

# **Atividades Comerciais e de Gestão na Cópave – Sociedade Avícola, Lda.**

Relatório de Estágio

Áureo Medeiros Teixeira

## **Orientador**

Professor Doutor Pedro Portugal Sousa Nunes

Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças.



## RESUMO

Este relatório é o culminar de um estágio profissional inserido no plano de estudos do Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças, da Universidade dos Açores. Este estágio decorreu entre 1 de Outubro de 2015 e 30 de Abril de 2017 no Grupo Sicosta, mais propriamente ao serviço da empresa Cópave – Sociedade Avícola, Lda., uma das nove empresas do Grupo Sicosta. A Cópave tem como missão “proporcionar aos seus consumidores a melhor carne de frango regional”.

Neste relatório são mencionadas as atividades que foram desenvolvidas ao longo do presente estágio, no qual foi possível correlacionar a vertente académica lecionada durante a Licenciatura em Gestão e ao longo do Mestrado em Ciências Económicas e Empresarias, fazendo assim o elo de ligação entre a teoria e a prática da gestão empresarial. Com este estágio pretende-se fortalecer alguns conceitos contidos na licenciatura e adquirir experiência profissional, dando início a uma nova fase que consiste na entrada no mercado de trabalho, ligado ao ramo da gestão de empresas.

No presente relatório é feita uma caracterização geral do Grupo Sicosta e da empresa Cópave, e das diferentes áreas de negócio em que o Grupo se insere, bem como uma breve análise sobre o mercado regional e os seus concorrentes. Este relatório contempla uma descrição das atividades desenvolvidas no estágio nas diferentes empresas do Grupo Sicosta. Todas as tarefas desempenhadas foram fundamentais para aprofundar conhecimentos e desenvolver competências anteriormente adquiridas.

## **ABSTRACT**

This report marks the climax of a professional internship, inserted in the Masters Degree in Economic and Business Sciences, with specialization in Finances, of the University of the Azores. This internship took place between October 1st 2015 and April 30th 2017 at Grupo Sicosta, more properly at the service of the Cópave – Sociedade Avícola, Lda company, one of nine companies that belong to Grupo Sicosta. Cópave's mission is "to provide consumers with the best regional chicken meat".

This report mentions the activities that were developed along the internship, in which it was possible to correlate all the academics content taught during the Management Graduation and the Economic and Business Sciences Degree, resulting in a connection link between all the theory and practice of business management.

With this internship, I look forward to strengthen some concepts contained in the Graduation and to acquire some professional experience, starting a new phase that consists in entering the job market, connected to the business management area.

The present report contains a general characterization of the Grupo Sicosta and Cópave company, the different business areas in which the group is inserted, as well as a brief analysis on the regional market and its competitors. Therefore, this report contemplates a description of the activities developed over the internship in Grupo Sicosta's different companies. All the tasks that I performed during the internship were fundamental to deepen knowledge and develop skills that were previously acquired.

## AGRADECIMENTOS

O presente relatório é o culminar de uma longa jornada de trabalho, aprendizagem, partilha de conhecimentos, dedicação e entreajuda. O Estagiar L foi o meu primeiro contacto com o mundo do trabalho, dando assim início a uma nova etapa da minha vida.

Em primeiro lugar quero agradecer ao Administrador do Grupo Sicosta, Messias Emanuel de Sousa Teves por ter confiado em mim e ter aberto as portas das suas empresas para que eu pudesse realizar o presente estágio e, com isto, desenvolver as minhas competências profissionais e pessoais, contribuindo para o meu desenvolvimento.

Gostaria também de agradecer ao meu orientador, o Professor Doutor Pedro Portugal Sousa Nunes, por ter aceitado o meu convite, e pelo apoio, disponibilidade e compreensão, estando sempre pronto a ajudar em todos os momentos.

De igual modo gostaria de agradecer ao meu tutor no Grupo Sicosta, o Dr. Pedro Matos, pela ajuda prestada e pela partilha de conhecimentos e de informação, que possibilitaram a criação do presente relatório. Quero agradecer também ao Dr. Rui Maré, responsável pela empresa Cóprave, com quem trabalhei diariamente e diretamente em todas as tarefas desempenhadas na Cóprave.

Quero agradecer também a todos os meus colegas de trabalho do Grupo Sicosta, pela forma como me receberam, e pela ajuda e colaboração ao longo do estágio. O seu contributo e partilha de conhecimentos foi imprescindível.

Gostaria de fazer um agradecimento especial à minha família e namorada, pelo incentivo que me deram para realizar o mestrado, e pelo apoio constante durante o presente estágio. Obrigado por terem acreditado em mim, sem vocês nada disto seria possível.

## ÍNDICE

RESUMO .....	ii
ABSTRACT .....	iii
AGRADECIMENTOS .....	iv
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DO GRUPO SICOSTA.....	3
1.1 – Descrição Sucinta do Grupo Sicosta .....	3
1.2 – Missão, Visão e Competências.....	4
1.3 – História do Grupo Sicosta .....	5
1.4 – Setores de Atividade do Grupo Sicosta.....	8
1.5 – Organograma das Empresas do Grupo Sicosta.....	10
CAPÍTULO II – CARACTERIZAÇÃO DA CÓPRAVE – SOCIEDADE AVÍCOLA, LDA.....	12
2.1 – Descrição Geral da Cópave – Sociedade Avícola, Lda.....	12
2.2 - Missão e Visão da Cópave – Sociedade Avícola, Lda.....	14
2.3 – Produtos apresentados pela Cópave .....	14

CAPÍTULO III – ANÁLISE AO MERCADO CONCORRENCIAL REGIONAL DAS DIFERENTES EMPRESAS DO GRUPO SICOSTA .....	17
3.1 – Apresentação do Mercado Concorrencial das empresas do Grupo Sicosta.....	17
CAPÍTULO IV – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO.....	27
4.1 – Tarefas desempenhadas na SSCC – Soluções Agropecuárias S.A.....	28
4.2 – Tarefas desempenhadas na Cópave – Sociedade Avícola Lda. ....	38
CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA .....	51
CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES .....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Descrição das empresas do Grupo Sicosta.....	4
Figura 2. Organograma do Grupo Sicosta .....	11
Figura 3. Cardex de Produtos Cópave.....	13
Figura 4. Volume de Vendas entre 2012 e 2015 da empresa Cópave.....	22
Figura 5. Volume de Vendas entre 2012 e 2015 da empresa SSCC .....	24
Figura 6. Percentagem do Volume de Vendas das empresas do Grupo Sicosta .....	26
Figura 7. Rações de Bovinos de Carne Marca "Prémio" .....	29
Figura 8. Rações de Bovinos Vacas Leiteiras Marca "Prémio" .....	29
Figura 9. Rações de Suínos Marca "Prémio" .....	30
Figura 10. Rações de Aves Marca "Prémio" .....	31
Figura 11. Programa de Gestão do Grupo Sicosta "WEuroGest" .....	32
Figura 12. Plano de Contas Grupo Sicosta Classe 2 e Classe 3. ....	35
Figura 13. Plano de Contas Grupo Sicosta Classe 6 e Classe 7. ....	36
Figura 14. Declaração Periódica de Solicitação do IVA Dedutível .....	37
Figura 15. Modelo de Formulário de Candidatura a um Subsídio de Apoio .....	40
Figura 16. Folha de Cálculo de Elaboração de Promocionais.....	42
Figura 17. Mapa de Vendas por Vendedor Cópave. ....	44

## INTRODUÇÃO

O presente relatório é o resultado de um estágio profissional integrado no Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, MCEE, da Universidade dos Açores, cujo objetivo é relatar de forma sucinta todo o meu envolvimento com o mundo de trabalho e todas as tarefas desempenhadas por mim, tendo estas sido fundamentais para o desenvolvimento das minhas competências profissionais.

O relatório é composto por cinco capítulos. O primeiro capítulo relata, de forma geral, a história do Grupo Sicosta, desde a sua criação até aos dias de hoje. Neste capítulo são mencionadas as principais áreas de atividades das diversas empresas do Grupo, fazendo referência à missão, visão e competências do Grupo Sicosta.

No segundo capítulo, é elaborada uma caracterização geral da empresa Cópave - Sociedade Avícola Lda., contando a história da sua criação. É feita uma descrição mais detalhada das famílias de produtos que esta produz e comercializa, mencionando ainda qual a missão e visão da empresa no seu dia-a-dia.

O terceiro capítulo apresenta uma análise ao mercado concorrencial das diferentes empresas do Grupo na Região Autónoma dos Açores. Neste são dados a conhecer quais os principais concorrentes das empresas do Grupo, nas principais famílias de produtos, mencionando algumas marcas que competem diariamente no mercado.

No quarto capítulo são relatadas as diversas atividades desenvolvidas por mim nas diversas empresas em que trabalhei dentro do Grupo Sicosta, mencionando os conhecimentos adquiridos e as competências desenvolvidas.

O quinto capítulo contém uma análise crítica ao estágio realizado, referindo os aspetos positivos dos diversos trabalhos que desempenhei, bem como o contributo dos mesmos para o desenvolvimento das minhas competências. É feita ainda uma crítica construtiva quanto a alguns métodos de trabalhos utilizados.

Por último, o sexto capítulo menciona as principais conclusões a retirar do estágio, e a sua importância na minha formação profissional, fazendo menção ao apoio dado pela empresa e pelo meu orientador.

## **CAPÍTULO I – CARACTERIZAÇÃO DO GRUPO SICOSTA**

### **1.1 – Descrição Sucinta do Grupo Sicosta**

O primeiro capítulo apresenta uma visão geral da história do Grupo Sicosta, desde a sua origem até aos dias de hoje, expondo as suas principais atividades, cultura, visão empresarial e os diversos sectores de atividade onde este Grupo se insere. Toda a informação sobre a história do Grupo Sicosta foi-me transmitida através do meu orientador na empresa, Dr. Pedro Matos, e através de alguns trabalhos escritos que elaborei durante o presente estágio.

Este é um grupo em crescimento sustentado e que, nos dias de hoje, já conta com 9 empresas conforme é possível verificar através da Figura 1. O Grupo Sicosta está presente com entrepostos de venda em toda a Região Autónoma dos Açores. Quanto ao território Continental, o Grupo Sicosta tem-se destacado cada vez mais através da empresa Sicosta II, com a sua fábrica de produção de produtos alimentares localizada em Alenquer e que faz chegar os seus produtos aos diversos consumidores através de várias cadeias de distribuição e vendas, dando como exemplo o *El Corte Inglés* e *E.Leclerc*.

Posteriormente, no capítulo 1.4 irei relatar de forma pormenorizada os vários sectores de atividade onde o Grupo Sicosta se encontra, dando a conhecer de forma resumida e sucinta as várias empresas deste Grupo.

Figura 1. Descrição das empresas do Grupo Sicosta



## 1.2 – Missão, Visão e Competências

O Grupo Sicosta tem como prioridade a preocupação para com os seus clientes, colaboradores e parceiros de negócio, garantindo-lhes produtos de qualidade e inovadores que sejam uma mais-valia para estes. O crescimento sustentável do Grupo ao longo destes anos só foi possível mediante um bom relacionamento entre os seus clientes, fornecedores e outros parceiros de negócio, construindo assim uma conexão recíproca baseada em princípios e objetivos de negócio mútuos.

