a diminuir, reduzindo cerca de 5% em 2017 e, cerca de 8% desde 2012. (Gráfico 5)

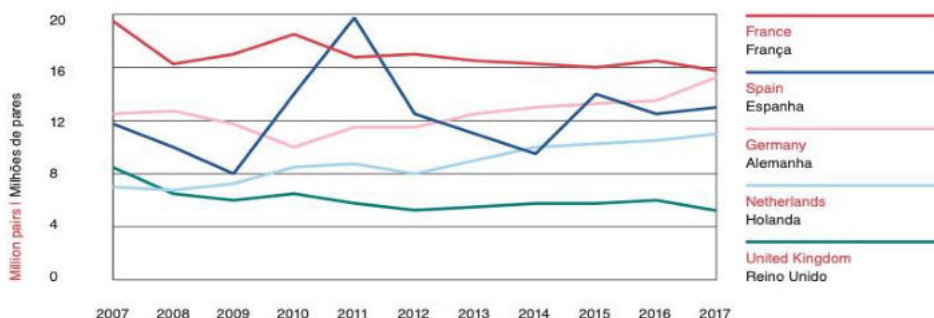


Gráfico 5 - Cinco mercados principais das exportações de calçado
Fonte: APPICAPS (2018)

As importações portuguesas de calçado encontram-se mais concentradas geograficamente do que as exportações. A nível individual a Espanha é responsável por 43,3% do fornecimento do mercado português sendo seguida pela China que é responsável por 21,9% desse fornecimento.

Se formos a quantificar as importações por valor, a quota de mercado da China reduz substancialmente, para aproximadamente 9% e, isto é justificado pelo preço médio praticado pelos países europeus ser mais alto (4,25€, menos de metade do espanhol). Por outro lado, a quota da Bélgica aumenta para 9,8% justificada pelo seu preço médio elevado (25,49€), tornando-se assim o segundo maior fornecedor mundial.

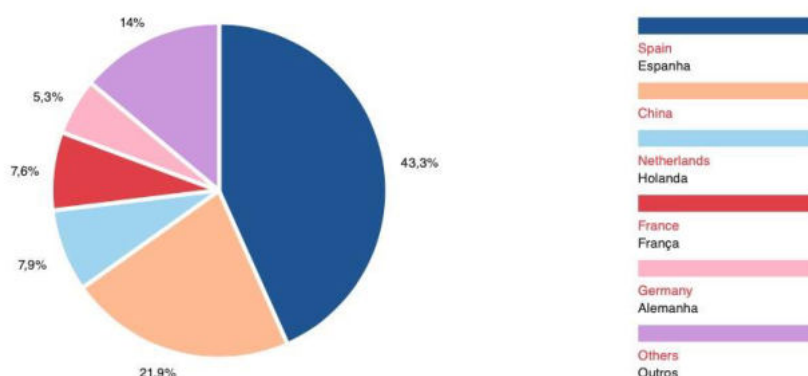


Gráfico 6 - Cinco principais origens das importações portuguesas de calçado
Fonte: APPICAPS (2018)

2.7. Análise SWOT

A análise SWOT é uma técnica de planeamento estratégico de auxílio á análise do meio envolvente das organizações, isto é, é uma ferramenta que ajuda a efetuar uma análise interna e externa da empresa que irá servir de base à criação de estratégias organizacionais. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês para (S) *Strenghts*, (W) *Weakness*, (O) *Opportunities* e (T) *Threats*, que traduzido é forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. (Kotler, 2019)

Esta análise destina-se a identificar os fatores positivos e negativos, internos e externos para que se possa iniciar um plano estratégico. As forças e as fraquezas pertencem aos fatores internos que fazem parte da integração e padronização dos processos e ainda está direcionado para a atividade principal. Dos fatores externos fazem parte as oportunidades e as ameaças onde nos são dadas informações imediatas de apoio à gestão e decisão estratégica que nos permite a redução de erros.

Assim, a análise SWOT ajuda a empresa na tomada de decisões podendo ser uma pequena ou grande empresa. Deve ainda ser atualizada ao longo do tempo, pois pode haver mudanças no mercado. Esta análise é uma ótima ferramenta que pode ampliar o conhecimento sobre a organização e tudo o que gira em torno da mesma, para assim entender como melhorar e quais os investimentos que devem ser feitos.

Apesar da Orvifel responder a várias indústrias, como foi referido inicialmente neste capítulo, segue-se a apresentação da análise SWOT na Indústria de Calçado devido ao seu elevado número de clientes nesta indústria. (Figura 5)

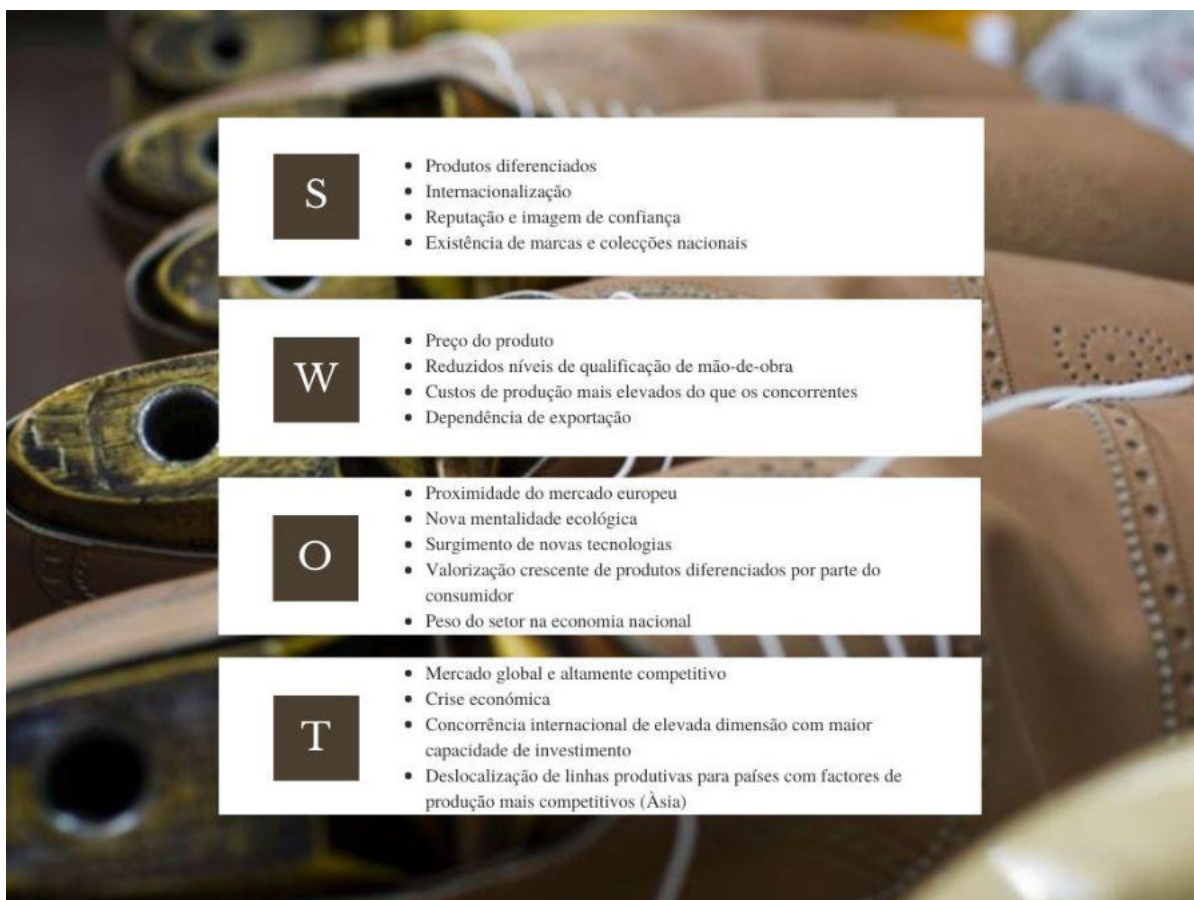


Figura 5 - Análise SWOT da Indústria de Calçado
Fonte: Elaboração própria

Quando cruzamos os **Pontos Fortes** com as **Oportunidades** podemos obter alguns desafios ou apostas:

- Como a Indústria do Calçado pesa significativamente na balança comercial, pode-se tentar obter mais apoios governamentais para posterior investimento em linhas produtivas;
- Uma possibilidade de abordar novos mercados como por exemplo o mercado Norte-Americano, para que exista um desmantelamento das barreiras alfandegárias através de um possível acordo de comércio internacional;
- Parcerias com Centros de Tecnologia para que as empresas estejam em contante atualização tecnológica.

Quando cruzamos os **Pontos Fracos** com as **Oportunidades** obtemos restrições:

- Período de contenção orçamental e de aplicação de medidas de autoridade.

Quando cruzamos os **Pontos Fortes** com as **Ameaças** adquirimos alguns avisos:

- Existem outros países que começam a copiar e a aplicar o típico “modelo português”;
- Os países asiáticos começam gradualmente a produção de produtos de maior qualidade.

Quando cruzamos os **Pontos Fracos** com as **Ameaças** leva-nos a ponderar os riscos:

- Desaceleração do crescimento do sector;
- Quebra de vendas, motivada por uma preferência dos países com custos de produção mais baixos.

2.8. Análise do Modelo das 5 Forças de Porter

O modelo das 5 Forças de Porter assume uma competição de grande rivalidade entre a empresa e os demais atores da indústria (Carvalho, 2010). Assente nesta ideia, serve para medir a ameaça de entrada de novos competidores, a rivalidade entre empresas, a ameaça de produtos substitutos, o poder negocial dos fornecedores e o poder negocial dos clientes, e, desta forma, averiguar o nível de atratividade da indústria.

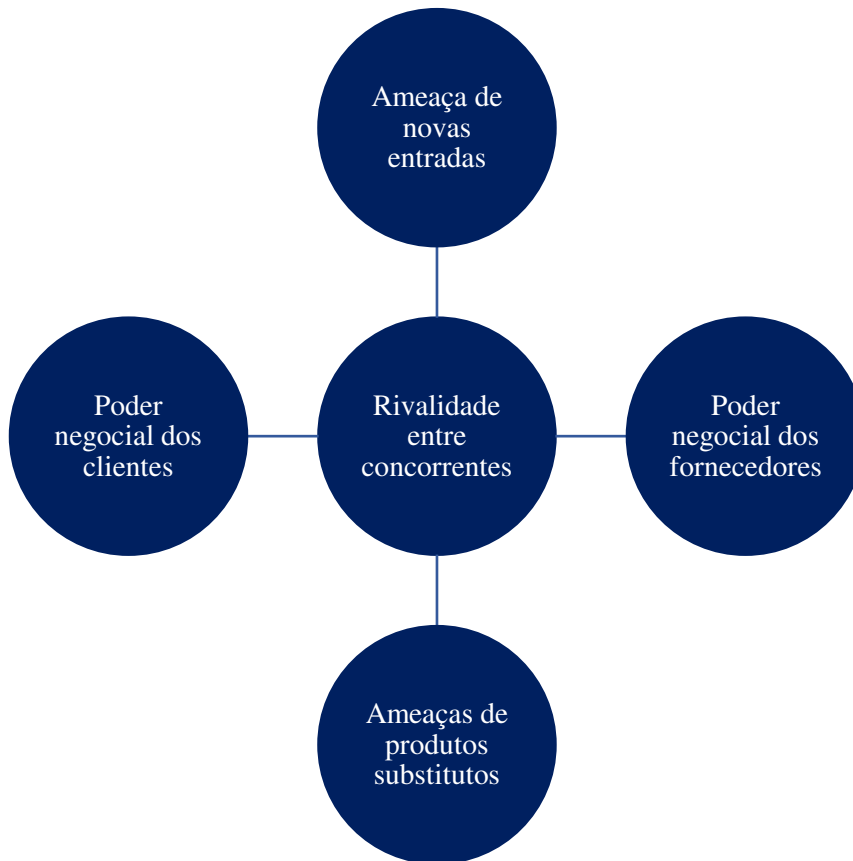


Figura 6 - Análise do modelo das 5 forças de porter

Fonte: Elaboração própria

Rivalidade entre concorrentes (Médio - Alto): A rivalidade entre os concorrentes pode originar guerras de preços e publicidade comparada, sendo que quanto maior a rivalidade menos atrativa vai ser o setor.

Existem 1 526 empresas em Portugal (dados de 2017), ou seja, um relevante número de concorrentes, o que gera um grau de concentração de mercado alto.

Esta rivalidade é consequência de crescimento do setor, custos fixos ou de armazenamento, diferenciação entre produtos, entre outros.

Ameaças de novos concorrentes (Médio): O potencial de novas entradas afeta a atratividade, sendo que quanto maior, menor atratividade tem o setor. Estas novas entradas resultam no aparecimento de novos concorrentes.

Existem elevadas barreiras à entrada de novos concorrentes. tais como as economias de escala, as fortes burocracias, o alto investimento que é necessário para tentar

acompanhar as empresas que são industrialmente maiores e que estão fortemente implementadas no mercado e o investimento em I&D que é necessário.

Ameaça de produtos substitutos (Médio - Baixo): Não existem substitutos no setor de calçado. A competição dá-se com a diferenciação entre as subdivisões do setor e com a diferenciação do produto. Um possível substituto são os produtos importados no mercado negro ou falsificados, isto é, existe a possibilidade de substituição dos produtos nacionais por concorrentes europeus e asiáticos.

Poder negocial dos clientes (Médio - Alto): O poder negocial dos clientes reflete-se no preço, pagamento, qualidade e serviço, sendo que quanto maior o poder, menor a atratividade do setor.

O poder de negociação dos consumidores finais é relativamente alto no mercado nacional, dada a variedade e concorrência das marcas. Já as lojas multimarcas não possuem tanto poder de negociação, dado que os fornecedores são poucos.

Poder negocial dos fornecedores (Médio - Alto): O poder negocial dos fornecedores pode influenciar os preços, a cobrança, a entrega e qualidade, sendo que a atratividade vai ser tanto menor quanto maior o poder negocial dos fornecedores. Não há concentração de fornecedores, pois são variadas as fontes das principais matérias-primas.

Capítulo III

Apresentação da Empresa Orvifel

3.1. Enquadramento

Neste capítulo será apresentada a empresa recetora do estágio curricular através da sua história, localização, visão, missão, valores e objetivos e ainda o seu processo produtivo.

A maior parte da informação apresentada ao longo do capítulo, foi através de recolha de informações do *site* oficial da empresa e ainda em conversas com os fundadores da empresa ao longo do estágio.

3.2. A empresa

A empresa Orvifel Cordões Unipessoal, Lda iniciou a sua atividade em 1995. A sua sede situa-se na Rua Frei António Ferreira Vilaça, nº250, freguesia de Margaride, concelho de Felgueiras, pertencendo ao distrito do Porto.

No dia 18 de fevereiro de 1991 foi fundada a Associação de Municípios do Vale do Ave. É uma associação constituída por sub-regiões do Vale do Ave, entre eles Fafe, Guimarães, Póvoa de Lanhoso, Póvoa de Varzim, Santo Tirso, Trofa, Vieira do Minho, Vila do Conde, Vila Nova de Famalicão e Vizela e tem como objetivo desenvolver a sub-região do Vale do Ave na sua organização territorial, na habitação e nos serviços (água, saneamento e transportes).

Nos anos 90, o setor têxtil enfrentou uma grande crise setorial nos Municípios do Vale do Ave. O Sr. Orlando Araújo, fundador da Orvifel, trabalhava numa das empresas têxtil quando a crise se deu e por iniciativa própria, despediu-se da fábrica e nasceu a ideia de criar uma empresa. Com o objetivo de aliar a vasta experiência adquirida na indústria têxtil às necessidades emergentes do setor do calçado que abunda no concelho de Felgueiras, o Sr. Orlando iniciou a sua atividade em 1995 com a denominação social de Empresário em Nome Individual ⁸e com apenas quatro máquinas.

No ano de 2011, a Orvifel mudou de denominação, passando para uma Sociedade Unipessoal Orvifel - Cordões Unipessoal, Lda, continuando a ser o Sr. Orlando o principal socio da empresa e em 2013 aumentaram as instalações para que pudessem aumentar a produção e adquirir mais maquinaria para satisfazer todas as necessidades

⁸ Existem apenas um titular da mesma e esta destina-se normalmente a negócios pequenos, com um risco reduzido e investimentos limitado.

dos clientes na hora exata e com a qualidade que começou a caracterizar a empresa.

Ao longo destes últimos anos, a empresa apostou no contínuo investimento em maquinaria moderna e capaz de responder às mais exigentes necessidades do mercado no mais curto espaço de tempo, investindo ainda em novas soluções de inovação e produção.

Relativamente à produção, a Orvifel produz todo o tipo de cordões, fitas, vivos, e elásticos em todas as cores e nos mais diversos materiais, dos quais se destacam o poliéster, algodão (natural, encerado ou enebado), juta, linho, polipropileno, Mousse Nylon e poliamida.

3.3. Logotipo

O logotipo de uma empresa é como uma assinatura institucional. Todas as empresas são conhecidas por um logotipo, que consiste na representação visual ou gráfica que serve para identificar uma marca ou empresa, ou seja, é uma manifestação mais visível da empresa junto dos clientes e potenciais clientes.

O nome da empresa foi ideia da esposa do Sr. Orlando. A figura 7 apresenta o logotipo da Orvifel, com o seguinte significado:

- “Or”: Remete para o Sr. Orlando Araújo;
- “vi”: Remete para o Sr. Vitor Araújo;
- “fel”: Remete para a cidade de Felgueiras.



Figura 7 - Logotipos da Orvifel
Fonte: Concedido pela empresa

3.4. Contactos e localização

Para que qualquer pessoa possa entrar em contacto com a empresa sobre os mais variados assuntos, a empresa dispõe de diversos contactos:

- Telefone: 255 314 223
- Email geral: orvifel@orvifel.com
- Página web: <http://www.orvifel.com/>
- Página do Facebook: <https://www.facebook.com/orvifel.cordoes>
- Página de LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/company/orvifel/?viewAsMember=true>

Pode ser localizada a partir das seguintes coordenadas *Global Positioning System* (GPS) 41°22'08.4"N 8°12'17.2"W como se pode verificar na figura 8.

O horário de funcionamento da parte da manhã é das 8:00horas às 12:00 horas e da parte da tarde é das 14:00 horas às 18:00 horas, sendo que este horário é aplicado aos empregados como os clientes, encontrando-se encerrada aos fins-de-semana.

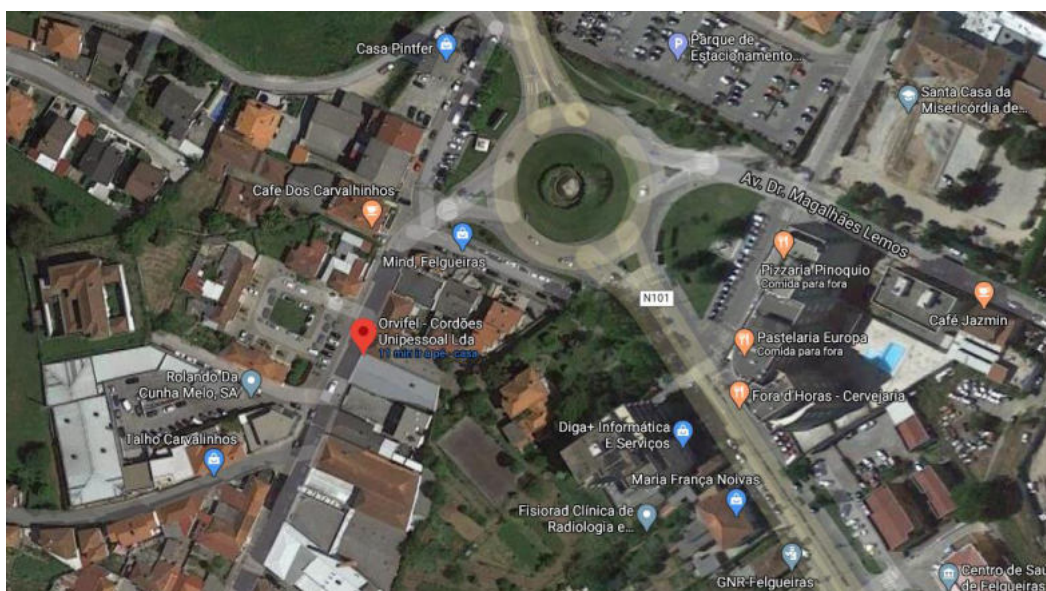


Figura 8 - Localização da Empresa
Fonte: *Google Maps*

3.5. Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional é o conjunto ordenado de responsabilidades, autoridades, comunicações e decisões das unidades organizacionais de uma empresa, que está diretamente relacionada à estratégia da empresa, envolvendo aspetos físicos, humanos, financeiros, jurídicos, administrativos e económicos. (Dicionário Financeiro, 2020)

Existem vários tipos de estrutura organizacional e a Orvifel encaixa-se na estrutura mais simples de uma empresa, ou seja, a Orvifel tem uma estrutura simples que é ideal para empresas de organização simples, que possuem um único produto/serviço e localização geográfica, relações informais, poucas tarefas e número reduzido de colaboradores. Algumas das características da estrutura simples são, nomeadamente, a autoridade que pode ser linear ou única, linhas formais de comunicação e centralização das decisões.

Assim, a Orvifel tem apenas dois departamentos: o departamento contabilístico e comercial que é tratado, em simultâneo, pelo Sr. Vitor, e o departamento de produção que tem apenas quatro funcionários na linha de produção, pois a indústria de produção de cordões não exige muita mão-de obra. São funcionários polivalentes e que são capazes de desempenhar qualquer tarefa.

3.6. Processo Produtivo

O processo produtivo é um sistema de ações que estão interrelacionadas de forma dinâmica e que estão orientadas para a transformação de determinados elementos. Como tal, os elementos de entrada (matérias-primas) passam a ser elementos de saída (produtos), na sequência de um processo em que é incrementado o seu valor.

Assim, na Orvifel Cordões Unipessoal, Lda, para que as matérias-primas se transformem em produto final, precisam de passar por seis divisões como apresenta a figura 9.

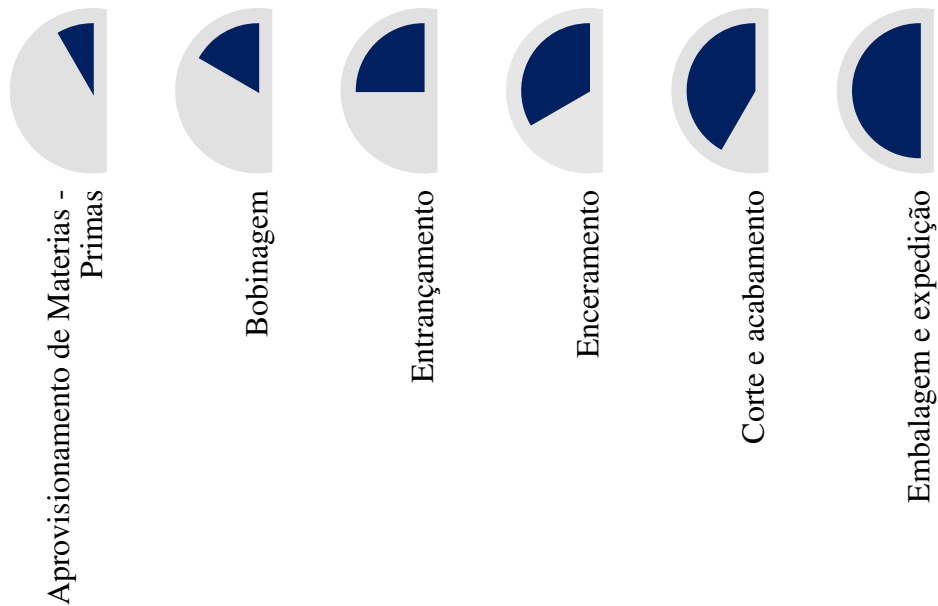


Figura 9 - Processo produtivo
Fonte: Elaboração própria

- Aprovisionamento de matérias-primas

É um processo que abrange vários aspetos na relação entre fornecedores e a empresa. O principal objetivo da função de aprovisionamento é garantir, através de um alargado conjunto de ações, que todos os utilizadores dentro da empresa disponham permanentemente de todos os bens e serviços de que necessitam em condições adequadas no que respeita a quantidade, qualidade, custo, tempo e segurança. O aprovisionamento permite uma boa gestão de compras apoiada pela informação do stock mínimo e do cálculo de necessidades.

A Orvifel tem dois armazéns como ilustra a figura 10: o armazém 1 (armazém junto à produção localizado no rés do chão) que é composto por matérias-primas para consumo imediato na produção e o armazém 2 (armazém superior localizado no primeiro andar) que é composto por matérias-primas para stock.

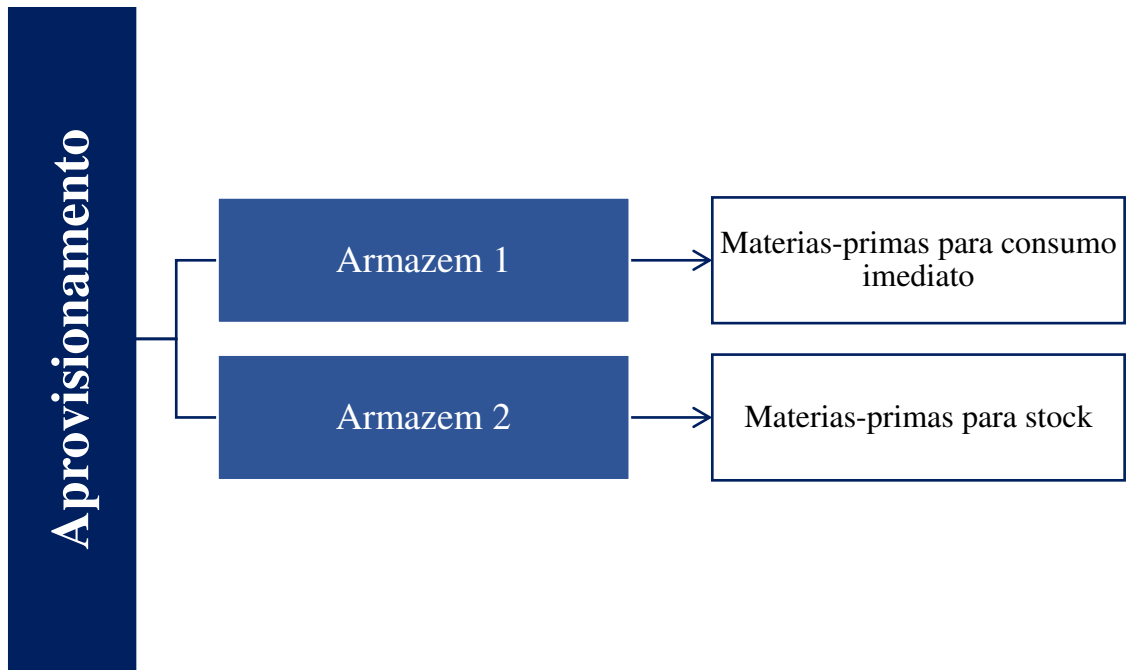


Figura 10 - Processo de aprovisionamento
Fonte: Elaboração própria

● Bobinagem

A bobinagem é necessária para transferir o fio de um determinado tipo de suporte para outro com características mais adequadas ao processo de urdissagem e/ou tecelagem, isto é, na bobinagem juntam-se os fios em bobines mais pequenas, consoante as cores que serão utilizadas e a espessura do cordão que o cliente encomendou.



Figura 11 - Exemplo de bobines
Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

● Entrançamento

Após o carregamento de fio nas bobines, as máquinas são abastecidas com as mesmas. Para que o cordão seja produzido com a máxima qualidade, as máquinas são afinadas mediante a espessura e o padrão do cordão encomendado. (Figura 12)

Com as máquinas afinadas, começa a produção do cordão. Estas são programadas para o padrão que deve ser desenhado no cordão e os metros de cordão que devem ser produzidos. Assim, as máquinas começam a funcionar, em movimentos circulares e á medida que o cordão se forma é puxado verticalmente, de baixo para cima, para uma caixa.