Com o seu crescimento, o Grupo Sicosta sentiu a necessidade de participar em campanhas de cariz solidário na região, comprometendo-se a ajudar diversas instituições através de donativos dos seus produtos, nomeadamente bens alimentares ou através de donativos monetários. Faz parte das suas raízes contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos mais desfavorecidos, assegurando a qualidade de vida e o bem-estar da população açoriana.

### **1.3 – História do Grupo Sicosta**

Por volta dos anos 20 do século XX, Francisco da Costa decidiu iniciar a sua atividade laboral, no ramo da indústria alimentar, com a abertura de uma salsicharia tipicamente regional na freguesia do Rosário, concelho da Lagoa. Com o aumento da procura, surgiu a necessidade de expansão da sua unidade fabril inicial. Modernizou os seus processos produtivos e criou uma “oficina de transformação”.

Em meados da década de 60, Mariano da Costa Teves, filho de Francisco Costa, inicia-se na atividade da salsicharia, criando a Salsicharia Teves, tendo um enorme sucesso e dinâmica produtiva, enquadrado num estágio de desenvolvimento de elevada importância para a época. O gosto pela arte da salsicharia continuaria vivo no seio da família e no ano de 1983, Mariano Teves atribuiu a liderança da empresa ao seu filho Messias Emanuel Sousa Teves.

Com uma personalidade dinâmica e proactiva, Messias Teves, dinamizou tanto a atividade produtiva como a comercial, transformando a “Salsicharia Teves” numa referência para o mercado micalense. Já no final de 1989, Messias Emanuel Sousa Teves

e a sua esposa Rosa do Espírito Santo Costa Lopes Teves, dedicaram-se exclusivamente à gestão da “Salsicharia Costa”. Os desafios continuariam a surgir e a Salsicharia Costa demonstrou-se capaz de os aceitar, tendo por base um modelo equilibrado e capaz de responder às necessidades do mercado.

Nos anos 90, Messias Teves aproveitando os recursos já disponíveis na sua frota de distribuição, inicia a distribuição de produtos avícolas na ilha de São Miguel. Estes produtos avícolas, cuja marca ainda era do produtor, tiveram um incremento bastante elevado de ano para ano, uma vez que Messias Teves foi pioneiro na distribuição de produtos avícolas na ilha de São Miguel. Com este modelo de negócio, houve a necessidade de adquirir uns aviários situados na freguesia do Cabouco, concelho da Lagoa, surgindo assim uma oportunidade de investimento onde a distribuição passaria a ser feita com a marca Cópave.

Deste modo, no ano de 1994, a Salsicharia Costa é impulsionada para a criação de uma nova empresa denominada de “Cópave – Sociedade Avícola, Lda.”, sendo que a sua atividade principal consiste na desmancha e embalagem de carne de frango.

Na década de 90, a Região Autónoma dos Açores registou um elevado incremento económico, sobretudo com o aumento do consumo privado originado pela abertura de duas grandes superfícies comerciais na ilha de São Miguel. Além disso, a redução do peso dos encargos, com a habitação na estrutura das despesas dos agregados familiares açorianos, permitiu um investimento qualitativo na estrutura dos padrões de consumo no sentido de reforçar os gastos em produtos que contribuíam para o bem-estar e qualidade de vida dos açorianos, nomeadamente, produtos alimentares.

Com o aumento da procura e com a vontade de querer responder de forma eficaz às exigências do mercado, a “Salsicharia Costa” não teve outra alternativa se não a de desenvolver um grande projeto industrial, que consistia na construção da sua nova unidade fabril, tornando-se num dos marcos mais importantes da sua história. A nova unidade industrial tinha como principal objetivo o aumento da capacidade produtiva, baseada em novas e avançadas técnicas de fabrico dos seus produtos regionais. Além disso, estas novas instalações também iriam servir para instalar a Cópave. Nesta altura a Salsicharia Costa decide abrir a sua primeira delegação na ilha Terceira.

Em 2004, com o intuito de inovar a sua imagem de marca a Salsicharia Costa renova a sua identidade e passa a chamar-se Sicosta. A necessidade de satisfazer cada vez mais os clientes proporcionou a criação de uma ligação mais forte com os consumidores impulsionando a Sicosta a abrir entrepostos frigoríficos nas ilhas de Santa Maria, São Jorge, Terceira, Pico, Graciosa, Faial e Flores, possibilitando assim a chegada dos seus produtos a mais consumidores e em toda a Região Autónoma dos Açores.

Em 2009, devido ao enorme sucesso alcançado nos Açores, aliado à oportunidade e à necessidade de crescimento, a Sicosta lança-se num novo projeto e adquire uma unidade de produção em Alenquer. Esta unidade encontra-se dotada de meios tecnológicos de fabrico que irão permitir desenvolver a expansão da marca Sicosta em território Continental e Internacional. O Grupo Sicosta continuaria a crescer tendo como principal objetivo a produção de produtos de qualidade.

De modo a controlar a qualidade de todo o processo de trabalho, ou seja, desde o nascimento dos animais até à venda ao consumidor final, o Grupo Sicosta abre a empresa SSSC (empresa de produção de alimentos compostos para animais) produzindo os alimentos com as características específicas para os bovinos (produzidos pela Saissem), para os suínos (produzidos pela Anzortif) e para os frangos (produzidos pela Saiprossem), fechando o ciclo das diferentes áreas em que atua.

#### **1.4 – Setores de Atividade do Grupo Sicosta**

O Grupo Sicosta é administrado por Messias Emanuel Sousa Teves e Rosa do Espírito Santo Costa Lopes Teves, responsáveis por toda a dinâmica, crescimento e desenvolvimento do grupo ao longo dos anos.

A Sicosta - Sociedade Industrial de Carnes, cuja principal atividade da empresa é a transformação e comercialização de produtos à base de carne de suíno, sempre foi a empresa mãe e a principal impulsionadora do sucesso do Grupo. Neste momento a empresa tem um projeto de ampliação da sua unidade fabril que irá permitir o incremento das vendas e melhoramento da capacidade produtiva.

A Cópave - Sociedade Avícola, tem como principal atividade a transformação e comercialização de produtos avícolas. Apresenta, ainda, uma linha de pré-cozinhados, com uma enorme variedade de produtos, correspondendo às tendências de consumo existentes nos dias de hoje.

O grupo possui três empresas de produção animal que se dedicam exclusivamente a criar animais com as características necessárias à produção de produtos de qualidade:

1. Saiprossem - dedica-se à produção avícola;
2. Saissem – dedica-se à produção de bovinos;
3. Anzortif - dedica-se à produção de suínos.

A Carnes do Monte - Comércio e Indústria e Produtos Alimentares, Lda., dedica-se exclusivamente à desmancha e transformação de carne de bovinos dos Açores.

A Sicosta II Internacional, S.A, tem sede nos Açores, mas atua no mercado do continente. A sua principal atividade é a transformação de suíno para o mercado do continente. Todas as exportações do grupo são feitas através desta empresa que atualmente já tem relações comerciais com Angola, São Tomé e Príncipe, França, Luxemburgo, Bélgica e Península Escandinava.

A SSCC - Soluções Agropecuárias, S.A, é a empresa que fabrica os alimentos compostos para todas as espécies animais produzidas no Grupo, nomeadamente rações para bovinos, suínos e frangos permitindo uma nutrição completa e adequada a cada animal. Além do de produzir para as empresas do grupo também atua no mercado regional

com a marca “Prémio Rações” e visa atribuir uma mais-valia na agricultura regional, através dos seus elevados níveis de qualidade, que possibilitam a sustentabilidade e o aumento da produtividade da lavoura açoriana.

Por fim, e não menos importante, o grupo conta ainda com a MTER, Lda., uma empresa do Grupo Sicosta, que é responsável pela manutenção dos vários edifícios e infraestruturas do Grupo Sicosta. Esta tem como principal função, assegurar que todos os edifícios estejam em condições para operar de forma eficaz, garantindo os padrões de qualidade a que o Grupo Sicosta tem vindo a habituar os seus consumidores.

### **1.5 – Organograma das Empresas do Grupo Sicosta**

A Figura 2 ilustra o organograma do Grupo Sicosta. Em primeira estância estão os Administradores do Grupo Sicosta, Messias Emanuel Sousa Teves junto com a sua esposa Rosa do Espírito Santo Costa Lopes Teves. Ambos coordenam as diretrizes a seguir no seio do Grupo, levando o mesmo a bom porto.

Atualmente os seus filhos já desempenham funções de carácter administrativo e de gestão. O Dr. Amadeu Teves, como é visível através do organograma, é o responsável pela gestão da Sicosta. O Dr. Emanuel Teves, em parceria com o seu pai, está a tomar a liderança da gestão da empresa SSCC.

O organograma menciona ainda as diversas empresas do Grupo Sicosta, bem como a área de negócio onde atuam, e os responsáveis pela gestão das mesmas.

Figura 2. Organograma do Grupo Sicosta



### Administração

Messias Emanuel Sousa Teves e Rosa do Espírito Santo Costa Lopes Teves

COPRAVE	SICOSTA	SICOSTA 2 INTERNACIONAL	CARNES DO MONTE	ANZORTIF	SAIPROSSEM	SAISSEM	SSCC	MTER
Transformação de produtos à base de carne de aves, suíno e bovino	Transformação de produtos à base de carne de suíno	Transformação de produtos à base de carne de suíno	Transformação de produtos à base de carne de bovino	Criação e engorda de suínos	Produção de Ovos e Frangos	Criação de bovinos	Produção de alimentos para animais	Manutenção de Edifícios
Responsável: Dr. Rui Maré	Responsável: Dr. Amadeu Teves	Responsável: Dr. Pedro Matos	Responsável: Paulo Jorge	Responsável: Messias Teves	Responsável: Messias Teves	Responsável: Messias Teves	Responsáveis: Messias Teves Dr. Emanuel Teves	Responsável: Messias Teves

## **CAPÍTULO II – CARACTERIZAÇÃO DA CÓPRAVE – SOCIEDADE AVÍCOLA, LDA.**

O segundo capítulo irá descrever a caracterização geral da entidade, designadamente a sua história, a sua missão e as suas áreas práticas, nomeadamente a segmentação de produtos que a empresa apresenta.

### **2.1 – Descrição Geral da Cópave – Sociedade Avícola, Lda.**

A Cópave – Sociedade Avícola, Lda., é uma empresa regional ligada ao sector avícola cuja principal função é o corte, transformação e comercialização de produtos à base de carne de aves.

Constituída no ano de 1994, a Cópave – Sociedade Avícola, Lda., surgiu da necessidade da comercialização de produtos avícolas, nomeadamente frangos embalados em toda a ilha de São Miguel. Messias Teves, após ter a sua frota de distribuição disponível, encontrou uma oportunidade de negócio através da produção e comercialização de produtos avícolas, tendo este sido pioneiro nesta área de negócio.