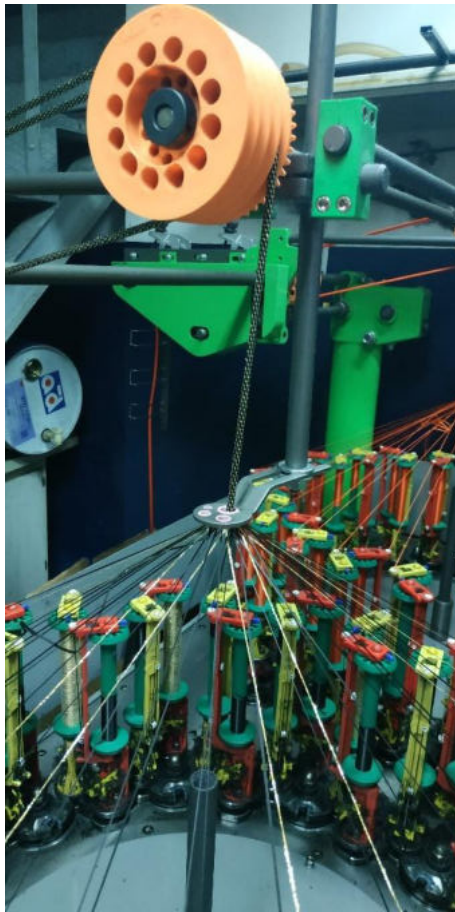


Figura 12 - Produção do cordão

Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

● Enceramento

Terminada a produção do cordão, este é encerado ou polido. Esta máquina é composta por tinta recetora de aditivos líquidos (ceras, gomas, fixadores, entre outros aditivos para que dê o acabamento ao cordão e o toque de brilho), rolos de espremedores do cordão, rolos em aço com rasgos e velocidade fixa para polimento e paragem automática por nó ou falta de cordão, à entrada e saída da máquina. (Figura 13)

A principal função do enceramento é dar o acabamento final a todo o cordão através do aditivo líquido específico para cada cordão.



Figura 13 - Máquina de enceramento
Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

● Corte e acabamento

O cordão chega a esta secção para ser cortado mediante o metro ao par que o cliente deseja, ou seja, imaginemos que o cliente encomenda 3 080 pares a uma medida de um metro e dez centímetros. (Figura 14) Antes de iniciar a produção do cordão, são calculamos os metros que serão precisos para a encomenda, ou seja:

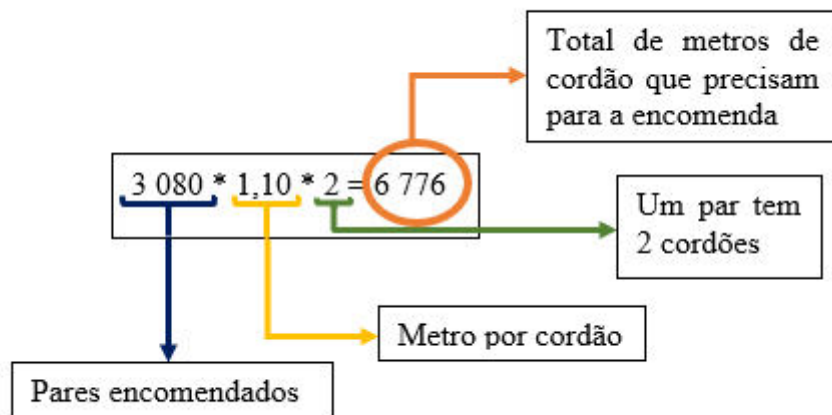


Figura 14 - Exemplo prático
Fonte: Elaboração própria

São então produzidos os 6 776 metros que cordão que é necessário e quando chega à secção de corte e acabamento, o cordão é cortado com um metro e dez centímetros de comprimento. (Figura 15)



Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

Após o corte, é preciso colocar as ponteiros em cada ponta do cordão. (Figura 16) Existem alguns tipos de ponteiros, nomeadamente, ponteiros metálicos, plásticos ou podem ser ponteiros personalizados.



Figura 16 - Máquina de ponteiros
Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

● Embalagem e expedição

Depois de o cordão estar pronto, são feitos alguns molhos de cordões e são colocados em sacos plásticos para que este seja selado e etiquetado. A expedição faz-se de acordo com o que fica combinado entre o cliente e a Orvifel, isto é, depois da encomenda estar pronta, o cliente pode ser notificado de que a encomenda concluída e que pode levantá-la nas instalações da Orvifel, ou então a encomenda é colocada no cais de entrega e um dos funcionários da Orvifel distribui as encomendas que devem ser entregues nas fábricas.



Figura 17 - Cais de carga e descarga
Fonte: Fotografia tirada nas instalações da fábrica

3.7. Visão, Missão, Objetivos e Valores

A visão, a missão e os valores são conceitos estratégicos de gestão de uma empresa que fazem parte do planeamento e servem como uma bússola para orientar a procura de resultados, ou seja, são um conjunto de ideias que ajudam a definir as estratégias de uma empresa para que os objetivos sejam alcançados.

A Orvifel Cordões Unipessoal, Lda, apesar de ter objetivos claros e definidos, nunca criou a sua visão e os seus valores. Assim sendo, estes dois pontos são da autoria da estagiária que estão a aguardar uma aprovação do subgerente da empresa Orvifel, Sr. Vitor Araújo.

Visão

A visão⁹ de uma empresa traduz, de forma abrangente, um conjunto de intenções e de aspirações para o futuro, servindo de inspiração a todos os membros da organização, isto é, “...*algo que se vislumbra para o futuro desejado da empresa*”. (Quigley)

Assim, a visão da Orvifel é “ Ser o fornecedor de cordões da maior parte da Industrias de Calçado na Cidade de Felgueiras, dando ainda resposta a outras industrias e angariando clientes noutras localidades”.

Missão

A missão de uma empresa espelha o objetivo da sua criação, “...*isto é, informa as partes interessadas da razão de ser da organização, do que vai produzir e como pretende ser reconhecida pelos seus clientes*” (Silvia & Monteiro, 2014).

A missão da Orvifel é “Somos uma empresa com produtos e processos de fabrico muito versáteis com vista a dar resposta às indústrias do calçado, vestuário, confeção, têxtil lar, cordoaria, sirgaria e passamanarias, assentando em três pilares fundamentais: qualidade, prazos de entrega, e preços”.

⁹ Informação tirada o Capítulo 3 da cadeira de Estratégia Empresarial.

Objetivos

Em linha com a missão, a empresa deve definir um conjunto de objetivos concretos para nortear a sua ação, sendo que os objetivos têm de ser quantificados e enquadrados no tempo.

Na medida do possível, os objetivos devem se fixados de maneira a incentivar os membros da organização a expandir as suas competências para níveis mais elevados.

Esquemáticamente, são apresentados dois tipos de objetivos da Orvifel: os financeiros e não-financeiros. (Figura 18)



Figura 18 - Objetivos financeiros e não-financeiros
Fonte: Elaboração própria

Valores

Os valores são o conjunto de princípios éticos de uma empresa, que formam o seu código de conduta e estofo moral. Estes devem nortear o relacionamento da chefia com os operários, as relações entre trabalhadores e ainda o seu comprometimento com os clientes e a sociedade como um todo.

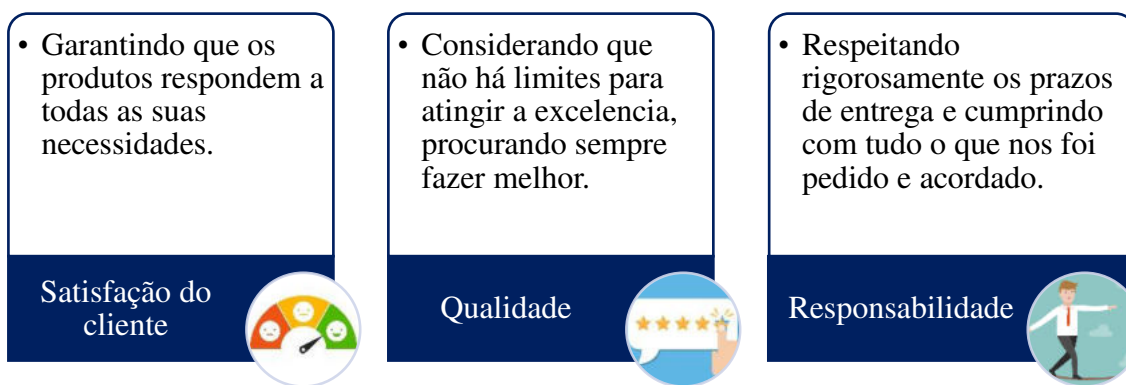


Figura 19 - Valores da Orvifel
Fonte: Elaboração própria

3.8. Política de preços: Amostras¹⁰

O preço não só permite a entrada de um rendimento como também determina uma rentabilidade, sendo que, para além disso, transmite uma imagem, uma marca e é um sinal de qualidade. Assim, desempenha um papel fundamental na fidelização de clientes.

Com o decorrer do tempo, a Orvifel percebeu que existia uma percentagem significativa de clientes que solicitava apenas amostras de cordoes e que, posteriormente, recorriam a empresas concorrentes para avançar com uma encomenda.

Assim, a partir do dia 1 de dezembro de 2018, entrou em funcionamento uma nova abordagem no facturamento de quantidades inferiores a 100 pares. A tabela 2 apresenta a as condições que foram importas:

Preço de amostras

Até 10 pares	PVP * 4
De 10 a 20 pares	PVP * 3
De 20 a 100 pares	PVP * 2
>100	PVP normal (preço por metro)

Tabela 2 - Preço de amostras
Fonte: Elaboração própria

¹⁰ Imagem ilustrada no anexo 3 sobre a política de preços das amostras.

3.9. Clientes

São considerados clientes aqueles que procuram um produto ou serviço para que sejam satisfeitas as suas necessidades em contrapartida de uma quantidade monetária para pagar esse serviço ou produto. Em termos contabilísticos o cliente é o devedor.

Para o subgerente da Orvifel Cordões Unipessoal, Lda existem três qualidades principais para ser um bom cliente “... sabemos que é um bom cliente quando compra muito, que pague nos devidos prazos e que chateie pouco...”.

Analisei a totalidade de clientes nas diversas indústrias e concluiu-se que a Orvifel tinha aproximadamente 90 clientes, sendo que 55% são clientes do concelho de Felgueiras, seguido da cidade de Guimarães com 12%. (Gráfico 7)

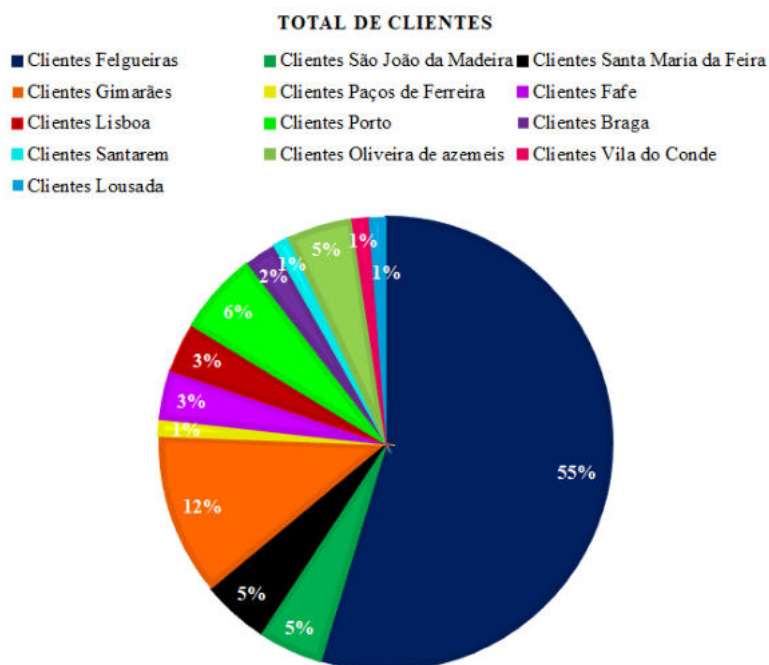


Gráfico 7 - Total de clientes

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar as indústrias, concluiu-se que maioritariamente são clientes da Indústria de Calçado com 84%. Quando no gráfico 8 é mencionado “Outros” refere-se a Indústrias de passamanarias, cordoaria, entre outras indústrias.

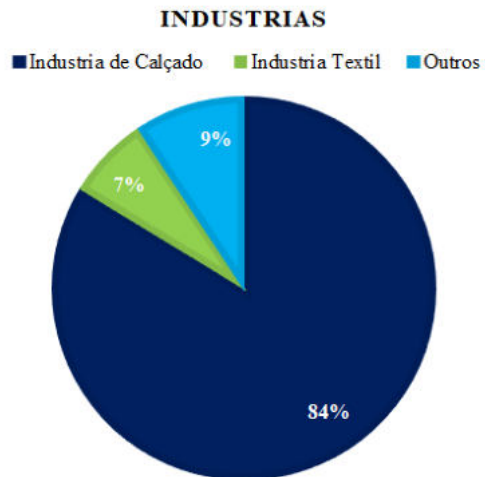


Gráfico 8 - Total de clientes por Indústrias
Fonte: Elaboração própria

3.10. Fornecedores

O fornecedor é aquele que fornece mercadorias ou serviços ao consumidor e em termos contabilísticos o fornecedor é um credor.

Para o subgerente da Orvifel Cordões Unipessoal, Lda existem três qualidades principais para ser um bom fornecedor “... *que apresente bom preço, qualidade e que seja rápido na entrega...*”.

Ao analisar os fornecedores, concluiu-se que a Orvifel não possui muitos fornecedores sendo que a Orvifel no mês de julho, tinha cerca de 15 fornecedores incluindo fornecedores de fios, transportadoras, gráficas, entre outros.

Os principais fornecedores situam-se na cidade de Guimarães com 43% (Gráfico 9), seguindo-se Braga com 22% e Lisboa com 14%.

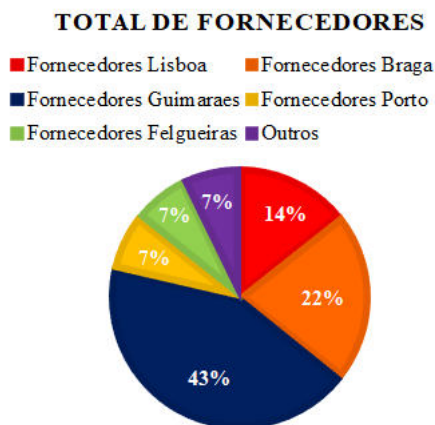


Gráfico 9 - Total de fornecedores
Fonte: Elaboração própria

Capítulo IV

Atividades desenvolvidas no Estágio

4.1. Enquadramento

Neste capítulo são descritas as tarefas realizadas ao longo do estágio realizado na Orvifel Cordões Unipessoal, Lda.

Ao longo de dois meses e meio e de forma a cumprir com o plano de estágio, foram desenvolvidas variáveis tarefas, recorrendo ao auxílio de programas informáticos utilizados pela empresa, entre eles o *Software Sage* que era utilizado para lançamento de faturas de vendas, o *Excel* que é a ferramenta que mais utilizam, principalmente para controlo de stock e gestão de encomendas e ainda o programa *Zebra Technologies* para a etiquetagem.

Como referido ao longo do Capítulo III, a Orvifel é uma microempresa. O trabalho de produção é realizado pelos quatro funcionários e as tarefas administrativas são desempenhadas pelo filho do sócio da empresa, respondendo à área comercial, contabilística e marketing. A maior parte das tarefas desenvolvidas pela estagiária ao longo do estágio foram na área comercial.

4.2. Atendimento ao público

Em qualquer empresa o atendimento ao público é uma função que se relaciona com os clientes, sendo por seu intermedio que determina a relação (duradora ou não) entre o consumidor e a organização.

A estagiária, em diversas funções teve diversas oportunidades de se relacionar com clientes da Orvifel, nomeadamente na:

- Entrega de mercadoria que os clientes vinham levantar ao cais da empresa;
- Receção de documentos;
- Atendimento de chamadas telefónicas;
- Esclarecimento de dúvidas;
- Receção de quantidades monetárias para pagamento de amostras ou outras encomendas.

4.3. Criação e atualização contínua das Redes Sociais

O *Marketing Digital* é um conjunto de ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, telemóvel ou outros meios digitais, para divulgar e comercializar os seus produtos, conquistando novos clientes e melhorar a rede de relacionamentos. (Faustino, 2019) Existem diversas vantagens do *Marketing Digital*, nomeadamente:

- Interatividade com o público: as empresas fazem campanhas, publicações e ações e, do outro lado, os consumidores podem interagir, opinar e indicar para outras pessoas apenas com alguns cliques;
- Análise e mensuração: no mundo do marketing digital, a obtenção e análise de dados é uma etapa fundamental para a melhoria contínua da estratégia da empresa;
- Mais oportunidades para as empresas: criando posicionamento online, aumentando as oportunidades de venda por diversos canais;

Visto que a Orvifel já tinha uma página no *Facebook*, a estagiária propôs ao supervisor do estágio a criação do *LinkedIn* e a atualização da página do *Facebook*, com o objetivo que a empresa começasse a acompanhar as tendências do mundo digital e de dar mais visibilidade á empresa, visto que a empresa celebrou no presente ano, os seus 25 anos de funcionamento.

O anexo 4, apresenta algumas publicações criadas ao longo do estágio pela estagiária.

4.4. Elaboração de catálogos

Hoje em dia um catálogo de produtos ou serviços é considerado como uma ferramenta de vendas do dia-a-dia, pois é através do catálogo que uma empresa ou marca apresenta os seus produtos ou serviços, com fidelidade e clareza total tanto aos clientes como aos funcionários. Desta forma, é importante investir num bom catálogo para que exista sucesso nas vendas.

Existem diversas vantagens que a empresa adquire por ter um catálogo de produtos, nomeadamente:

- Auxílio para o atendimento e vendas: a abordagem com os clientes tornar-se-á mais transparente com o auxílio do catálogo, permitindo que eles entendam melhor os produtos ou serviços que a empresa disponibiliza.
- Profissionalismo: um catálogo bem organizado garante que o consumidor tenha uma boa ideia de como são vendidos os produtos pela empresa, isto é, quanto mais informação o cliente tem, maior a possibilidade de o cliente concluir a compra.
- Personalização: os catálogos podem assumir diversos tamanhos e conter quantas páginas forem necessárias para citar tudo aquilo que a empresa quer transmitir.

Como a Orvifel trabalha com inúmeras cores, sentiu necessidade em fazer catálogos de cores: um de Algodão e outro de Poliéster.

O catálogo de Algodão ¹¹ é o mais trabalhoso, pois inicialmente a Orvifel precisa de produzir todas as cores disponíveis para colocar no catálogo. Após a produção, o cordão é cortado num comprimento entre 5 a 6 centímetros para que seja colocado no catálogo como ilustra a imagem 20. São, depois, colocadas dentro de micas para arquivar posteriormente.



Figura 20 - Elaboração de catálogos
Fonte: Fotografia tirada pela estagiária

¹¹ Imagens no anexo 5 que ilustram as páginas do catálogo de algodão.

Já o catálogo de cores Poliéster é mais fácil de fazer. Como o fornecedor nos vende o fio Poliéster, vende-nos também catálogos das cores (Imagem 21). São entregues na fábrica Orvifel, onde são retiradas as fileiras das cores e colocadas num cartão próprio com o carimbo da Orvifel. Após os catálogos estarem pronto, são arquivados numa capa apropriada para serem entregues aos clientes ou futuros clientes.



Figura 21- Catálogo de cores Poliéster

Fonte: Fotografia tirada pela estagiária

Ao longo do estágio e nos tempos em que a empresa estava com um ritmo mais baixo, a estagiária elaborou catálogos deixando diversos dossiês prontos para serem entregues a clientes.

4.5. Cordão extra

O cordão extra é usado nas Indústrias de Calçado. Estes são colocados dentro da caixa juntamente com o par de sapatos para que o consumidor tenha mais uma opção de cor ou tipo de cordão para usar no par de sapatos que comprou.

Depois de o cordão estar pronto, encomendam-se as etiquetas para serem usadas no cordão. O par de cordão é dobrado em três e depois é enrolado na devida etiqueta.

Nesta tarefa, a estagiária preparava os cordões para que fossem entregues ao cliente para ser usado de imediato.

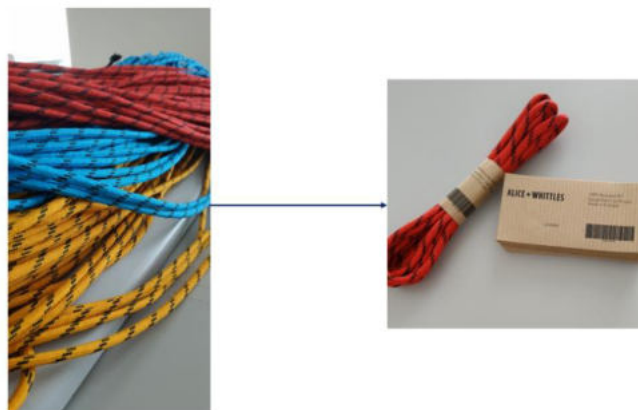


Figura 22 - Elaboração do cordão extra
Fonte: Fotografia tirada pela estagiária

4.6. Formação do *Software Sage*

Como a estagiária só tinha conhecimentos do *Software Primavera*, o supervisor do estágio conseguiu que a estagiária tivesse uma pequena formação, via telefónica devido à pandemia que vivemos, para que a estagiária se familiarizasse com o *Software Sage*. Nesta formação, em controlo remoto, foi ensinado à estagiária como criar novos artigos, fornecedores e clientes, como consultar faturas ou fazer o seu lançamento e uma pequena referencia à secção da tesouraria.

Como foi referido no plano de estágio, uma das tarefas da estagiária seria o controlo de *stocks*. A Orvifel faz o controlo de *stocks* através do *Excel*, e o objetivo era começar a controlar através do *Software Sage*.

A estagiária, teve a oportunidade de na formação expor a ideia de iniciar o controlo de *stock* através do *Software Sage*, mas sem sucesso, isto é, a única solução encontrada

entre a estagiária e a pessoa que estava a dar formação é que a Orvifel para começar a controlar o *stock* no *software* tem de esperar pelo fim do ano para que a empresa não tenha problemas futuros com o SAF-T¹².

O *Software Sage* disponibiliza vários produtos e solução para pequenas e médias empresas e para algumas indústrias em específico, como por exemplo a indústria de produção, produção por processos, distribuição e logística, serviços e indústria alimentar. (Figura 23)

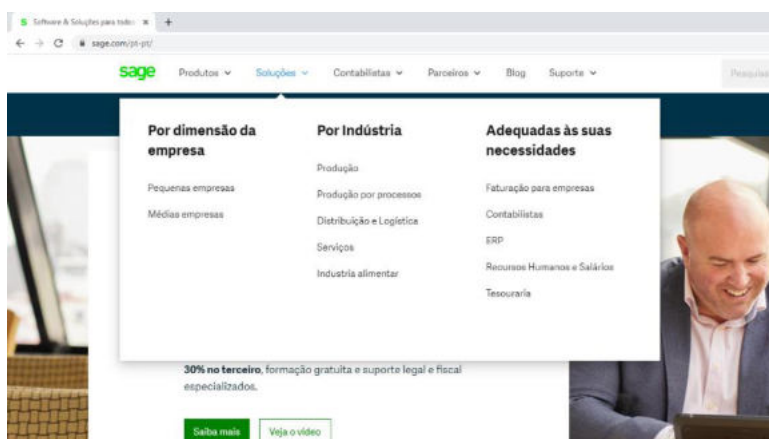


Figura 23 - Soluções do Software Sage
Fonte: Site Software Sage

Para a faturação de pequenas empresas, o *Software Sage* apresenta quatro soluções, como ilustra a figura 24 e a Orvifel optou pelo produto *Sage One*, sendo o mais adequado para a empresa e com um programa de faturação *online* rápido e fácil de usar.



Figura 24 - Faturação para pequenas empresas
Fonte: Site Software Sage

¹² Documento digital em formato XML que reúne a informação fiscal e contabilística de uma empresa referente a um período específico de tempo

Assim, através da formação sobre o *Software Sage*, a estagiária aprendeu a lançar documentos de vendas e criar novos clientes, fornecedores e artigos. O formador ainda explicou vagamente as funções da tesouraria e da entrada de stock.

4.7. Mapa de controlo de inventário

A gestão de stocks é um aspeto essencial para gerir uma empresa de modo eficiente. Perceber os produtos que a empresa tem em armazém, em que quantidades e em que altura estes entram e saem, simplifica algumas tarefas dentro da empresa e ajuda a evitar problemas, como falta e/ou excesso de *stock*.

Na Orvifel, o controlo de inventário é feito através da ferramenta *Excel*. Nesse mapa, existem três colunas: identificação da cor, do DENIER¹³ e da quantidade em quilos como é ilustrado no anexo 6.

No início de cada mês, um dos funcionários preenche em papel, no armazém, o mapa das cores em *stock* tanto para algodão como para o poliéster e, posteriormente, é entregue no escritório para que se preencha o mapa em *Excel*. Ao longo do mês, soma-se ou subtrai-se as quantidades compradas ou utilizadas através do mapa em *Excel* e quando acaba o mês, no início do próximo, o funcionário volta a preencher o mapa para conferir e atualizar o mapa e assim sucessivamente.

As seguintes tabelas (tabela 3 e 4), apresentam os valores de stock minino para cada matéria-prima:

¹³ Espessura do fio

Algodão

Quantidade em Kg	Stock Mínimo
0 – 10	5
11 – 20	10
21 – 50	15
51 – 100	20
>100	30

Tabela 3 - Stock mínimo de Algodão
Fonte: Elaboração própria

Poliéster

Quantidade em Kg	Stock Mínimo
0 – 3	1
4 – 7	5
8 – 11	9
>12	10

Tabela 4 - Stock mínimo de Poliéster
Fonte: Elaboração própria

Ao longo do estágio, a estagiária teve a oportunidade de ir para o armazem fazer a contagem das matérias-primas juntamente com um funcionário, lançar as quantidades disponíveis em armazem e atualizar o *Excel*.

4.8. Mapa de carteira de encomendas

Para que as empresas sobrevivam é necessário que existam encomendas dos seus clientes e a Orvifel não é exceção.

Como a Orvifel é considerada uma microempresa, a melhor opção para tratamento das encomendas foi o controlo através de um mapa na ferramenta *Excel*. Este mapa contém toda a informação necessária para que todos os colaboradores estejam devidamente informados sobre encomendas em processo e a entrada de novas encomendas.

O anexo 7, ilustra algumas encomendas pedidas no mês de julho do presente ano. Este mapa é disponibilizado num computador que se encontra na linha de produção, mais propriamente entre a secção do corte e acabamento e o cais de carga e descarga. Quando um cliente efetua uma encomenda, quer por *email* quer por atendimento telefónico, é no escritório que é lançada a encomenda no mapa em *Excel*, preenchendo-se as seguintes colunas:

- Encomenda: Número da encomenda
- Cliente: Nome do cliente que encomendou
- Data Pedido: Dia em que o cliente pediu a encomenda
- Data Entrega: Data em que a encomenda deve ser entregue ao cliente
- Pares: Número de pares de cordões que o cliente encomendou
- Medida: Medida do cordão pretendida
- Metros: esta coluna calcula-se automaticamente como se pode verificar no subtítulo do Processo produtivo na secção de corte e acabamento

Apos estas colunas serem preenchidas no escritório, é atualizado o mapa de encomendas no computador da linha de produção. A coluna “Estado Encomenda” é preenchida por um dos funcionários da linha de produção, onde é selecionado uma de três opções (Figura 25).

- Solicitado: a encomenda foi confirmada
- Em andamento: a encomenda começou a ser produzida
- Concluído: a encomenda está pronta para ser entregue ao cliente

pedido	Estado Encomenda	Dt. Ent.	
ul	Em Andamento	3-ago	R
	Solicitado		
	Em Andamento		
	Concluído		
ul			P
ul			P
ul	Concluído	11-ago	R
ul	Concluído	11-ago	P

Figura 25 - Estado da encomenda
Fonte: Mapa de carteira de encomendas

Foi pedido à estagiária que melhorasse o mapa em *Excel*, com o objetivo de perceber mais facilmente o estado de cada encomenda. Lançou ainda algumas encomendas no mesmo mapa.

4.9. Etiketagem

A etiqueta é usada para realçar informações sobre um determinado produto. Alguns exemplos são o nome do produto, a marca do fabricante, data de validade, composição, entre outras informações adequadas para os diferentes setores.