Nos dias de hoje, a Cópave – Sociedade Avícola, Lda., não se dedica apenas à produção, comercialização e distribuição de frangos embalados. Apresenta atualmente um *cardex* muito mais alargado de produtos avícolas e seus derivados nomeadamente os partidos de frangos. A empresa é responsável pela comercialização de ovos e de produtos transformados de carne de bovino, designadamente os hambúrgueres, almôndegas e carne moída.

Com alteração dos hábitos alimentares dos consumidores, a Cópave – Sociedade Avícola, Lda., sentiu a necessidade de se fazer acompanhar destas necessidades e contribuir para uma melhoria da qualidade de vida dos seus consumidores e, para tal, iniciou a comercialização de produtos pré-cozinhados como por exemplo rissóis, ou panados e ainda passou a ter no seu *cardex* produtos como vegetais, legumes, peixes e derivados de mariscos, apostando assim num leque mais vasto de produtos para satisfazer ao máximo as necessidades e exigências dos consumidores bem como dos seus parceiros de negócios. Através da Figura 3, é possível identificar as várias famílias de produtos presentes no *cardex* da Cópave.

Figura 3. Cardex de Produtos Cópave



## **2.2 - Missão e Visão da Cópave – Sociedade Avícola, Lda.**

A Cópave – Sociedade Avícola, Lda., desde a sua criação, tem como missão apresentar aos seus consumidores e parceiros de negócios produtos avícolas dotados da melhor carne de frango, garantindo padrões de qualidade e excelência não esquecendo a sua responsabilidade com a segurança alimentar.

Sendo uma empresa do Grupo Sicosta esta também tem como visão ser a maior e melhor empresa dos Açores no segmento de mercado onde atua, dignificando o seu nome e os produtos que representa a fim de criar uma relação cada vez mais forte com os seus parceiros de negócio, assegurado que os produtos Cópave e todos os outros que representa, sejam sempre a primeira opção no ato de compra dos consumidores.

A Cópave – Sociedade Avícola, Lda., pretende conquistar o mercado apostando na qualidade e imagem dos seus produtos, colmatando as necessidades dos consumidores e adaptando-se aos novos padrões de consumo das gerações atuais, apresentando-lhes alternativas e produtos novos mas mantendo a qualidade e sendo uma mais-valia para estes em termos de saúde e bem-estar.

## **2.3 – Produtos apresentados pela Cópave**

Atualmente, os consumidores mostram-se mais apreensivos com aspetos como a saúde e bem-estar, modificando assim os seus hábitos de consumo. Os consumidores de hoje são mais informados e, por consequência, mais exigentes quanto à qualidade dos produtos que fazem parte do seu plano alimentar, tentando equilibrar o mesmo com alimentos saudáveis, tais como a carne de aves e o peixe.

O consumidor português é apreciador de carne de aves por diversos aspetos, nomeadamente, pela sua fácil confeção, pelo seu preço acessível e, principalmente, pela sua composição, sendo uma carne pobre em calorias e rica em proteínas.

A Cópave, numa fase inicial, era apenas uma empresa de venda e distribuição de frangos embalados, contudo esta sentiu a necessidade de se adaptar aos novos hábitos dos consumidores visto que nos dias de hoje dada as rotinas os consumidores passam algum tempo fora de casa não tendo muito tempo para confeccionar refeições complexas sendo os produtos avícolas rápidos e fáceis de confeccionar.

Atualmente a Cópave apresenta um vasto *cardex* de produtos, podendo este ser dividido em 7 famílias de produtos: Avícolas, Pré-Cozinhados, Transformados de Carne de Bovino, Suíno e Aves, Vegetais Congelados, Peixes Congelados, Mariscos e Moluscos Congelados.

Na família dos Avícolas a Cópave continua com a comercialização dos frangos como sempre o fez, mas com as mudanças dos hábitos dos consumidores esta viu uma oportunidade de negócio através da comercialização de produtos que têm por base a desmancha de frangos, aos quais denominámos de partidos de frango, ou seja, as asas, as pernas, as coxas e peito de frango.

Estes produtos são comercializados frescos ou congelados. Ainda nesta família de produtos a Cópave tem o bife de frango, um produto com elevada procura pelos consumidores, dadas as suas características nutricionais e fácil confeção. Uma vez que o Grupo Sicosta tem uma empresa de criação de aves, a Cópave é a responsável pela comercialização dos Ovos da marca Cópave.

Os produtos transformados à base de carne de bovino, suíno e avícolas, são uma aposta da Cóprave para corresponder às exigências dos consumidores. Estes necessitavam de produtos diferentes e de qualidade, e a empresa aceitou o desafio criando produtos como carne moída, hambúrguer e almôndegas expandido o leque de produtos e apostando num segmento diferente do seu *core* principal.

Os vegetais são outra categoria de produtos que a Cóprave apresenta. Atualmente a Cóprave representa a marca Friopesca detendo uma vasta variedade de vegetais congelados comercializados em super e hipermercados e igualmente vendidos para fins industriais nomeadamente cantinas e restauração.

Para facilitar a vida dos consumidores, e dada a escassez de tempo nas rotinas dos mesmos, os pré-cozinhados permitem que estes consigam ter uma alimentação com produtos de qualidade e de rápida confeção. A Cóprave apresenta uma variedade de pré-cozinhados, podendo destacar os rissóis, os pastéis e os panados.

A Cóprave apresenta ainda três categorias que estão, de certa forma, relacionadas entre si. Os peixes, os mariscos e os moluscos são comercializados pela empresa entregando novamente aos consumidores produtos de qualidade e igualmente saudáveis para a saúde e bem-estar dos consumidores.

Com isto a Cóprave – Sociedade Avícola, Lda., abrange um vasto sector de mercado, em diferentes áreas de negócio, fazendo chegar aos consumidores o nome da sua marca através do amplo *cardex* de produtos que apresenta, facilitando o seu dia-a-dia.

## **CAPÍTULO III – ANÁLISE AO MERCADO CONCORRENCIAL REGIONAL DAS DIFERENTES EMPRESAS DO GRUPO SICOSTA**

Neste capítulo é feita uma breve análise ao Mercado Concorrencial das diferentes empresas do Grupo Sicosta, dando a conhecer, de forma simples e sucinta, a elevada concorrência que existe no mercado micaelense e até mesmo regional, nos diferentes sectores de atividade onde o Grupo Sicosta se faz representar.

### **3.1 – Apresentação do Mercado Concorrencial das empresas do Grupo**

#### **Sicosta**

Apesar dos Açores serem somente 9 ilhas, a competitividade entre as empresas tornou-se cada vez mais um tema debatido no seio das organizações. Com o aparecimento de novas empresas de ramos semelhantes, e dado o aumento das importações no panorama Regional, as empresas ficaram expostas a um forte mercado concorrencial e o Grupo Sicosta, composto por 9 empresas, não foi exceção.

Atuando em diferentes áreas de negócio, nomeadamente na produção de rações, de animais vivos, abate e desmancha de animais e comercialização de produtos alimentares, as empresas do Grupo Sicosta competem com inúmeros adversários, onde simples detalhes fazem toda a diferença na hora de conquistar a confiança e o respeito do cliente.

A empresa Sicosta – Sociedade Industrial de Carnes Lda., tem como principal função a transformação e comercialização de produtos à base de carne de suíno, e os seus produtos podem ser subdivididos em 3 famílias: Carnes Frescas, Transformados e Congelados.

Quanto aos seus concorrentes, na família das Carnes Frescas, a Sicosta compete com empresas regionais como a Salsiçor, a CCA - Comércio Carne Dos Açores, Lda., Talho Ideal, Silveira e Rosa e as Organizações Diogo. A Sicosta conta ainda com a concorrência de outros talhos de menor dimensão espalhados pela ilha, bem como os hipermercados.

Nos produtos Congelados, os concorrentes nomeados anteriormente abrangem também esta subfamília de produtos, mas não são os únicos no mercado. A Sicosta conta ainda com a presença de outras empresas fornecedoras de produtos Congelados (Carne de Suíno) como por exemplo a Gelvalados, Glacialis, a Dianicol, a Sogenave, *cash and carry* Recheio entre outros.

Na família de produtos Transformados, a Sicosta enfrenta uma competitividade mais agressiva. Nos Açores compete diretamente com a Salsiçor e Talho Ideal. No entanto há outras empresas de grande dimensão a nível Nacional que representam uma forte concorrência para a Sicosta. A Nobre e a Porminho são empresas prestigiadas na área dos produtos Transformados à base de carne de Suíno em Portugal tornando-se uma referência para os consumidores portugueses.

No entanto, a Sicosta faz valer a sua missão e visão tendo como prioridade a preocupação para com os seus clientes, colaboradores e parceiros de negócio, garantindo-lhes produtos de qualidade, inovadores, e que sejam uma mais-valia para estes, tal como foi mencionado no Capítulo I.

Há ainda que referir que existem outras empresas que são clientes e concorrentes como é o caso das lojas Continente e Solmar (Pingo Doce) onde apresentam produtos com marca própria, sendo estes também concorrentes da Sicosta.

A Figura 3, apresenta o volume de vendas da empresa Sicosta entre os anos de 2012 e 2015, sendo que entre 2012 e 2014 o volume de negócios da empresa foi sempre decrescente.

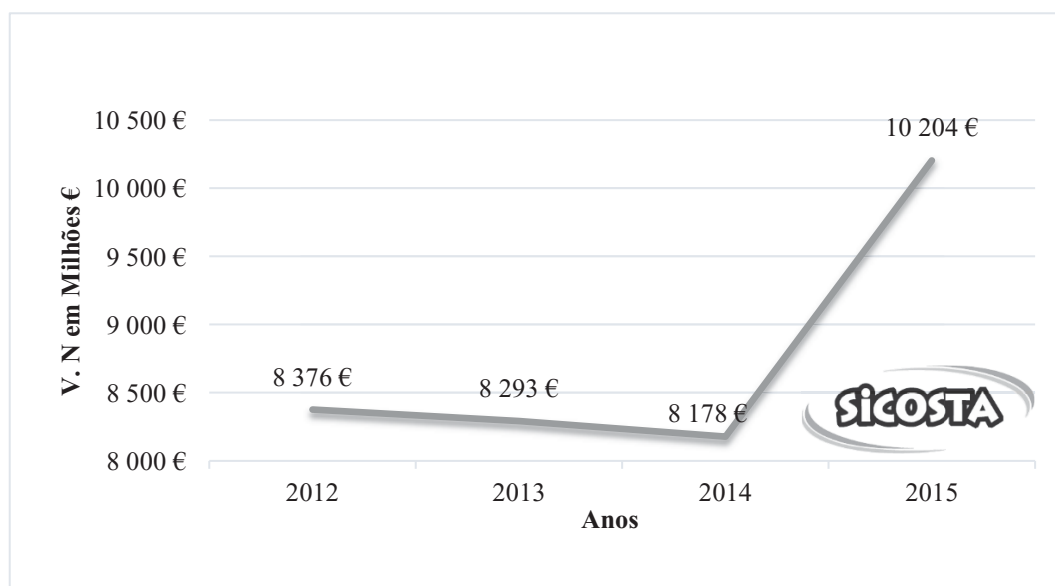
Os fatores que explicam este decréscimo são: a crise do mercado com a subida do preço da matéria-prima, nomeadamente as carcaças de suíno; a saturação do mercado, não havendo muita margem de crescimento; a conquista de quota de mercado; o aparecimento de empresas com congelados derivados de suínos a preços muito baixos, que provocou uma destabilização do mercado.