Depois da encomenda estar concluída, a Orvifel embala a encomenda em sacos de plástico transparente e faz a etiquetagem. A etiqueta é feita através de um programa chamado *Zebra*, instalado nos computadores da empresa.

A figura 26, ilustra uma etiqueta impressa depois de preencher manualmente a medida, a quantidade de pares, o cliente e a requisição.

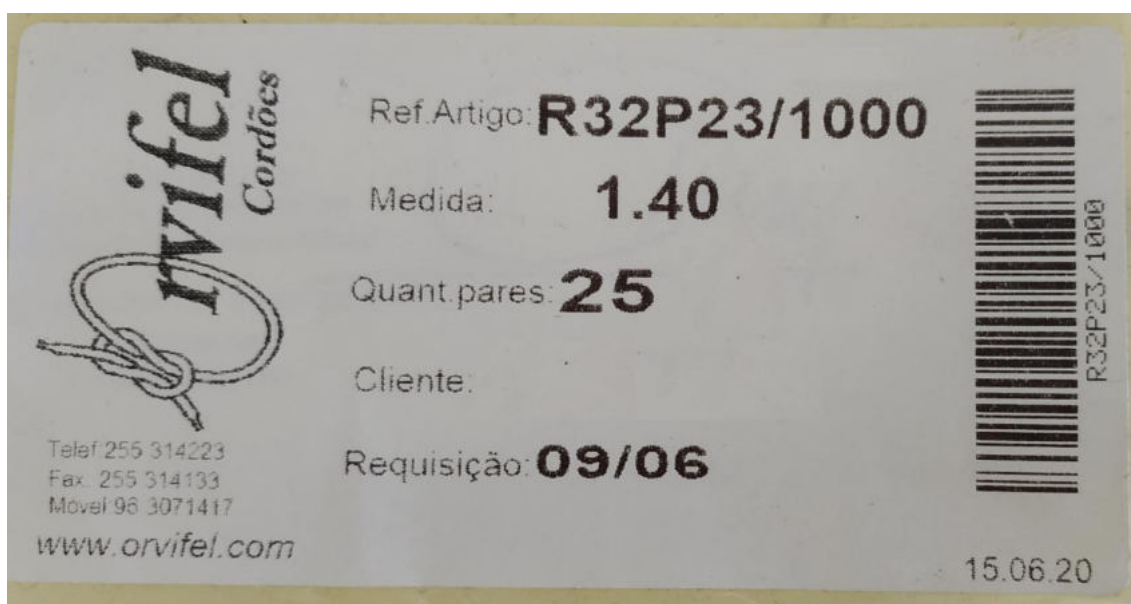


Figura 26 - Etiqueta de uma encomenda
Fonte: Fotografia tirada pela estagiária

A estagiária imprimiu algumas etiquetas, preenchendo os campos da medida, quantidade e cliente e posteriormente etiquetou as encomendas.

4.10. Imposto sobre o valor acrescentado

A declaração periódica do IVA é o documento legal que deve ser entregue por todos os sujeitos passivos de IVA, relativo às operações realizadas durante um determinado período de tempo (mensal ou trimestral). Esta obrigatoriedade de entrega *online*, prevista no artigo 29^a do Código do IVA, pretende apurar o imposto liquidado, o imposto suportado com a aquisição de bens e/ou serviços e o respetivo imposto dedutível. Ao apresentar a declaração, todos os sujeitos passivos de IVA têm de indicar o crédito existente, o imposto devido e os elementos que serviram de base ao cálculo:

- Dados de identificação
- Valor das vendas ou prestações de serviços (base tributável)
- Valor das transmissões e aquisições intracomunitárias
- Valor das operações isentas de IVA
- Valor das regularizações de imposto a favor do Estado e do sujeito passivo

No caso da Orvifel, o preenchimento da declaração periódica é trimestralmente, ou seja, tem que entregar a declaração até ao dia 15 do segundo mês ao trimestre, sendo esta

preenchida e entregue através do Portal das Finanças.

Para que a estagiária tivesse uma noção de como se preenche a declaração periódica do IVA, esteve com o CEO da Orvifel na elaboração do mesmo, acompanhando todo o processo.

No anexo 8, é apresentada a declaração periódica do IVA da Orvifel no primeiro trimestre do presente ano.

4.11. Inquérito trimestral às empresas não financeiras

A Orvifel recebeu uma notificação do Instituto Nacional de Estatística, informando a empresa de que foi selecionada para a amostra do Inquérito Trimestral às empresas não financeiras, relativo ao ano 2020.

Esse inquérito é efetuado em parceria com o Banco de Portugal com o objetivo de recolher os dados necessários á estimação dos principais agregados das Contas Nacionais Trimestrais e dos créditos comerciais com o exterior no âmbito da Balança de Pagamentos.

O primeiro passo foi aderir ao Weblnq, seguindo os passos mencionados na notificação. A figura 27 mostra o portal do Instituto Nacional de Estatística onde as empresas se autenticam.

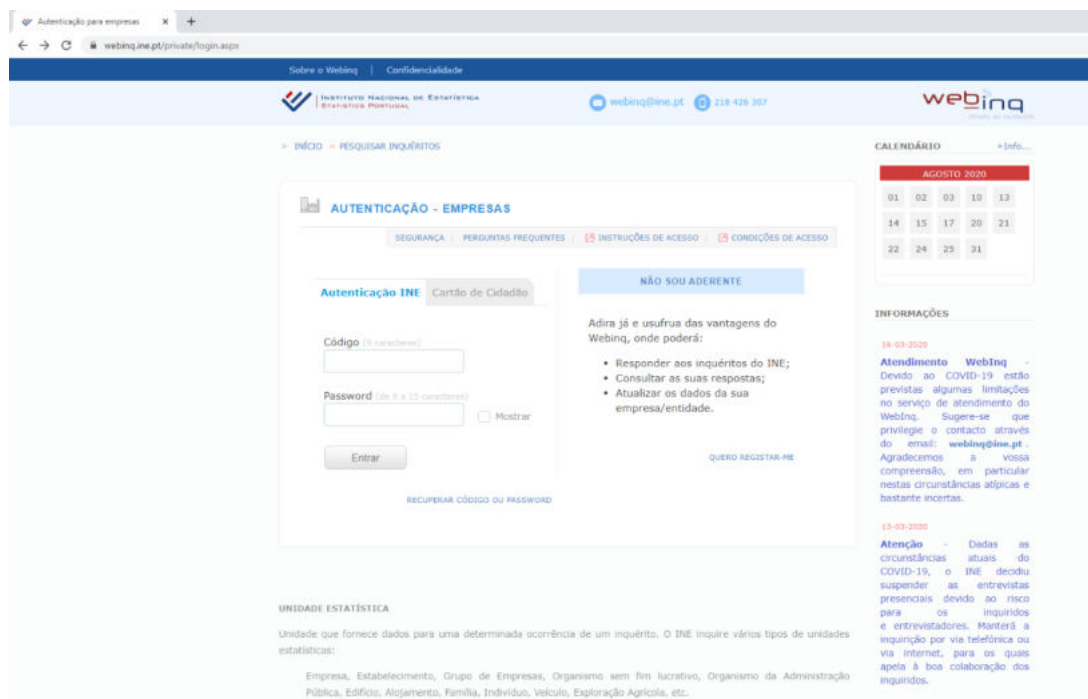


Figura 27 - Autentificação das empresas no INE
Fonte: <https://webinq.ine.pt/private/login.aspx>

Depois de se preencher o código e a password, entra-se na área reservada da empresa onde aparecem os inquéritos disponíveis que a empresa tem que responder.

São disponibilizados os inquéritos trimestrais. Existem vários quadros que é necessário preencher com o auxílio do balancete do trimestre correspondente.

O anexo 9 apresenta o inquérito preenchido pela Orvifel no primeiro trimestre do presente ano.

Foi pedido á estagiária que preenchesse todos os campos dos dois inquéritos trimestrais, com o auxílio dos balancetes e que enviasse para o INE.

Conclusão

Este estágio curricular revelou-se uma mais-valia para a estagiária, permitindo por em prática conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura e ainda ter a oportunidade de contacto com o mundo do trabalho, o que proporcionou o enriquecimento a nível profissional e pessoal.

A vertente comercial foi a área em que a estagiária desenvolveu mais atividades, entrando em contacto com pessoas, melhorando mapas que eram necessários para o quotidiano da empresa e explorando o *marketing* digital para que desse mais visibilidade à Orvifel a nível digital.

A estagiária não só desenvolveu as atividades destinadas ao estágio, como também valores que são importantes em qualquer emprego e empresa para que se trabalhe de forma eficiente e eficaz, como a disponibilidade, assiduidade e pontualidade.

Numa opinião global sobre o estágio curricular, a estagiária reconhece o esforço de todos os membros da empresa Orvifel que fizeram de tudo para que o estágio fosse enriquecedor, contudo, a situação pandémica que o mundo vive, dificultou algumas atividades que não foram desenvolvidas. Considera ainda que as atividades desenvolvidas foram concluídas com sucesso, mostrando interesse, dedicação e melhoria contínua nas tarefas desempenhadas.

Relativamente à empresa Orvifel, a estagiária defendeu numa reunião a importância de um vídeo institucional, na qual o projeto avançou dias depois com as gravações das instalações e que, atualmente, aguardam pelo resultado final. A estagiária também deu a sua opinião no sentido de que a empresa deixasse de utilizar a ferramenta *Excel* para o controlo de stock e passasse a usufruir mais do *software Sage* e dar continuidade no desenvolvimento do departamento comercial.

Em suma, e apesar das circunstâncias, a estagiária considera que a realização deste estágio foi uma experiência enriquecedora, a nível pessoal e profissional.

Bibliografia

- Araujo, V. (2013). *Orvifel Cordões Unipessoal, Lda*. Obtido em junho de 2020, de Orvifel:
<http://www.orvifel.com/>
- Benetti, R. (5 de agosto de 2020). *Marketing Digital em 2020: o que é e como funciona?* Obtido de orgnicadigital: <https://www.orgnicadigital.com/blog/afinal-como-funciona-o-marketing-digital/>
- Calçado, A. P. (2018). *Publicações - Monografia Estatística*. Obtido de apiccaps:
<https://www.apiccaps.pt/publications/monografia-estatistica/112.html>
- CoBlue. (2020). *Missão, visão e valores - Os 3 princípios empresariais*. Obtido em julho de 2020, de coclue: <https://coblue.com.br/blog/missao-visao-e-valores-os-3-principios-empresariais/>
- Estatística, I. N. (2007). *Classificação Portuguesa das Atividades Económicas*. Obtido em julho de 2020, de INE: https://www.ine.pt/ine_novidades/semin/cae/CAE_REV_3.pdf
- Faustino, P. (2019). *Marketing Digital na Prática*. Marcador.
- Felgueiras, C. M. (2020). *Município de Felgueiras*. Obtido em junho de 2020, de cm-felgueiras:
<http://www.cm-felgueiras.pt/pt/municipio>
- Finanças, M. d. (2020). *Declaração periódica*. Obtido em julho de 2020, de Portal das Finanças: http://www3.uma.pt/eduardog/IMG/pdf/declaracao_periodica_IVA.pdf
- Financeiro, D. (2020). Obtido de <https://www.dicionariofinanceiro.com/estrutura-organizacional/>
- Google. (junho de 2020). *Google Maps*. Obtido de <https://www.google.pt/maps/place/Orvifel++Cord%C3%B5es+Unipessoal+Lda/@41.369024,-8.2069457,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0xd24eb57c8c9f3:0x76282e302b8ee400!8m2!3d41.36902!4d-8.204757>
- Gustafsson, A. (1969). *Zebra Technologies*. Obtido de ZEBRA:
<https://www.zebra.com/br/pt.html>
- Indicadores não financeiros: o que são e dicas para defini-los*. (14 de setembro de 2018). Obtido em julho de 2020, de gennegociosegestao:
<https://gennegociosegestao.com.br/indicadores-nao-financeiros-dicas/>
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0*. Actual.
- Ltda., A. N. (2019). *Catalogo de produtos online é uma vantagem comercial*. Obtido de Next4 :
<https://www.next4.com.br/torne-seu-catalogo-de-produtos-online-uma-vantagem-comercial/>
- Município de Felgueiras*. (22 de dezembro de 2005). Obtido em junho de 2020, de heraldry-wiki: <https://www.heraldry-wiki.com/arms/websites/Portugal/www.fisicohomepage.hpg.ig.com.br/flg.htm>

- Notícias, J. d. (2020). *Empresas por Atividade*. Obtido em julho de 2020, de infoempresas:
<https://infoempresas.jn.pt/>
- Ramos, R. (2020). *Missão, Visão e Valores: Os Princípios Essenciais*. Obtido de infoescolas:
https://www.infoescola.com/administracao_/missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/
- Santo, R. J. (setembro de 2015). *Análise ao Cluster do Calçado em Portugal*. Obtido de
<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/12483/1/An%C3%A1lise%20ao%20cluster%20do%20cal%C3%A7ado%20em%20Portugal%20compara%C3%A7%C3%A3o%20de%20play.pdf>
- Sipnose Industrias do Couro e do Calçado*. (2017). Obtido em junho de 2020, de Industrias do Couro e do Calçado: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/i010552%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/i010552%20(7).pdf)
- Wikipédia. (2020). *Felgueiras*. Obtido em junho de 2020, de wikipédia:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Felgueiras#cite_note-3
- Wylie, G. (1981). *Software Sage*. Obtido de Sage: <https://www.sage.com/pt-pt/>

Anexos

Anexo 1 – Plano de estágio

Anexo 2 – Cidade de Felgueiras

Anexo 3 – Política de preços: Amostras

Anexo 4 – Publicações nas redes sociais

Anexo 5 – Catálogo de algodão



Anexo 6 – Mapa de controlo de inventário

Anexo 7 – Mapa de carteira de encomendas

Anexo 8 – Imposto sobre o valor acrescido

Anexo 9 – Inquérito trimestral às empresas não financeiras

Anexo 1

	PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados	MODELO GESP.004.06 Ano Letivo 2019/2020
	Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.	
Escola: <input type="checkbox"/> ESECD <input type="checkbox"/> ESS <input checked="" type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH Tipologia: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____ Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____ Informação adicional: (se aplicável) Designação: _____ Ano curricular: _____ Semestre: _____ <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período Regime específico COVID-19? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim		
1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES Estudante: <u>Isabela Daniela Peixoto Cunha</u> N.º de estudante: <u>1700078</u> Docente orientador(a): _____ Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Vitor Almeida</u>		
2. PLANO DE TRABALHO + controlo de stocks + centros de custos + fluxos de caixa + desenvolvimento do departamento comercial		
3. ASSINATURAS		
O(A) Estudante 05052020 D D M M A A A A <u>Isabela</u> (assinatura)	O(A) Docente Orientador(a) _____ D D M M A A A A _____ (assinatura)	O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):  <u>Vitor Almeida</u> Rua Frei António Ferreira Vilca, 4250-4510 - 18700-000, Portugal Telf. 256 314 228 / 256 314 229

Anexo 2

ENQUADRAMENTO TERRITORIAL

NUT II: North

NUT III/CIM: Tâmega e Sousa

Distrito: Distrito de Porto

Município: Felgueiras

Área Territorial: 115,74 Km²

População: 56.726 Habitantes

Densidade Populacional: 492,00 Hab./Km²

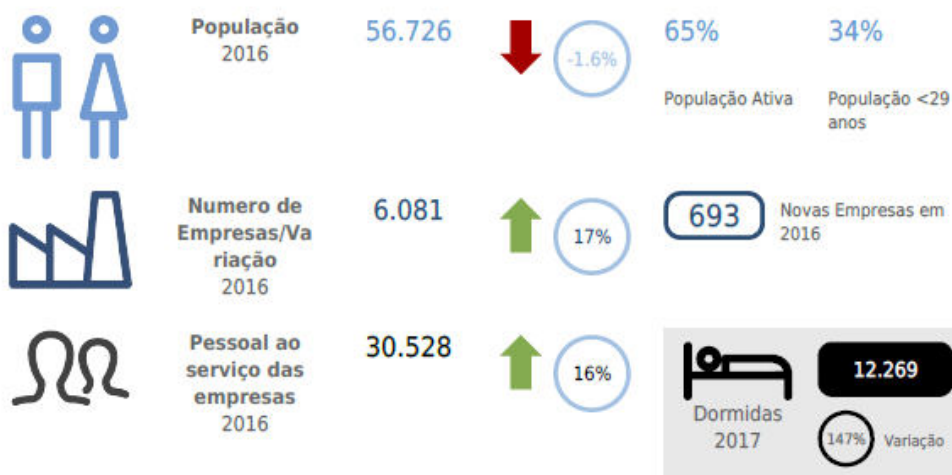
Número de freguesias: 20



O Município de Felgueiras pertence ao Distrito do Porto e integra a NUT II da Região do Norte e a CIM do Tâmega e Sousa. Os seus limites geográficos compreendem, a Norte, o Município de Fafe, a Nordeste, o Município de Celorico de Basto, a Sudeste, o Município de Amarante, a Sudoeste, o Município de Lousada e a Noroeste, o Município de Vizela e de Guimarães. O território do concelho de Felgueiras tem 115,74 km² de área e está subdividido em 20 freguesias, de acordo com a Reorganização Administrativa do Território das Freguesias

Felgueiras AEP

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS



Highlights

 34% da população tem menos de 29 anos.	 A indústria transformadora representa 66% do volume de negócios do município.	 91% das exportações são produtos de calçado e chapelaria.
--	---	--



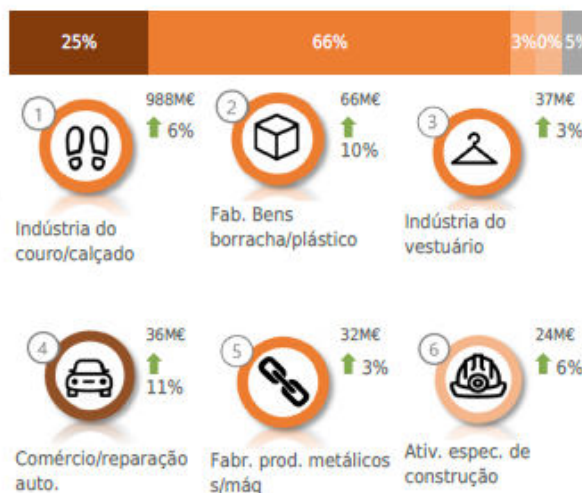
Felgueiras



Maiores setores no município (por CAE primário)

Por Volume de negócios

● **Retailo e comércio por grosso** ● **Indústria transformadora** ● **Construção** ● **Agricultura** ● **Outros**



Setores com mais crescimento nos últimos dois anos (VN, 2012-2016)



Felgueiras



Empresas Top-6 no município

Volume de negócios (contas não consolidadas, último ano disponível - 2016 ou 2017)

<p>Jefar - Indústria De Calçado, Lda</p> <p>1  44.2M€</p> <p>Fabr. de calçado</p>	<p>Rodiro - Fábrica De Calçado, Lda</p> <p>4  28.7M€</p> <p>Fabr. de calçado</p>
<p>Irmalex - Centro de Serv. Siderúrgicos, S.A.</p> <p>2  31.3M€</p> <p>Fabr. de outros produtos metálicos, n.e.</p>	<p>Carite - Calçados, Lda</p> <p>5  27.8M€</p> <p>Fabr. de calçado</p>
<p>Pedro Almeida, Sociedade Unipessoal, Lda</p> <p>3  30.7M€</p> <p>Com. por grosso de vestuário e calçado</p>	<p>CLAUDIFEL - Indústria De Calçado, Lda</p> <p>6  24.5M€</p> <p>Com. por grosso de vestuário e calçado</p>

Nascimentos de empresas

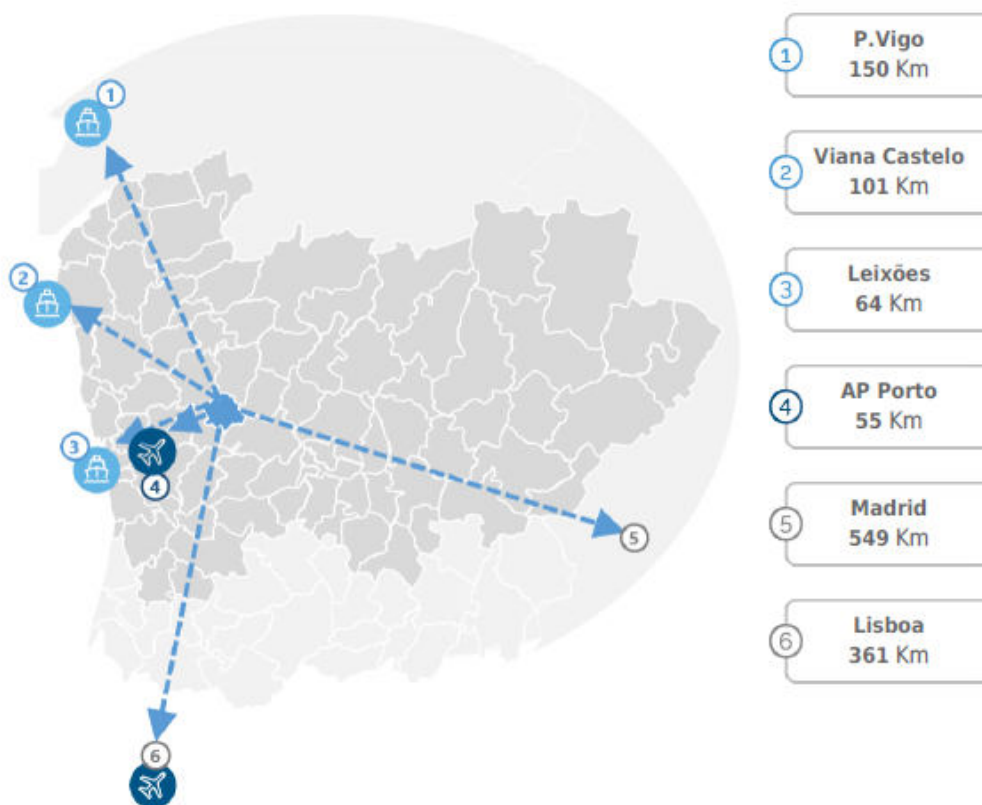
2016

 Nascimentos de Empresas Retalho / Proporção
130
9%

 Nascimentos de empresas Indústria Transformadora / Proporção:
142
10%

 Nascimentos de Empresas Construção / Proporção
41
9%

% = nascimentos comparado com o número total de empresas no setor



Estabelecimentos de ensino superior:

IPP - Escola Superior de Tecnologia e Gestão



Incubadoras e agências de investimento:

Incubadora Regional de Inovação Social (IRIS)



Divisão ou gabinete de Apoio ao Investidor:

Website:
<http://www.cm-felgueira.s.pt>

E-mail: gapp@cm-felgueiras.pt

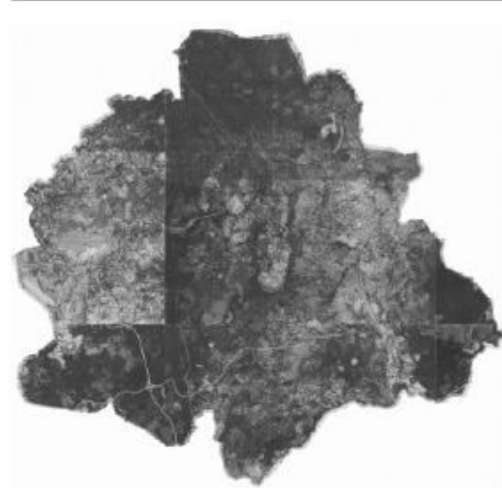
PARÂMETROS URBANÍSTICOS E INCENTIVOS MUNICIPAIS

INCENTIVOS MUNICIPAIS

 **Impostos e incentivos**

IMI	0.33%
IMT	sem informação
Taxas de Licenciamento	sem informação
Derrama	Taxa normal: 1,5%; Taxa reduzida: 1%
Criação Postos de Trabalho	Sem informação
Outros incentivos/ serviços	Balcão do Empreendedor

PARÂMETROS URBANÍSTICOS - PDM | ÁREAS EXISTENTES E ÁREAS FUTURAS



Custos com água e resíduos



Abastecimento de água
Taxas Abastecimento Águas - Parte fixa - Range:1,78 € - 11,12 €
Taxas Abastecimento Águas - Parte variável - Range:1,24 € - 2,44 € por m³



Águas Residuais
Taxas de Águas Residuais - Parte fixa - Range:2,1 €
Taxas de Águas Residuais - Parte variável - Range:0,7 € por m³



Resíduos Urbanos
Taxas de Águas Residuais - Parte fixa - Range:2,1 €
Taxas de resíduos urbanos - Parte variável - Range:0,11 € por m²



distribuição

QUALIDADE DE ENERGIA ELECTRICA

[Indicadores de qualidade de serviço](#)

[Indicadores de qualidade da onda de tensão](#)

IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DAS ÁREAS EMPRESARIAIS



ÁREA TOTAL DA ÁREAS EMPRESARIAIS DO MUNICÍPIO: 2.226.890 M2

ÁREA PARA INSTALAÇÃO DE EMPRESAS: 1.873.701 M2

ÁREAS EMPRESARIAIS: 9

[06.03.01] Zona Industrial de Revinhade
[06.03.02] Zona Industrial do Alto das Barrancas
[06.03.03] Zona Industrial Vila da Longra
[06.03.04] Zona Industrial de Lagares
[06.03.05] Zona Industrial de Calvário
[06.03.06] Zona Industrial do Pinhal da Rebela
[06.03.07] Zona Industrial de Sendim/Zona Industrial de Cabeça de Porca
[06.03.08] Zona Industrial do Carido
[06.03.09] Zona Industrial do Pinhal Basto

Anexo 3



Rua Frei António Ferreira Vilaça nº 250
Carvalhinhos - Margaride
4610 - 187 Felgueiras
Telef : 255 314 223
Fax : 255 314 133
NIPC: 509 932 312



www.orvifel.com

CIRCULAR

Assunto: Amostras

Devido à crescente solicitação de amostras, vimos por este meio informar que a partir de 01/12/2018 teremos a seguinte abordagem ao faturar as quantidades inferiores a 100 pares.

- Até 10 Pares = PVP X 4
- De 10 a 20 Pares = PVP x 3
- De 20 a 100 Pares = PVP x 2
- Em Quantidades superiores a 100 pares aplica-se o PVP normal (preço por metro)

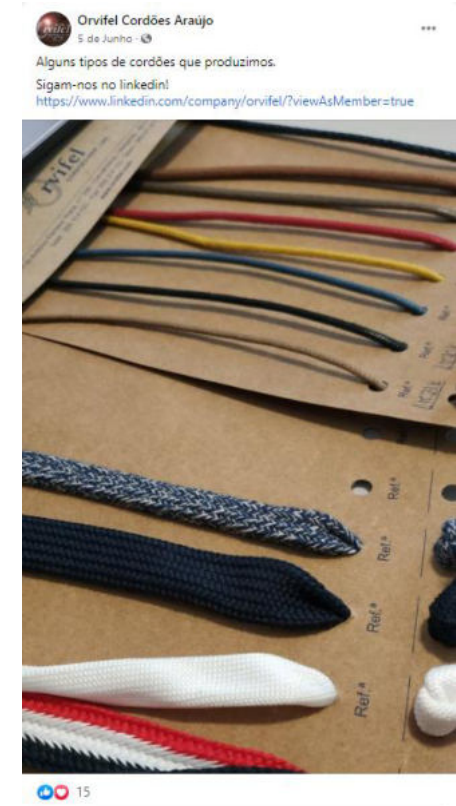
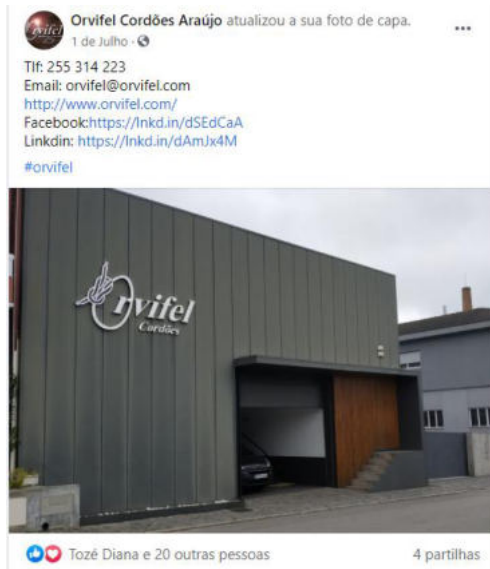
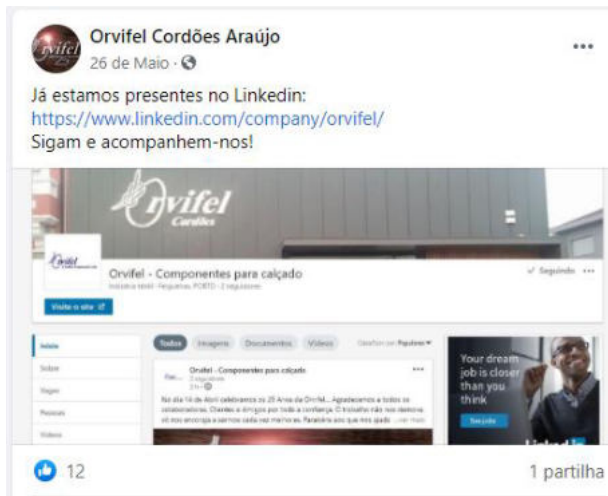
Salvo exceções, todas as amostras deverão ser liquidadas aquando do seu levantamento, ou em alternativa aquando do seu pedido.