Por último, e com grande impacto nas vendas, está o facto de tanto a Sicosta como a Cópave terem sido as empresas que mais contribuíram para a construção da nova fábrica de rações.

Para além dos parceiros bancários, estas empresas do grupo contribuíram significativamente com capital para a construção da fábrica de rações, o que levou a uma reestruturação na sua política de vendas, apostando assim na rentabilização dos produtos vendidos, ou seja, aumentar margem ganha por cada produto em deterioramento da perda de volume de vendas.

No ano de 2015, esta política e estratégia de negócio já foi ligeiramente alterada, o que permitiu uma perda da margem dos produtos e aumento do volume de vendas. No entanto, o fator que mais contribuiu para a forte subida do volume de negócios foi o início das exportações de produtos Sicosta para outros mercados, nomeadamente para países como Angola, São Tomé e Príncipe, França, Holanda, Luxemburgo, Bélgica e a Península Escandinava.

Figura 3. Volume de Vendas entre 2012 e 2015 da empresa Sicosta



Os produtos da Cópave – Sociedade Avícola Lda., como já foi mencionado anteriormente no Capítulo II, podem ser divididos em 7 famílias de produtos: Avícolas, Pré-Cozinhados, Transformados de Carne de Bovino, Suíno e Aves, Vegetais Peixes, Mariscos e Moluscos.

Com esta vasta gama de produtos a Cópave encontra uma forte concorrência no mercado Regional. Nos produtos avícolas, a Cópave tem como seus concorrentes a Avigex, a Atrian, e a Suinipico. Quanto aos pré-cozinhados os principais concorrentes são a Salsiçor, a Gelvalados, a Sodril, a Pérola da Ilha, a Atrian e a Glacialis.

Há ainda as empresas que funcionam com centrais de compra através de importação direta como é o caso da Sogenave e os *Cash and Carry*, As grandes superfícies comerciais (Continente, Solmar, Lojas Poupadinha e Damião de Medeiros “Casa Cheia”), são clientes da Cópave mas também concorrentes, pois são espaços que prestam um serviço aos seus clientes apresentando-lhes uma grande variedade de produtos de diferentes marcas.

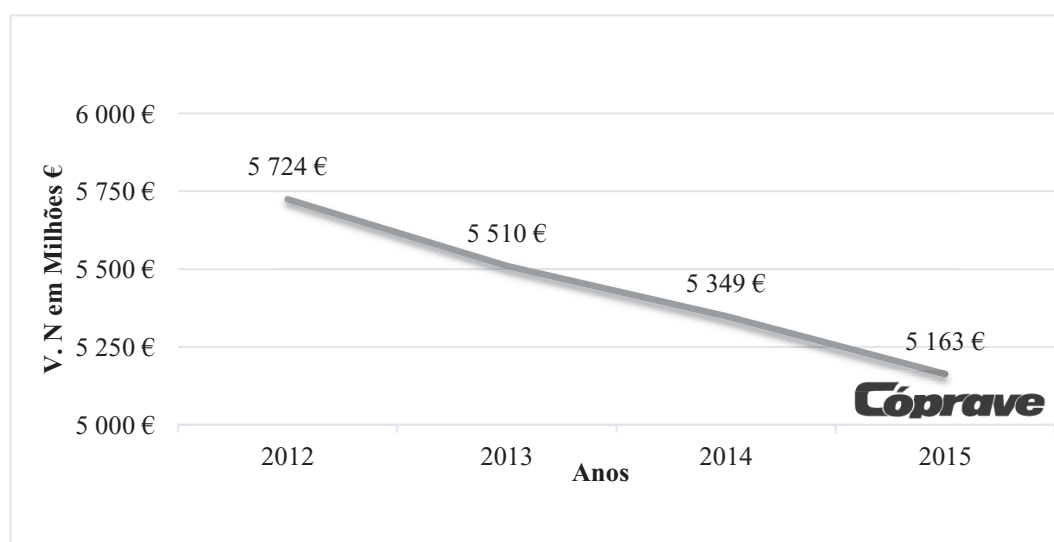
Nos produtos Transformados de Carne de Bovino, Suíno e Aves, a Cópave tem novamente como seu concorrente a Salsiçor. Ainda nesta categoria, conta ainda com a presença das Organizações Diogo, a Salsicharia Ideal, juntamente com a Salsicharia Silveira e Rosa. Na família de produtos Vegetais, Peixes, Mariscos e Moluscos Congelados, existe um grande número de correntes e marcas, sendo um sector bastante competitivo.

Neste mercado, a nível Regional, atuam empresas como a Gelvalados, a Sodril, a Salsiçor, a Dianicol, a Glacialis, a Açorbac, a Gelpico, a Picongel, a Frimário, a Fripraia,

bem como as grandes superfícies comerciais. Estas empresas representam diversas marcas no mercado nomeadamente a Pescanova, Iglo, Greens, Eurofrits, Gelcampos, Frumar, Brasmar, Moreira, Dujardin, Condalgel e Maré Alta.

Há que destacar ainda a grande variedade de produtos presentes nas grandes superfícies como as Lojas Continente, o Solmar e Damião de Medeiros “Casa Cheia”, representando os produtos de marca própria como é o caso dos produtos da marca Continente, Pingo Doce e DIA.

Figura 4. Volume de Vendas entre 2012 e 2015 da empresa Cóprrave



Fonte: Revista 100 Maiores Empresas dos Açores

A Figura 4 apresenta o volume de negócios da empresa Cóprrave entre os anos de 2012 e 2015. Como é visível, este apresentou uma tendência decrescente e os motivos que justificam esta tendência foram o aparecimento de novas empresas no mercado com produtos avícolas congelados importados, praticando preços muito inferiores aos do mercado, sendo por vezes impossíveis de acompanhar face à estrutura de custos da empresa.

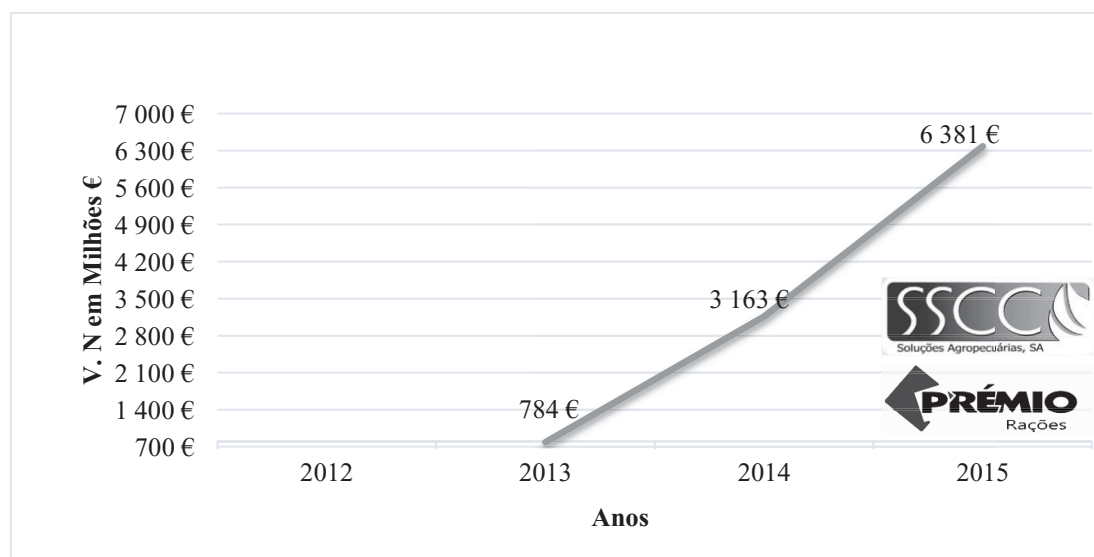
Tal como a Sicosta, a empresa Cópave também ajudou financeiramente na construção da nova fábrica de rações, uma vez que à semelhança da Sicosta era das empresas com maiores disponibilidades financeira do Grupo Sicosta. Com esta ajuda, a Cópave sentiu a necessidade de readaptar a sua política de vendas, rentabilizando da melhor maneira os seus produtos. Fruto desta mudança, há uma quebra no volume de vendas mas, por outro lado, há um aumento da rentabilidade obtida por cada produto vendido.

A empresa Carnes do Monte destaca-se pelo corte, transformação e comercialização de carne de bovino proveniente da Região Autónoma dos Açores. No entanto, esta atua no mercado ao lado de empresas com o mesmo tipo de atividade, nomeadamente a Salsiçor, a CCA - Comércio Carne Dos Açores, Salsicharia Ideal, Silveira e Rosa, Organizações Diogo entre outros.

Na área das rações, a empresa SSCC – Soluções Agropecuárias S.A., que se dedica à produção de alimentos para Bovinos, Suínos e Avícolas através das “Rações Prémio”, tem como principais concorrentes a Cooperativa União Agrícola, CRL., que se faz representar pelas “Rações Santana” e a Finançor Agro-Alimentar S.A que atua no mercado através das “Rações Moaçor”, nomeadamente a marca Promil.

Em 2015, o Grupo Finançor adquiriu ainda outra empresa de rações, a Provipor – Produção de Alimentos para Animais, Lda. Na ilha Terceira, o Grupo Sicosta conta com a concorrência da empresa Terceirense De Rações - Sociedade Produtora De Rações, S.A, empresa detentora da marca “Terceirense Rações”. Atualmente, para além do mercado micalense, a SSCC comercializa rações nas ilhas de Santa Maria, Faial e Pico.

Figura 5. Volume de Vendas entre 2012 e 2015 da empresa SSCC



Fonte: Revista 100 Maiores Empresas dos Açores

A Figura 5 ilustra o volume de negócio da empresa SSCC entre os anos 2013 e 2015. Em comparação com a Sicosta e Cópave, a empresa SSCC, representante das Rações Prémio, tem vindo a apresentar um aumento significativo do seu volume de negócios. A empresa desde o início da sua atividade, em 2013, tem vindo a conquistar o seu espaço no mercado, conquistando cada vez mais clientes e por sua vez quota de mercado.

A SSCC é uma empresa nova no mercado, apresenta um produto de qualidade e ajustado às exigências dos seus clientes. Com isto, tem vindo a merecer a confiança dos mesmos, apresentando um gradual aumento do seu volume de negócios.

Quanto às empresas de Produção Animal do Grupo Sicosta, a Saiprossem, que se dedica à produção galinhas/frangos e ovos, compete diretamente no mercado Regional com a empresa Granpon e Pondel.