Sem outro assunto, apresento os meus melhores cumprimentos:



Anexo 4

Facebook




● Linkedin

Orvifel - Componentes para calçado
49 seguidores
2 m • 🌐

Catálogo de Poliéster!

#orvifel

Visualizar tradução



4

Orvifel - Componentes para calçado
49 seguidores
1 m • 🌐

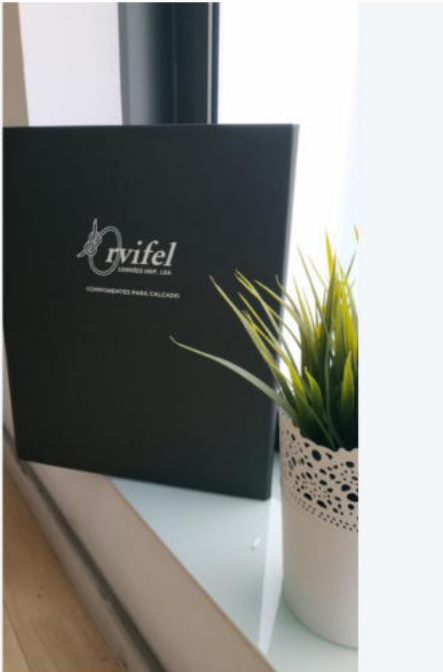
Período de férias de verão!
#orvifel



4

Orvifel - Componentes para calçado
49 seguidores
2 m • 🌐













Encomenda já o teu catálogo!
#orvifel



5













Anexo 5



 COR N.º <u>999</u>	 COR N.º <u>900</u>
 COR N.º <u>7010</u>	 COR N.º <u>1487</u>
 COR N.º <u>1505</u>	 COR N.º <u>1833</u>
 COR N.º <u>2469</u>	 COR N.º <u>2148</u>
 COR N.º <u>1220</u>	 COR N.º <u>2003</u>
 COR N.º <u>3025</u>	 COR N.º <u>1125</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4810-187 Feigueiras
 Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



	
COR N.º <u>1240</u>	COR N.º <u>21544 (16701)</u>
	
COR N.º _____	COR N.º <u>455</u>
	
COR N.º <u>3415</u>	COR N.º <u>993</u>
	
COR N.º <u>22782</u>	COR N.º <u>1545</u>
	
COR N.º <u>21541 (162445)</u>	COR N.º <u>22780</u>
	
COR N.º <u>1953</u>	COR N.º <u>violeta</u>













Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margende - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.rvifel.com



 COR N.º <u>1591</u>	 COR N.º <u>2190</u>
 COR N.º <u>1841</u>	 COR N.º _____
 COR N.º <u>24213</u>	 COR N.º <u>1020</u>
 COR N.º <u>verde NOVO</u>	 COR N.º <u>2594</u>
 COR N.º <u>1567</u>	 COR N.º <u>735</u>
 COR N.º <u>1403</u>	 COR N.º <u>549</u>

Rua Frel António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.rvifel.com



 COR N.º <u>3145</u>	 COR N.º <u>518</u>
 COR N.º <u>1102</u>	 COR N.º <u>1237</u>
 COR N.º <u>2447</u>	 COR N.º <u>144n</u>
 COR N.º <u>1737</u>	 COR N.º <u>2550</u>
 COR N.º <u>559</u>	 COR N.º <u>387</u>
 COR N.º <u>21985</u>	 COR N.º <u>2445</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



 COR N.º <u>2334</u>	 COR N.º <u>1845</u>
 COR N.º <u>194</u>	 COR N.º <u>995</u>
 COR N.º <u>184</u>	 COR N.º <u>459</u>
 COR N.º <u>1465</u>	 COR N.º <u>2501</u>
 COR N.º <u>1590</u>	 COR N.º <u>2352</u>
 COR N.º <u>707</u>	 COR N.º <u>753</u>












Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.rvifel.com



 COR N.º <u>469</u>	 COR N.º <u>1874</u>
 COR N.º <u>1943</u>	 COR N.º <u>526</u>
 COR N.º <u>1471</u>	 COR N.º <u>838</u>
 COR N.º <u>2695</u>	 COR N.º <u>1165</u>
 COR N.º <u>2475</u>	 COR N.º <u>2559</u>
 COR N.º <u>1089</u>	 COR N.º <u>396</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Feigueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



 COR N.º <u>1709</u>	 COR N.º <u>3233</u>
 COR N.º <u>1927</u>	 COR N.º <u>152</u>
 COR N.º <u>1097</u>	 COR N.º <u>166</u>
 COR N.º <u>912</u>	 COR N.º <u>810</u>
 COR N.º <u>373</u>	 COR N.º <u>2284</u>
 COR N.º <u>19007</u>	 COR N.º <u>2118</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Feigueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



 COR N.º <u>744</u>	 COR N.º <u>804</u>
 COR N.º <u>578</u>	 COR N.º <u>869</u>
 COR N.º <u>1925</u>	 COR N.º <u>1915</u>
 COR N.º <u>2025</u>	 COR N.º <u>787</u>
 COR N.º <u>143</u>	 COR N.º <u>1919</u>
 COR N.º <u>2696</u>	 COR N.º <u>4000</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Feigueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



 COR N.º <u>1083</u>	 COR N.º <u>1337</u>
 COR N.º <u>2938</u>	 COR N.º <u>855</u>
 COR N.º <u>1698</u>	 COR N.º <u>1889</u>
 COR N.º <u>2969</u>	 COR N.º <u>1730</u>
 COR N.º <u>rescla 50/185</u>	 COR N.º <u>508</u>
 COR N.º <u>rescla 50/156</u>	 COR N.º <u>1758</u>

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalinhos - Margaride - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com



 COR N.º <u>817</u>	 COR N.º <u>918</u>
 COR N.º <u>748</u>	 COR N.º <u>2176</u>
 COR N.º <u>1857</u>	 COR N.º _____
 COR N.º <u>940</u>	 COR N.º _____
 COR N.º <u>22269</u>	 COR N.º _____
 COR N.º <u>300</u>	 COR N.º _____

Rua Frei António Ferreira Vilaça, n.º 250 - Carvalhinhos - Margaride - 4610-187 Felgueiras
Telef.: 255 314 223 - Fax: 255 314 133 - Telem.: 963 071 417
www.orvifel.com

Anexo 6



Inventário do Início do mês de
Junho Algodão

Stock abaixo de 15KG

Stock entre 16KG a 30KG

Cor	DENIER	Quant./KG
Amarelo 152	24/2	19
Amarelo 166	24/2	26
Amarelo 22782	24/2	72
Amarelo 3233	24/2	35
Azul 1089	24/2	110
Azul 1089	20/2	140
Azul 1165	24/2	66
Azul 1375	24/2	18
Azul 1471	24/2	25
Azul 1684	24/2	2
Azul 1943	24/2	5
Azul 2475	24/2	26
Azul 2559	24/2	66
Azul 2695	24/2	31
Azul 300	24/2	30
Azul 396	24/2	47
Azul 469	24/2	3
Azul 753	24/2	83
Azul 838	24/2	38
Beje 1487	24/2	65
Beje 1505	24/2	23
Beje 1545	24/2	27
Beje 1833	24/2	60
Beje 21544 (K701)	24/2	65
Beje 2191	24/2	8
Beje 2938	24/2	42
Reje 4207	20/1	6

Algodão Poliéster +



Inventário do Início do mês de Junho
Poliéster

Stock abaixo de 2KG

Stock entre 3KG a 6KG

Cor	DENIER	Quant./KG
57	167/1	3
69	167/1	1
106	167/1	30
34	167/1	3
108	167/1	8
75	167/1	2
125	167/1	3
140	167/1	0,5
17	167/1	4
1004	167/1	11,340
114	167/1	2
56	167/1	1
28	167/1	3
137	167/1	7
107	167/1	2
23	167/1	7
136	167/1	2
76	167/1	4
113	167/1	3
144	167/1	3
37	167/1	4
51	167/1	6
10	167/1	3
32	167/1	3
1070	167/1	3
111	167/1	7
1009	167/1	4

Algodão Poliéster +

Anexo 7

CARTEIRA DE ENCOMENDAS

Julho

Total Pares: 19 084

Total Metros: 49 532

Encomenda	Cliente	Dt. Pedido	Estado Encomenda	Dt. Ent.	Cod.Artigo		PARES	MEDIDA	METROS	Trat.	Saldo	Neces.	Obs.
935	SOUTO	08-jul	Em Andamento	13-ago	R24P1000	R24P	1000	3 080	1,10	6 776			PONT. FOUGANZA
	GOMES & LEITE	07-jul			P32/16105	P32/16	105	12	0,60	14			
	GOMES & LEITE	07-jul			P32/16126	P32/16	126	12	0,60	14			
42827	PORTMAN	11-jul	Concluido	11-ago	RAT2443/900	RAT24	43/900	214	1,40	599			
	PORTMAN	11-jul	Concluido	11-ago	RAT2443/900	RAT24	43/900	198	1,40	554			
1365	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago	21/C1125	21/C	1125	1 049	1,35	2 832			
	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago	21/C1000	21/C	1000	894	1,35	2 414			
	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago	R32/161390/27/104	R32/16	1390/27/104	842	1,70	2 863	12		
	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago	21/C1125	21/C	1125	828	1,20	1 987			
	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago			77	306	1,80	1 102			
	RILIX	08-jul	Em Andamento	1-ago			17	1 289	1,80	4 640			
1397	RILIX	09-jul	Em Andamento	1-ago	Q1237	Q	1237	256	1,60	819	36		
	RILIX	09-jul	Em Andamento	1-ago	R32E1252/900	R32E	1252/900	188	1,65	620			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	10	0,85	17			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	23	0,90	41			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	30	0,95	57			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	15	1,00	30			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	50	1,05	105			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	74	1,10	163			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32900	PAF32	900	31	1,15	71			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32993	PAF32	993	10	1,05	21			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32993	PAF32	993	5	1,10	11			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32993	PAF32	993	5	1,15	12			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF322938	PAF32	2938	15	1,05	32			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF322938	PAF32	2938	28	1,10	62			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF322938	PAF32	2938	24	1,15	55			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321022	PAF32	1022	17	1,05	36			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321022	PAF32	1022	39	1,10	86			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321022	PAF32	1022	27	1,15	62			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321441	PAF32	1441	19	1,10	42			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321441	PAF32	1441	31	1,15	71			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321567	PAF32	1567	26	1,05	55			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321567	PAF32	1567	52	1,10	114			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF321567	PAF32	1567	34	1,15	78			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32869	PAF32	869	5	1,00	10			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32869	PAF32	869	40	1,05	84			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32869	PAF32	869	20	1,10	44			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32804	PAF32	804	10	1,40	28			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32804	PAF32	804	25	1,45	73			
	ALFIL	29-jul	Em Andamento	10-ago	PAF32804	PAF32	804	30	1,50	60			