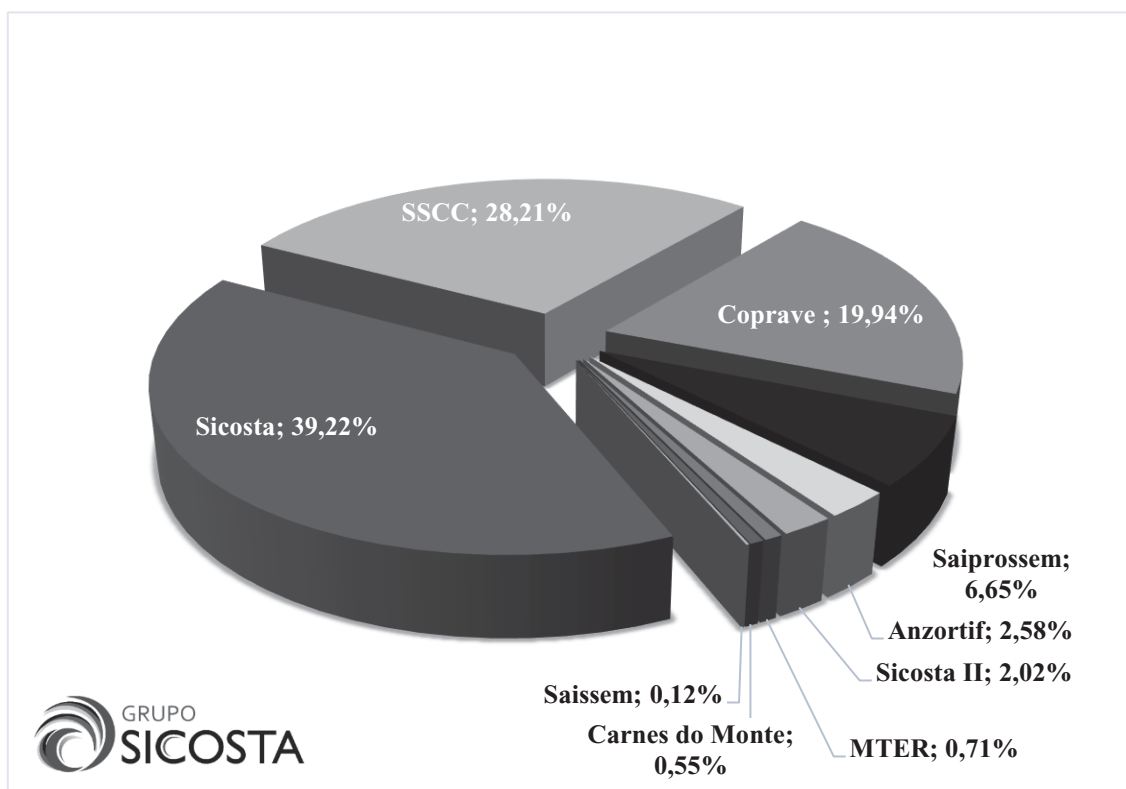
A Saissem, cuja principal função é a produção de bovinos, tem como seus concorrentes a Noviçor, a Bovinaçor, empresa adquirida pelo Grupo Finançor em 2015, a Bovinopico, a Sociedade Agro-Areeiro Lda, e diversos produtores em nome individual que produzem bovinos em pequena escala.

No que toca à produção de suínos, o Grupo Sicosta faz-se representar pela Anzortif. Porém, esta empresa enfrenta a concorrência de empresas como a Agraçor, Suinoçor e Dias e Torres. Tal como na produção de bovinos, existe igualmente produtores de pequena dimensão, e em nome individual que têm explorações com suínos para venda.

O Grupo Sicosta conta ainda com duas empresas que não competem no mercado regional. A MTER, empresa responsável por todas as manutenções das empresas do grupo, e a Sicosta II, empresa que tem a sua atividade em Portugal Continental. Contudo não deixam de ter a sua importância em toda a estrutura do Grupo Sicosta e contributo em termo de volume de vendas.

A Figura 6, apresenta a percentagem de vendas de cada empresa do Grupo Sicosta, demonstrando o seu contributo para o volume de vendas em geral. Há que destacar as empresas Sicosta, SSCC e Cópave. Estas três empresas representam 87.37% do volume de vendas do Grupo, um número significativo que reflete a robustez, a dinâmica comercial e a presença das mesma no mercado micaelense e regional.

Figura 6. Percentagem do Volume de Vendas das empresas do Grupo Sicosta



Face à atual dimensão do mercado e ao seu dinamismo comercial, o Grupo Sicosta utiliza todos os meios que tem ao seu alcance para fornecer aos seus clientes e parceiros de negócio produtos de elevada qualidade e, sempre que possível, produtos inovadores e diferenciadores. De dia para dia, as várias empresas unem esforços de modo a melhorar não só a qualidade dos seus produtos mas também a qualidade do seu serviço, um fator que, nos dias de hoje, está a ser levado em linha de conta por parte dos consumidores.

## **CAPÍTULO IV – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO**

No decorrer do estágio, todas as tarefas por mim executadas permitiram desenvolver as minhas habilitações, tornando-me de dia para dia mais autónomo. Ao mesmo tempo permitiu-me assimilar novos conteúdos práticos, estando estes sempre em consonância com os conceitos estudados durante todo o meu percurso académico.

De formar sucinta, no Capítulo IV irei relatar as atividades desenvolvidas por mim durante o estágio, nomeadamente:

1. Faturação e expedição de mercadorias;
2. Atendimento ao público;
3. Conferência e fecho de caixa;
4. Contabilidade das empresas do Grupo Sicosta;
5. Realização de Inventários;
6. Auxiliar o Departamento Comercial da Cópave;
  - a. Elaboração de Promocionais e Tabelas Especiais;
  - b. Mapa de Vendas de Vendedores;
  - c. Mapa de Crescimento de Vendas
7. Controlar as ordens de compra de diversos setores na Cópave;
8. Preparação de pedidos de pagamento de subsídios;
9. Conferência de faturação de mercadorias e matérias-primas
10. Lançamento de documentos informaticamente:
  - a. Faturas de Fornecedores
  - b. Mercadorias

Tive ainda a oportunidade de estar presente em duas ações de formação, uma sobre “Conceitos Básicos em Segurança Alimentar”, ficando assim familiarizado com o HACCP – Sistema de Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos, e outra sobre a importância da área comercial no sucesso das empresas.

#### **4.1 – Tarefas desempenhadas na SSCC – Soluções Agropecuárias S.A**

Após uma breve visita às instalações fabris da SSCC – Soluções Agropecuárias S.A, tomando conhecimento de todo o processo produtivo, comecei a desempenhar algumas tarefas na zona de atendimento ao público e expedição de carga. Primeiramente, o grande desafio foi ficar familiarizado com os diferentes tipos de rações que a empresa vendia, pois nunca tinha tido contacto com nenhum tipo de produtos do ramo. A SSCC produz, atualmente, 4 tipos de rações, designadamente: Bovinos de Carnes, Bovinos Vacas Leiteiras, Suínos, e Aves.

Explorações com Bovinos de Carne dedicam-se à criação de animais cuja finalidade é o seu abate e a comercialização da sua carne. Esta carne pode ser vendida, como carne de novilho ou bovino, fresca ou congelada, ou transformada, dando origem a subprodutos como a carne moída ou os hambúrgueres. A Figura 7, apresenta os vários tipos de rações que a empresa SSCC dispõe para a produção de Bovinos de Carne.

Por sua vez, existem também explorações agrícolas cuja especialização é a criação de Bovinos Vacas Leiteiras. Este tipo de explorações são as mais predominantes em São Miguel e têm como principal objetivo a produção de leite.

Através da Figura 8, é possível constatar quais são as várias rações produzidas na SSCC cuja finalidade é a produção de Bovinos Vacas Leiteiras.

Figura 7. Rações de Bovinos de Carne Marca "Prémio"

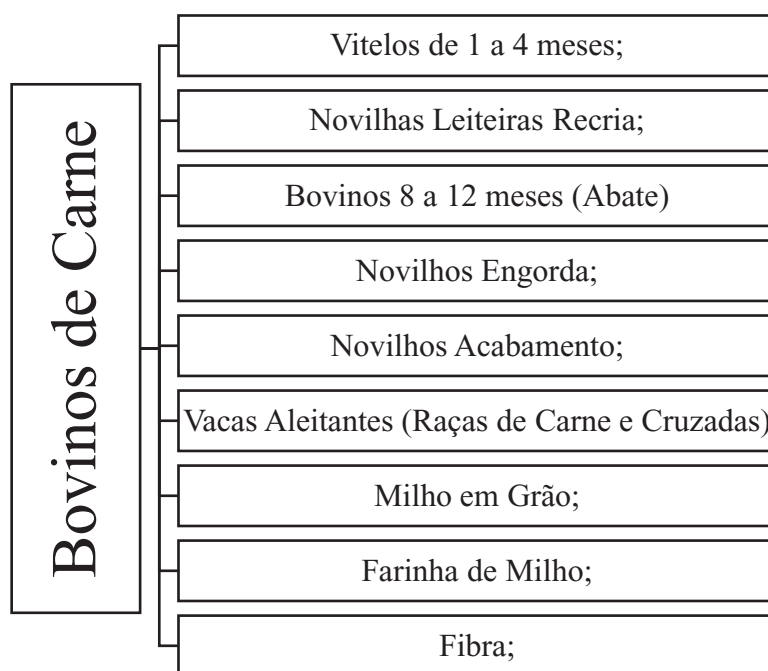
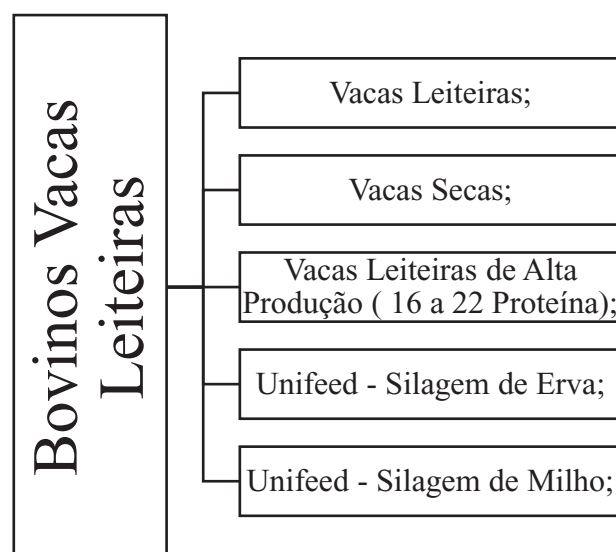
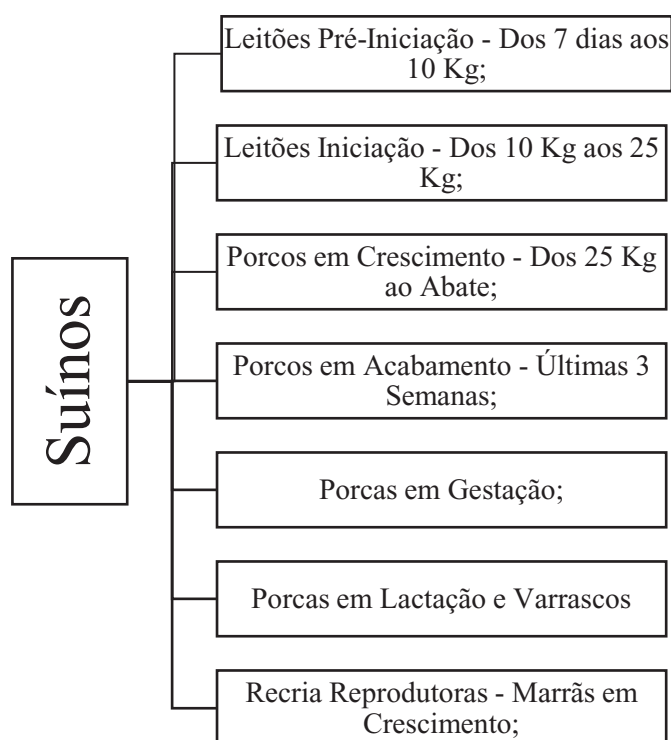