Anexo 8

AT autoridade tributária e aduaneira	DECLARAÇÃO PERIÓDICA	IVA imposto sobre o valor acrescentado
IDENTIFICAÇÃO		
01 Do Sujeito Passivo		
Número de identificação fiscal 509932312		Localização da sede CONTINENTE <input checked="" type="checkbox"/> AÇORES <input type="checkbox"/> MADEIRA <input type="checkbox"/>
02 Da declaração nº	03 Operações em espaço diferente do da sede (DEC. LEI Nº 347/85 DE 23/08)	04 Declaração Recapitulativa ALÍNEA II DO Nº 1 DO ARTº 29.º DO CIVA E Nº 1 DO ARTº 30º DO RITI <input type="checkbox"/> ASSINALE SE, NO PERÍODO DE REFERÊNCIA, APRESENTOU ALGUMA DECLARAÇÃO RECAPITULATIVA
ANO: 2020 Período Declarativo: 06T Prazo da declaração: Dentro do prazo <input checked="" type="checkbox"/> Fora do prazo <input type="checkbox"/>	CONTINENTE <input type="checkbox"/> AÇORES <input type="checkbox"/> MADEIRA <input type="checkbox"/>	
05 INEXISTÊNCIA DE OPERAÇÕES		
<input type="checkbox"/> SE NO PERÍODO A QUE RESPEITA A DECLARAÇÃO, NÃO REALIZOU OPERAÇÕES ACTIVAS NEM PASSIVAS QUE DEVAM CONSTAR DO QUADRO 06 ASSINALE ESTE QUADRO		
06 APURAMENTO DO IMPOSTO RESPEITANTE AO PERÍODO A QUE A DECLARAÇÃO SE REFERE		
Efectuou operações desta natureza? (valores incluídos nos campos 1, 5, 3 ou 9) <input type="checkbox"/> Em que, na qualidade de adquirente, liquidou o imposto a que se referem as alíneas a), b) e c) do artigo 42.º do CIVA <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> (Preencha também o Quadro 06-A) <input type="checkbox"/> NÃO <input checked="" type="checkbox"/> A que se referem as alíneas f) e g) do n.º 3 do art.º 3.º e alíneas a) e b) do n.º 2 do art.º 4.º do CIVA		
1 TRANSMISSÕES DE BENS E PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS EM QUE LIQUIDOU IMPOSTO	BASE TRIBUTÁVEL	IMPOSTO A FAVOR DO ESTADO
• À taxa reduzida	1 2	2
• À taxa intermédia	5 3 74.833,99 ✓	6 4 17.211,81 ✓
• À taxa normal	8	
• Isentas ou não tributadas	9	
• Transmissões intracomunitárias de bens e prestações de serviços mencionadas nas declarações recapitulativas	TOTAL (10 = 12+14+15)	TOTAL (11 = 13)
• Operações que conferem direito à dedução	10 32,00	11
• Operações que não conferem direito à dedução	12	13
2 AQUISIÇÕES INTRACOMUNITÁRIAS DE BENS E OPERAÇÕES ASSIMILADAS	14 32,00	
• Cujo imposto foi liquidado pelo declarante	15	
• Abrangidas pelos artigos 15.º do CIVA ou do RITI	16	
• Abrangidas pelos n.ºs 3, 4, e 5. do artigo 22.º do RITI	17	
3 PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS EFECTUADAS POR SUJEITOS PASSIVOS DE OUTROS ESTADOS Membros, cujo imposto foi liquidado pelo declarante	18	17
4 IMPORTAÇÕES DE BENS CUJO IMPOSTO FOI LIQUIDADO PELO DECLARANTE (n.º 8 do art.º 27 do CIVA)		19
5 IMPOSTO DEDUTÍVEL	20	
• Imobilizado	21	
• Existências à taxa reduzida	22 4.029,20	
• Existências à taxa intermédia	23	
• Existências à taxa normal	24 502,19	
• Outros bens e serviços	25	
6 REGULARIZAÇÕES MENSIS/ TRIMESTRAIS E ANUAIS (EXC. CAMPO 81)	26	
7 EXCESSO A REPORTAR DO PERÍODO ANTERIOR, (CAMPO 96 DA DECLARAÇÃO ANTERIOR - N.º 4 DO ART.º 22.º)	40 62,69 ✓	41 2,81
8 ANEXO - (ver campo 1, 2 ou 3 do Quadro 04)	61 0,00	
9 ANEXO - (ver campo 1, 2 ou 3 do Quadro 04)	65	66
	67	68
TOTAL DA BASE TRIBUTÁVEL (1+5+3+...+10+16)	TOT. DO IMP. A FAVOR DO SUJEITO PASSIVO (20+21+...+81)	TOTAL DO IMPOSTO A FAVOR DO ESTADO (2+6+4+11+17+...+68)
90 74.865,99	91 4.594,08	92 17.214,62
IMPOSTO A ENTREGAR AO ESTADO	(92 - 91)	
93 12.620,54		
CRÉDITO DE IMPOSTO A RECUPERAR	SOLICITO REEMBOLSO <input type="checkbox"/> 95	
94 0,00 (91 - 92)	EXCESSO A REPORTAR <input type="checkbox"/> 96	

99-A DESENVOLVIMENTO DO QUADRO 06			
A - OPERAÇÕES LOCALIZADAS EM PORTUGAL EM QUE, NA QUALIDADE DE ADQUIRENTE, LIQUIDOU O IVA DEVIDO (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Efectuadas por entidades residentes em países comunitários (não inclui as operações mencionadas no campo 16)	<input type="text" value="97"/>	Efectuadas por entidades residentes em países ou territórios terceiros	<input type="text" value="98"/>
B - OPERAÇÕES EM QUE LIQUIDOU O IVA DEVIDO POR APLICAÇÃO DA REGRA DE INVERSÃO DO SUJEITO PASSIVO (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Ouro (Decreto - Lei 362/99)	<input type="text" value="99"/>	Aquisições de imóveis com renúncia à isenção (Decreto-Lei 21/2007)	<input type="text" value="100"/>
Sucatas [Alínea i) do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	<input type="text" value="101"/>	Serviços de construção civil [Alínea j) do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	<input type="text" value="102"/>
		Emissão de gases com efeito de estufa [Alínea j) do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	<input type="text" value="105"/>
C - OPERAÇÕES REFERIDAS NAS ALÍNEAS F) E G) DO N.º 3 DO ARTIGO 3.º E ALÍNEAS A) E B) DO N.º 2 DO ARTIGO 4.º DO CIVA (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Se efectuou operações desta natureza, indique o seu valor.			<input type="text" value="103"/>
D - OPERAÇÕES REFERIDAS NAS ALÍNEAS A) , B) E C) DO ARTIGO 42.º DO CIVA (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5, 3 e 9)			
Se efectuou operações desta natureza, indique o seu valor.			<input type="text" value="104"/>
SOMA DO QUADRO 06-A (97 + + 104)		<input type="text" value="106"/>	0,00
20 A PRESENTE DECLARAÇÃO CORRESPONDE À VERDADE E NÃO OMITTE QUALQUER INFORMAÇÃO PEDIDA			
Zona para identificação do Técnico Oficial de Contas, nos casos em que ela seja obrigatória. NIF <u>203506421</u>			

COMO PROCEDER AO PAGAMENTO

Se os valores inscritos na DP conduzirem a uma situação de "Imposto a Entregar ao Estado" (campo 93), o pagamento do mesmo pode ser efectuado nas caixas automáticas Multibanco, nas Tesourarias de Finanças informatizadas, nos balcões dos CTT e pela Internet, no serviço "Homebanking" das instituições bancárias que disponibilizem a opção "Pagamentos ao Estado". Utilizando o número de documento indicado no documento de pagamento, para a forma de pagamento escolhido.

AT		REGULARIZAÇÕES DO CAMPO 40				IVA	
autoridade tributária e aduaneira						imposto sobre o valor acrescentado	
Campos de preenchimento automático pela AT							
NIF		509932312		PERÍODO DE IMPOSTO		2020 / 06T	
1 REGULARIZAÇÕES A FAVOR DO SUJEITO PASSIVO - ABRANGIDAS PELO ART.º 78.º E PELO REGIME DO ART.º 78.º - A a 78.º - D							
ARTIGO	N.º DE IDENTIFICAÇÃO FISCAL	DATA DE EMISSÃO (Ano/Mês)		BASE DE INCIDÊNCIA DA REGULARIZAÇÃO		IVA REGULARIZADO	
(1)	(2)	(3)		(4)			
1-A Art.º 78.º, n.ºs 2, 3 e 6							
78.º							
01	501244603	2020	05	259,85		59,77	
01	513066004	2020	05	12,68		2,92	
1-B Art.º 78.º, n.º 7 - créditos considerados incobráveis antes de 2013							
78.º, n.º 7							
1-C Art.º 78.º, n.º 7 - créditos considerados incobráveis a partir de 01/01/2013							
78.º, n.º 7							
1-D Art.º 78.º, n.º 8, alíneas b), c), d) e e)							
78.º, n.º 8							
1-E Art.º 78.º - A, n.º 4							
78.º - A							
1-F Art.º 78.º - A, n.º 2, alínea a)							
78.º - A							
n.º 2, alínea a) DEFERIMENTO DO PEDIDO PRÉVIO PELA AT		número de pedido prévio					
1-G Art.º 78.º - B, n.º 4							
78.º - B							
n.º 4 DEFERIMENTO TÁCITO		número de pedido prévio					
2 REGULARIZAÇÕES CUJO CRÉDITO NÃO SEJA SUPERIOR A €750, IVA INCLUÍDO (cujo devedor seja particular ou sujeito passivo sem direito à dedução)							
Valor do crédito não seja superior a €750, IVA incluído, por devedor [al. a) do n.º 8 do art.º 78.º e al. b) do n.º 2 do 78.º - A]							
3 OUTRAS REGULARIZAÇÕES NÃO ABRANGIDAS PELO ART.º 78.º E PELO REGIME DO ART.º 78.º - A a 78.º - D							
Regularizações abrangidas pelos art.ºs 23.º e 26.º							
Outras regularizações (Ex: fusão)							
4 VALOR TOTAL DO CAMPO 40 62,69							
5 Certificação por revisor oficial de contas (ROC) nos termos previstos nos artigos 78.º, n.º 9 ou 78.º - D							
Número de identificação fiscal do ROC							
O PRESENTE ANEXO CORRESPONDE À VERDADE E NÃO OMITTE QUALQUER INFORMAÇÃO							

AT autoridade tributária e aduaneira		REGULARIZAÇÕES DO CAMPO 41		IVA Imposto sobre o valor acrescentado
Campos de preenchimento automático pela AT				
NIF <input type="text" value="509932312"/>		PERÍODO DE IMPOSTO <input type="text" value="2020 / 06T"/>		
1	REGULARIZAÇÕES A FAVOR DO ESTADO - ABRANGIDAS PELO ART.º 78.º E PELO REGIME AO ART.º 78.º - A a 78.º - D			
	ARTIGO	NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO FISCAL	BASE DE INCIDÊNCIA DA REGULARIZAÇÃO	IVA REGULARIZADO
	(1)	(2)	(3)	(4)
1-A	Art.º 78.º, n.ºs. 3, 4 e 6			
	78.º			
	03	504615947	12,20	2,81
1-B	Art.º 78.º, n.º 7			
	78.º, n.º 7			
1-C	Art.º 78.º, n.º 8, alínea d)			
	78.º, n.º 8			
	alínea d)			
1-D	Art.º 78.º, n.º 12			
	78.º			
	n.º 12			
1-E	Art.º 78.º - C, n.º 1			
	78.º - C, n.º 1		número de pedido prévio	
1-F	Art.º 78.º - C, n.º 3			
	78.º - C, n.º 3	NIF	NÚMERO DO PEDIDO PRÉVIO (caso exista)	BASE DE INCIDÊNCIA DA REGULARIZAÇÃO
2	OUTRAS REGULARIZAÇÕES NÃO ABRANGIDAS PELO ART.º 78.º E PELO REGIME DO ART.º 78.º - A a 78.º - D			
	Regularizações abrangidas pelos art.ºs 23.º a 26.º			
	Artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 198/90, de 19 de junho			
	Decreto-Lei n.º 19/2017, de 14 de fevereiro			
	Outras regularizações (Ex: fusão)			
3	VALOR TOTAL DO CAMPO 41			2,81
O PRESENTE ANEXO CORRESPONDE À VERDADE E NÃO OMITTE QUALQUER INFORMAÇÃO				

Anexo 9



Assunto: Notificação de Lançamento - Inquérito Trimestral às Empresas Não Financeiras 2020 (ITENF)

Data: 2020/07/08

Ref.º N.º: 024.SDAE.NDE4.2020.607.01

DRGD-E4-607-PV

Esta notificação destina-se a informar que a empresa **ORVIFEL - CORDÕES, UNIPESSOAL LDA (509932312)** foi selecionada para a amostra do **Inquérito Trimestral às Empresas Não Financeiras (ITENF)** relativo ao ano de **2020**. Este inquérito é efetuado em parceria com o Banco de Portugal e o seu principal objetivo é a recolha de dados necessários à estimação dos principais agregados das Contas Nacionais Trimestrais e dos créditos comerciais com o exterior no âmbito da Balança de Pagamentos.

A resposta ao Inquérito Trimestral às Empresas Não Financeiras do Instituto Nacional de Estatística, IP (INE) é obrigatória por força do nº 1 do art.º 4º da Lei nº 22/2008, de 13 de maio (Lei do Sistema Estatístico Nacional) e do nº 5 do art.º 4º do Decreto-Lei nº 136/2012, de 2 de julho (Lei Orgânica do INE) e deverá ser entregue devidamente preenchido até ao dia 25 do mês seguinte ao trimestre de referência, podendo ser utilizados valores provisórios, a ajustar posteriormente.

A **confidencialidade da informação individual recolhida é garantida**, estando sujeita a segredo estatístico e profissional, nos termos do artigo 6º da Lei do Sistema Estatístico Nacional.

Para o **ITENF 2020 - 1º e 2º Trimestres** destacamos os seguintes aspetos:

- > **Prazo de resposta - 25/07/2020;**
- > **Modo de resposta**
 - Formulário eletrónico em <http://webinq.ine.pt> - opção 'Responder a inquéritos';
 - Versão do questionário em PDF disponível em <http://webinq.ine.pt> - opção 'Downloads'.

Conforme o plano de contingência adotado pelo INE, a resposta a este inquérito apenas pode ser efetuada por formulário eletrónico (**WebInq**) através do endereço <https://webinq.ine.pt/aderentes>, seguindo as instruções da caixa lateral.

O **WebInq** é um serviço de recolha de dados do INE, pela Internet, que permite a resposta a vários inquéritos de forma fácil, rápida e segura, pelo que o utilizador deve tornar-se aderente e ativar uma chave (indicada ao lado) - única para cada empresa - garantindo a confidencialidade e a autenticidade da resposta.

Ficamos disponíveis para esclarecimentos adicionais através dos contactos destacados na caixa lateral.

Cumprimentos,

Instituto Nacional de Estatística



Departamento de Recolha e Gestão de Dados
O Diretor
(Paulo Saraiva dos Santos)

Banco de Portugal



Departamento de Estatística
O Diretor
(António Marques Garcia)

ORVIFEL - CORDÕES, UNIPESSOAL LDA

R FR ANTONIO FERREIRA VILACA 250
FELGUEIRAS

4610-187 FELGUEIRAS

Aderir ao WebInq

Aceda ao site: <http://webinq.ine.pt/aderentes>

- Escolha a opção » **Não sou aderente**
- Aceite as » **Condições de acesso**
- Preencha a identificação do aderente

- É gerado um **código de aderente** (via ecrã), do tipo AAA000001. Guarde ou imprima este código.
- É enviado um e-mail com a respetiva **password** que deve ser guardada, assim como a referência indicada na mensagem.

Ativar a chave Mestra

- Após aceder com o código e password de aderente:
- No menu Inicial escolha a opção **Ativar chave mestra**
 - Preencha com o **Identificador e chave mestra** indicados abaixo e clique em **Enviar**

Código Identificador

01 - 509932312

Chave Mestra

8622-9382-516b-4872

Após ativação da chave mestra pode de imediato proceder à resposta dos inquéritos que se encontram a **Decorrer** ou **Fora do prazo**

Contactos do INE

Sobre o WebInq:

☎ 218 426 307 ✉ webinq@ine.pt

Sobre o ITENF:

Núcleo de Dados Empresariais 4

Técnico (a): Patrícia Vilças

☎ 218 440 436 - opção 1 ✉ itenf@ine.pt