Figura 8. Rações de Bovinos Vacas Leiteiras Marca "Prémio"



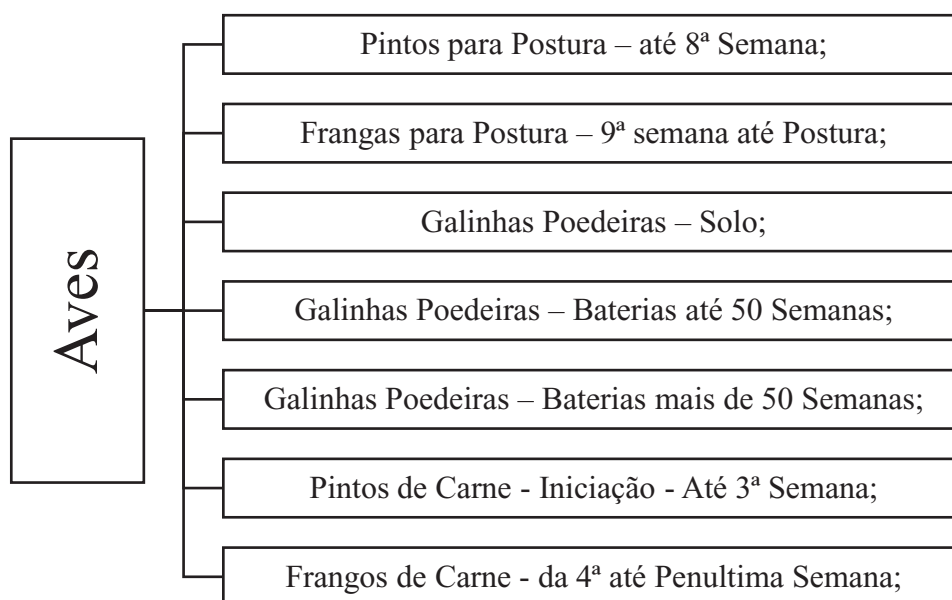
Os produtores de suínos podem enveredar por duas categorias: 1 - a produção de animais para abate com a finalidade de comercializar a carne de suíno, fresca ou congelada, ou até mesmo dar origem a novos subprodutos, como por exemplo os enchidos, um produto que faz parte dos nossos costumes. 2 - Produtores que se dedicam exclusivamente à produção intensiva de suínos, com intuito de vendê-los, posteriormente, às grandes indústrias de venda e de transformação de carne. A Figura 9 ilustra as várias rações de suínos que atualmente a empresa SSCC fabrica.

Figura 9. Rações de Suínos Marca "Prémio"



As explorações de produção de aves dedicam-se à criação de aves em grande escala, podendo estas optar por dois tipos de negócio ou até mesmo por ambos. A produção de aves para abate e comercialização de carne de aves, (avícolas inteiros ou partidos de frangos) ou por outro lado a criação de aves poedeiras, atuando assim no mercado da venda de ovos. A Figura 10, apresenta as várias rações produzidas pela empresa SSCC e que podem ser utilizadas nos dois tipos de negócio mencionados anteriormente.

Figura 10. Rações de Aves Marca "Prémio"



Todas as rações produzidas pela SSCC, com destino a grandes produtores, podem ser comercializadas através de duas unidades de medida: a granel, distribuída pelos nossos camiões cisternas ou em sacas de 40Kg.

A SSCC conta ainda com uma linha de rações denominada de Gama Rural. Esta gama de rações da marca "Prémio" tem como público-alvo todos os produtores de animais em pequena escala, ou seja, produtores cuja produção é maioritariamente para consumo próprio e que não têm capacidade nem necessidade de comprar em grandes quantidades.

Noutro contexto, a introdução ao sistema de gestão utilizado pelo Grupo Sicosta, o WEuroGest, ilustrado através da Figura 11, foi outra das experiências enriquecedoras para o meu percurso ao longo do estágio, permitiu-me ter o primeiro contacto com um programa de gestão e ao mesmo tempo ajudou-me em futuros trabalhos desenvolvidos por mim.

Figura 11. Programa de Gestão do Grupo Sicosta "WEuroGest"



Uma vez que trabalhava na receção, fiquei responsável pela expedição das rações, nomeadamente a sua faturação, bem como o atendimento dos clientes. Através do sistema tínhamos acesso a extratos de clientes, que por vezes eram solicitados, diários de movimentos de clientes, de *stocks*, listagem de vendas, listagem de vendas entre períodos entre outras listagens.

Com estas listagens retiradas do sistema informático, transpostas para o programa *Excel*, era possível criar novos mapas de trabalho como por exemplo mapa de vendas semanal por empresa, ou por vendedor, mapa de compra de matérias-primas entre empresas, mapa de vendas dos vendedores e por família de produtos, mapa de vendas comparativo entre períodos (semana, mês e ano), fecho semanal do negócio, mapa de rentabilidade dos produtos entre outros.

A elaboração destes mapas depende da objetividade de cada trabalho. A partir da junção destas duas ferramentas de trabalho, sistema informático e *Excel*, era possível ter uma visão diferente do dia-a-dia do negócio, tirando assim novas ilações. Uma vez que trabalhávamos com a faturação, emissão de recibos e faturas simplificadas, tínhamos a responsabilidade de realizar o fecho de caixa, conferindo os registos efetuados no sistema com a contagem física do dinheiro.

O caixa contava ainda com um fundo fixo que, após a contagem e conferência, tinha que conter um montante igual ao com que tínhamos iniciado o dia. Este trabalho era similar ao aprendido teoricamente em disciplinas como a de “Auditoria”.

O edifício onde se localiza a SSCC funciona também como sede do Grupo Sicosta. É lá que se realizam certas funções afetas a todas as empresas do Grupo, como o pagamento de ordenados, de fornecedores, a contabilidade das várias empresas, os fechos de conta mensais e trimestrais, consolidação bancária, operações financeiras, entre outros trabalhos.

Durante a realização do estágio, tive a oportunidade de realizar a contabilidade das várias empresas do Grupo Sicosta. Apesar de no primeiro ano do curso de Gestão ter tido duas unidades curriculares de contabilidade, a prática diária da mesma permitiu desenvolver, aprofundar e enriquecer os meus conhecimentos.

Do Plano de Contas do Grupo Sicosta, apenas trabalhei com 4 contas, nomeadamente Estado e Outros Entes Públicos, Compras, Fornecimentos e Serviços Externos e Vendas. Posteriormente, através das Figuras 12 e 13, será possível compreender melhor quais as contas utilizadas por mim quando realizei trabalhos contabilísticos.

A conta Estado e Outros Entes Públicos regista as operações contabilísticas referente a taxas, contribuições e impostos entre a entidade, ou seja as empresas do Grupo Sicosta e o Estado. Relativamente a esta conta, as operações contabilísticas que realizei foram sempre referentes à subconta Impostos sobre o Valor Acrescentado, ou seja, o IVA.

A conta 2432, IVA – Dedutível, corresponde ao imposto alusivo a compras de bens necessários para o exercício da atividade. Estes bens podem ser mercadorias, matérias-primas, subsidiárias e de consumo, ativos biológicos, referentes à classe 3 ou até mesmo fornecimentos de serviços externos, denominados de gastos. Estes são pertencentes à classe 6. Mais à frente neste mesmo capítulo irei explicar mais sucintamente as contas da classe 3 e 6.

A conta 2433, IVA - Liquidado, diz respeito ao imposto que é aplicado através das vendas. Este imposto é suportado pelos clientes, que podem ser comerciantes, ou pelo consumidor final no momento da aquisição dos bens.

A conta 2434, IVA – Regularizações, é utilizada em situações de erros de faturação, nomeadamente através de devoluções a crédito de produtos, devoluções de faturas erradas e notas de crédito.

A conta Compras, pertencente à classe 3, relata as aquisições de mercadorias, matérias-primas, subsidiárias e de consumo feitas pela entidade, e que podem ser suscetíveis de venda imediata ou transformadas através dos processos produtivos da entidade dando origem a novos produtos.

Figura 12. Plano de Contas Grupo Sicosta Classe 2 e Classe 3.

Classe/Conta	Designação	Classe/Conta	Designação
<b>24</b>	<b>Estado E Outros Entes Públicos</b>	<b>31</b>	<b>Compras</b>
2422	Retenção Na Fonte	<b>311</b>	<b>Mercadorias</b>
243	Imposto Sobre O Valor Acrescentado (Iva)	3111	Diversas
2432	Iva-Dedutível	31 110	Isentas
<b>24321</b>	<b>Relativo A Compras Mercadorias</b>	31 113	Taxa Normal 18% *A*
2432110	Compras*A*18%	31 114	Gás
2432111	Compras*C*6%	31 115	Taxa Reduzida (C)
2432112	Compras*C*13%	31 116	Taxa Intermedia (C)
2432113	Compras*A*4%	31 117	Taxa Normal (C)
2432114	Compras*C*23%	31 118	Taxa Reduzida 4% *A*
243218	Iva Devido P/ Adquirente	31 119	Taxa Intermedia 9% *A*
243219	Compras*A*9%		
		<b>312</b>	<b>Matérias-primas, Subsidiárias e de Consumo</b>
<b>24323</b>	<b>Relativo A Gastos</b>	3121	Diversas
2432310	Obs.*A*18%	31 210	Isentas
2432311	Gasóleo*A*18%	31 213	Taxa Normal
2432312	Obs.*C*6%	31 214	Gás
2432313	Obs.*C*13%	31 215	Taxa Reduzida (C)
2432314	Obs.*A*4%	31 216	Taxa Intermedia (C)
2432315	Obs.*C*23%	31 217	Taxa Normal (C)
2432318	Iva Dedutível 25% (Feiras)	31 218	Taxa Reduzida 4% *A*
243234	Iva 50% Dedutível	31 219	Taxa Intermedia. 9% *A*
243237	Taxa Normal 23% Gasóleo		
243238	Iva Devido P/ Adquirente	<b>313</b>	<b>Ativos Biológicos</b>
243239	9% Gastos	3131	Diversos
		31 310	Isentas
<b>2433</b>	<b>Iva-Liquidado</b>	31 311	Taxa Reduzida
24331	Relativo A Rendimentos	31 312	Taxa Intermedia
243313	Taxa Normal 18% (A)	31 313	Taxa Normal
243314	Vendas 9% A*	31 315	Taxa Reduzida (C)
243315	Taxa Reduzida 6% (C)	31 316	Taxa Intermedia (C)
243316	Vendas 4% *A*	31 317	Taxa Normal (C)
243317	Taxa Normal 23% (C)		
243318	Iva Liquidado P/ Adquirente	<b>317</b>	<b>Devoluções De Compras</b>
<b>2434</b>	<b>Iva Regularizações</b>	<b>3171</b>	Mercadorias
24341	A Favor Da Empresa	<b>3172</b>	Matérias-primas, Subsidiárias e de Consumo
243413	Taxa Normal 18% (A)	<b>3173</b>	Ativos Biológicos
243414	Devoluções 9% *A*		
243415	Taxa Reduzida 6% (C)	<b>318</b>	<b>Descontos Abatimentos em Compras</b>
243416	Taxa Intermedia 13% (C)	<b>3181</b>	Mercadorias
243417	Taxa Normal 23% (C)	<b>3182</b>	Matérias-primas, Subsidiárias e de Consumo
243418	Devoluções 23% *C*	<b>3183</b>	Ativos Biológicos
243419	Devoluções 4% *A*		
2434110	Favor Empresa-Auto Liquidado.		

Por outro lado, as empresas contam ainda com outros tipos de compras, denominadas de Gastos. Os Gastos fazem parte da classe 6. No Grupo Sicosta são considerados gastos os serviços especializados, (trabalhos especializados, vigilância e segurança), os materiais (ferramentas e utensílios de desgaste rápido), energia e fluidos, (eletricidade e combustível), deslocações estadias e transportes, serviços diversos e gastos, (rendas e alugueres, comunicações, seguros, limpeza e higiene) e gastos com pessoal.

Figura 13. Plano de Contas Grupo Sicosta Classe 6 e Classe 7.

Classe/Conta	Designação	Classe/Conta	Designação
<b>62</b>	<b>Fornecimentos e Serviços Externos</b>	<b>71</b>	<b>Vendas</b>
622111	Trabalhos Especializados	<b>711</b>	<b>Mercadorias</b>
622211	Publicidade	7111	Diversas
622311	Vigilância E Segurança	71 110	Isentas Acores
622411	Honorários	71 113	Taxa Normal 18% (A)
6226211	Conservação De Viaturas De Mercadorias	71 114	Taxa Reduzida 6% (C)
6226311	Conservação De Equipamentos	71 115	Vendas 9% *A*
623111	Ferramentas E Utensílios	71 116	Taxa Normal 23% (C)
623311	Material De Escritório	71 117	Vendas 4% *A*
623414	Ofertas	71 118	Isentas/ Barco Atlântico
624111	Luz		
6242211	Combustível	<b>717</b>	<b>Devoluções De Vendas</b>
624311	Água	<b>7171</b>	<b>Mercadorias</b>
625114	Despesas Deslocação E Estrada	71710	Isentas
625311	Transporte De Mercadorias	71 713	Taxa Normal 18% (A)
626112	Rendas E Alugueres	71 714	Devoluções 9% *A*
626211	Comunicações	71 715	Devoluções 23% (C)
626512	Notário	71 716	Devoluções 4% *A*
626614	Despesas De Representação	71 717	Devoluções 6% (C)
626711	Limpeza E Higiene	71 718	Devolução. Isentas/ Atlântico
		<b>718</b>	<b>Descontos Abatimento Vendas</b>
		<b>7181</b>	<b>Mercadorias</b>
		71810	Isentas
		71812	Taxa Intermedia
		71813	Taxa Normal 18% *A*
		71 814	Taxa Intermedia 9% *A*
		71 815	Taxa Normal 23% *C*
		71 816	Taxa Reduzida 4% *A*
		71817	Taxa Reduzida 6%

Outra das tarefas desempenhadas por mim ao serviço da SSCC – Soluções Agropecuárias S.A, foi um Pedido de Reembolso do IVA. Este pedido não tem uma periodicidade obrigatória e é feito através do preenchimento de uma declaração periódica dos últimos 4 meses, incluindo o mês do pedido, solicitando o IVA Dedutível.

O IVA Dedutível, tal como dito anteriormente, refere-se ao IVA das compras de bens como mercadorias, matérias-primas, subsidiárias e de consumo, ativos biológicos, bem como os fornecimentos de serviços externos, ou seja, os gastos. A Figuras 14, ilustra parte de uma declaração modelo do Pedido de Reembolso do IVA.

Figura 14. Declaração Periódica de Solicitação do IVA Dedutível

RELAÇÃO DE FORNECEDORES - alínea b) do nº 1 do D. N. Nº 53/2005 de 15/12							
1		NIF		PERÍODO DE IMPOSTO		Nº ANEXO	
		509501117		2017 / 03		1	
2							
RELAÇÃO DE FORNECEDORES CUJAS OPERAÇÕES ORIGINARAM IMPOSTO DEDUZIDO NO PERÍODO							
LINHA	NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO FISCAL		NÚMERO DA LIQUIDAÇÃO	PERÍODO DE EMISSÃO		VALOR DAS AQUISIÇÕES (IVA EXCLUÍDO)	IVA DEDUZIDO
	PREFÍXO	NIF		ANO	MES		
	(1)	(2)	(3)	(4)		(5)	(6)
CAMPO 20							
1	PT	5024		2016	12	3.250,00	747,50
CAMPO 21							
1	PT	5059		2017	03	4.250,00	255,00
2	PT	5120		2017	03	46.084,60	1.843,37
CAMPO 22							
1	PT	5120		2017	03	4.954,40	891,80
2	PT	5048		2017	03		
CAMPO 23							
CAMPO 24							
1	PT	5120		2017	03	16,94	3,05
2	PT	5031		2017	03	418,70	75,37
AQUISIÇÕES DE MONTANTE INFERIOR A 5 000,00 EUROS							
TOTAL						256.487,25	20.526,87

## 4.2 – Tarefas desempenhadas na Cópave – Sociedade Avícola Lda.

Após uma fase de adaptação ao serviço da SSCC, fui transferido para a empresa Cópave para ajudar a empresa em tarefas administrativas e de gestão, estando ligado diretamente ao departamento comercial da Cópave.

Tal como muitas empresas dos Açores, sempre que possível, as empresas do Grupo Sicosta concorrem a subsídios de apoio ao desenvolvimento e competitividade, financiados pelo Governo dos Açores. Estes subsídios permitem o crescimento das empresas e, muitas vezes, tornam possível alavancar os negócios.

Uma das primeiras tarefas desempenhadas por mim ao serviço da Cópave foi um pedido de pagamento de um subsídio, denominado de “Ajudas à melhoria da capacidade de acesso aos mercados”. Esta melhoria da capacidade de acesso aos mercados consistia na criação de novos produtos e, com o apoio de campanhas de publicidade, divulgar e dinamizar os mesmos.

A Cópave concorreu na categoria “Outros produtos agrícolas em natureza ou transformados produzidos na Região Autónoma dos Açores”, e para tal teve que cumprir as 4 etapas estipuladas neste apoio:

1. Estudo e conceção de rótulos, embalagens e logótipos;
  - a. Criação de *Layout* para *Outdoor*;
2. Realização de ações promocionais;
  - a. *Spots* diários na rádio;

3. Realização de catálogos, folhetos, filmes, *sites* e outro material de divulgação;
  - a. Impressão e montagem de *Outdoor*
4. Organização e/ou participação em feiras, certames, apresentação dos produtos em locais de venda e realização de ações de prova /degustação;
  - a. Realização de ações de degustação.

Todas as medidas de apoio financiadas pelo Governo dos Açores são compostas por duas fases. A primeira fase consiste em elaborar o processo de candidatura. Neste processo estão espelhados todos orçamentos e todo o planeamento feito pela empresa de modo a divulgar o seu produto.

A segunda fase, intitulada de pedido de pagamento, consiste em reunir toda a documentação comprovativa da realização das várias ações de divulgação apresentadas no processo de candidatura. É necessário apresentar os seguintes documentos:

1. Original da Fatura;
2. Comprovativo de Pagamento – Transferência Bancária ou Cheque;
3. Recibo de Pagamento;
4. Extrato Bancário;
5. Extrato comprovativo do lançamento em sistema informático;
6. Registo Contabilístico.

Tal como na primeira fase, após reunir todos os documentos necessários, era elaborado o preenchimento do formulário de candidatura ou do pedido de pagamento. A Figura 15, corresponde a um exemplo modelo de um formulário.

Figura 15. Modelo de Formulário de Candidatura a um Subsídio de Apoio

FORMULÁRIO PEDIDO PAGAMENTO - AJUDAS À MELHORIA DA CAPACIDADE DE ACESSO AOS MERCADOS												
QUADRO 1 - RESUMO DOS DOCUMENTOS COMPROVATIVOS (relativo às despesas do presente pedido de pagamento)												
Candidatura N.º:		Data de início dos trabalhos:					Data de fim dos trabalhos:					
AÇÕES/DESPEAS PREVISTAS INICIALMENTE		DOCUMENTOS COMPROVATIVOS (Faturas, vendas a dinheiro)					PAGAMENTOS EFETUADOS					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
Item do Orçamento	Custo previsto	N.º	Data	Emitido por	Objeto da despesa	Montante sem IVA	N.º cheque ou outro (transferência)	Data	Banco	Montante Pago	N.º Recibo	Extrato bancário
<b>A - Filéira da carne bovina</b>												
A1	Estudo e conceção de rótulos, embalagens e logótipos											
A2	Realização de ações promocionais											
A3	Realização de catálogos, folhetos, filmes, sites e outro material de divulgação											
A4	Organização e/ou participação feiras, certames, apresentação dos produtos em locais de venda e realização de ações de prova/degustação											
<b>B - Filéira do leite e produtos lácteos</b>												
B1	Estudo e conceção de rótulos, embalagens e logótipos											
B2	Realização de ações promocionais											
B3	Realização de catálogos, folhetos, filmes, sites e outro material de divulgação											
B4	Organização e/ou participação feiras, certames, apresentação dos produtos em locais de venda e realização de ações de prova/degustação											
<b>C - Outros produtos agrícolas em natureza ou transformados produzidos na RAA</b>												
C1	Estudo e conceção de rótulos, embalagens e logótipos											
C2	Realização de ações promocionais											
C3	Realização de catálogos, folhetos, filmes, sites e outro material de divulgação											
C4	Organização e/ou participação feiras, certames, apresentação dos produtos em locais de venda e realização de ações de prova/degustação											
<b>D - Ações pluri-setoriais: estudo e assistência técnica e implementação das ações</b>												
D1	Realização de estudos de caracterização de produtos e modos de produção particulares											
D2	Realização de estudos e ações de prospeção de mercados											
D3	Formação de pessoal destinado a aplicar sistemas de auto-controlo e de garantia da qualidade											
<b>TOTAL DO INVESTIMENTO</b>												

**NOTA:** Este quadro deverá ser adaptado de acordo com as despesas realizadas no âmbito da candidatura, isto é, todos os documentos comprovativos das despesas realizadas deverão ser discriminados.

DATA \_\_\_\_\_

Assinatura do beneficiário  
(ou do seu representante oficial) \_\_\_\_\_

Assinatura TOC \_\_\_\_\_

Posteriormente, iniciei o meu percurso no departamento comercial da Cópave. Um dos desafios iniciais foi assimilar e compreender a vasta gama de produtos produzidos e vendidos pela Cópave. Tal como mencionado no Capítulo II a Cópave apresenta 7 famílias de produtos:

1. Avícolas;
2. Pré-Cozinhados;
3. Transformados de Carne de Bovino, Suíno e Aves;
4. Vegetais Congelados;
5. Peixes Congelados;
6. Mariscos;
7. Moluscos;

Estas 7 famílias de produtos originam uma grande diversidade de outros produtos. De modo a apreender e ter uma perceção mais exata dos mesmos, fui aconselhado a estar presente durante os inventários trimestrais elaborados nas diversas delegações espalhas por todo o arquipélago.

Tive a oportunidade de visitar as delegações da Sicosta em Santa Maria e São Jorge e elaborar os respetivos inventários. A realização dos inventários, particularmente a contagem física dos produtos, permitiu não só conhecer o vasto *cardex* de produtos Sicosta e Cópave mas, ao mesmo tempo, conhecer o tipo embalagem e apresentação dos produtos.

Esta tarefa contribuiu para que, aquando da realização das promoções, tivesse a perceção exata dos produtos que estaria em colocar em promoção, realizando promoções adequadas a cada tipo de estabelecimento.

Assim sendo, sob ordem do responsável da Cópave – Sociedade Avícola Lda., o Dr. Rui Maré, comecei a elaborar os promocionais. Estes promocionais são elaborados através de uma folha de cálculo no programa *Excel*, onde posteriormente segue para aprovação do administrador do Grupo Sicosta. A Figura 16, demonstra um exemplo modelo de uma folha de cálculo onde são elaborados os promocionais.

Figura 16. Folha de Cálculo de Elaboração de Promocionais

**Coprave** **GRUPO SICOSTA**

Aprovação de Promoções Válido de: \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_

Empresa: **COPRAVE** Responsável: **Rui Maré**

Cliente: \_\_\_\_\_

Notas:		Condições Contratuais
		Rapel

C	Referência	Unid.	P Tab.	D <sup>1</sup>	D <sup>2</sup>	D <sup>3</sup>	P Líq.	PVP Loja	P NET	Preço Compra	Rent. %
											#DIV/0!
											#DIV/0!
											#DIV/0!

Responsável pela Promoção: \_\_\_\_\_

Responsável pela Aprovação: \_\_\_\_\_

O preenchimento desta folha de cálculo é feito da seguinte forma:

1. C – Código do Produto;
2. Referência – Nome do Produto;
3. Unid. – Unidade de Venda;
4. P. Tab. – Preço de Tabela;
5. D<sup>1</sup> – Desconto de Ficha;
6. D<sup>2</sup> – Desconto Comercial;
7. D<sup>3</sup> – Desconto Financeiro;
8. P. Liq. – Preço Líquido. (Após dedução dos descontos);
9. P. Net – Preço Final. (Após dedução dos descontos e do Rapel);

O *rapel* consiste numa estratégia de negócio onde é elaborado um patamar de compras aos clientes, incentivando-os a realizar bons volumes de compras a fim de, no final do ano, atingirem estes patamares.

Caso sejam atingidos, a empresa fica encarregue de, no início do ano seguinte, premiar os clientes que atingiram estes objetivos, devolvendo a percentagem estipulada face ao volume de vendas realizado.

Exemplo:

1. Vendas anuais superiores a 30 000€ - Rapel de 1% sobre as vendas;
2. Vendas anuais superiores a 50 000€ - Rapel de 3% sobre as vendas;
3. Vendas anuais superiores a 75 000€ - Rapel de 5% sobre as vendas;

O cálculo da rentabilidade do produto é feito através da seguinte fórmula de cálculo:

$$\text{Rentabilidade (\%)} = 1 - \left( \frac{\text{Preço de Compra}}{\text{Preço Net}} \right) * 100$$

Esta rentabilidade é considerada uma rentabilidade bruta, pois não estão refletidos neste cálculo os custos inerentes à laboração geral da empresa. De modo a obter a rentabilidade líquida, há que subtrair a percentagem da estrutura de custos.

Quanto ao cálculo do PVP a apresentar no estabelecimento dos clientes, a Cópave garante sempre 20% de margem aos seus clientes, com exceção dos produtos Avícolas Partidos. Nesta subfamília de produtos a Cópave garante somente 12% de margem. Estas são as regras base da empresa. Porém existem exceções. Por vezes os clientes preferem abdicar dos 20% de margem e ter melhor PVP. Pode também acontecer o inverso, ou seja, não ter somente 12%, mas sim mais e ter um PVP mais elevado. O cálculo do PVP é feito da seguinte forma:

$$\text{PVP} = \text{Preço Líquido} * (\text{Margem}_{12\% \text{ ou } 20\%}) * (\text{IVA Venda})$$



Após a elaboração do mapa resumo das vendas por vendedor da Cópave, é possível construir o Mapa de Crescimento de Vendas por Vendedor. Neste mapa é possível apurar o crescimento das vendas de cada vendedor face à mesma semana ou trimestre do ano anterior.

O mesmo é feito para cada uma das famílias de produto e para cada tipo de negócio, diferenciando o Pequeno Comércio das Grandes Superfícies e do Canal HORECA (Hotéis, Restaurantes e Cafés). São elaborados Gráficos comparativos onde é possível ter uma melhor percepção dos números. Estes são entregues aos vendedores de modo a terem uma noção das suas vendas e se estão ou não próximos dos objetivos propostos.

De modo ter uma melhor percepção e controlo sobre os custos realizados, foi estipulada, para algumas empresas do Grupo Sicosta, a elaboração das ordens de compra, e a Cópave não foi exceção. Atualmente estou responsável pelo controlo de orçamento e aprovação das ordens de compra de algumas rúbricas da Cópave, nomeadamente:

1. Material de Escritório;
2. Matérias-primas;
3. Matérias Subsidiárias;
4. Higiene;
5. Equipamentos;
6. Reparação de Viaturas.

Para cada uma destas rúbricas, existe um valor orçamentando que cada responsável deve respeitar. Sempre que este queira realizar uma compra de material referente à sua rúbrica, terá de emitir uma ordem de compra que é analisada por mim e, caso esta esteja conforme, é aprovada. Assim há maior rigor e disciplina na gestão de compras e uma percepção imediata dos custos realizados.

Diariamente são rececionados, nas instalações da Cópave, contentores com matérias-primas cuja finalidade é a sua utilização nos processos produtivos dando origem aos produtos acabados. Por outro lado, há ainda a receção de mercadorias, ou seja, produtos acabados que não necessitam de transformação, que estão prontos a serem vendidos no mercado. De modo a averiguar se as mercadorias rececionadas estão conforme as faturas emitidas pelos fornecedores, semanalmente, junto do chefe de expedição, é feita uma conferência entre as faturas e os mapas de receção de carga.

Por vezes durante esta conferência são registados alguns erros, denominados de não conformidades, tais como:

1. Faturação de mercadoria a mais ou a menos;
2. Troca de lotes;
3. Receção de mercadoria diferente da mencionada na fatura;
4. Erro no preço faturado;

Após serem registados estes erros, é feita de imediato uma reclamação junto do fornecedor, aguardando assim as devidas retificações. Posteriormente, todas as faturas de mercadorias, mais concretamente das famílias de produtos Pré-Cozinhados, Vegetais Congelados Peixes Congelados Mariscos e Moluscos, são lançadas no sistema de modo a haver controlo dos preços de compra e, aos poucos, introduzir em todos os produtos o sistema de gestão real do *stock* de produtos.

Atualmente presto auxílio administrativo a algumas delegações da Sicosta, mais concretamente nas ilhas do Pico, Faial e São Jorge. Uma vez que o gestor da Cópave é o mesmo destas delegações, fiquei incumbido de auxiliá-las com os promocionais, tabelas especiais e elaboração de mapas de gestão, por exemplo, mapa de vendas semanais. Aos poucos, ao realizar este tipo de tarefas, venho assimilando as metodologias de trabalho e de gestão apropriadas para que no futuro possa vir a assumir o controlo de uma delegação de uma forma mais autónoma.

A administração do Grupo Sicosta faz questão de manter os seus funcionários atualizados, promovendo assim algumas ações de formação. Tive a oportunidade de poder participar em 2 formações: uma relacionada com a área comercial e outra com o departamento de qualidade.

“The Choice – Service Awareness” foi uma formação que teve por base a consciência do serviço prestado, enaltecendo o facto de a área comercial ser o coração do sucesso. De modo a sermos bem-sucedidos no mercado, todas as empresas do Grupo Sicosta devem procurar a excelência no serviço prestado, garantido que as coisas sejam bem-feitas desde o início até ao fim do processo de trabalho.

Assim sendo, há que elaborar um planeamento onde se abordam as seguintes questões:

1. Onde estamos?
2. Como chegamos aqui?
3. Para onde queremos ir? (metas a atingir)

De modo a fazer um trabalho bem feito do início ao fim do processo de trabalho, é importante manter elevados os níveis de concentração, gerir bem o nosso tempo e elaborar um planeamento de atividades diárias, permitindo assim reorganizar o nosso trabalho e criando, com isto, pequenos espaços de reflexão, com vista a atingir o caminho do sucesso, por outras palavras, os objetivos propostos.

Há que analisar bem o mercado, pois não estamos sozinhos nele, e há que perceber de que modo a organização pode contribuir para o crescimento dos nossos produtos no mercado:

1. Produto
  - a. Diferenciados da Concorrência?
2. Preço
  - a. Adequados à estrutura de custos?
3. Distribuição
  - a. Resposta às necessidades dos clientes?
4. Promoção
  - a. Campanhas de degustação e promoção do produto.

De forma sucinta, esta formação alertou-nos para a importância do planeamento das tarefas diárias, a realização das mesmas, conhecer bem os pontos fortes e fracos da organização, saber quais as medidas para melhorar os pontos fracos e, ao mesmo tempo, relembrar que a excelência do serviço é a base fundamental para a satisfação dos clientes.

Outra formação que tive a oportunidade de assistir abordava o tema “Conceitos Básicos em Segurança Alimentar – Distribuição”. A qualidade dos produtos fornecidos pelo Grupo Sicosta está inteiramente ligada à segurança alimentar, ou seja, ao cumprimento legal das regras de trabalho.

O princípio fundamental das regras de trabalho no sector alimentar é o HACCP. O HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*) é um sistema de análise de perigos e controlo de pontos críticos. Através desta norma de trabalho, existe a necessidade dos colaboradores estarem atentos ao longo dos processos produtivos identificando eventuais perigos que possam surgir, tais como a não conformidade das matérias-primas, execução indevida dos processos de trabalho, má acondicionamento da armazenagem dos produtos, debilidades na expedição ou até mesmo na distribuição do produto, evitando que este saia das instalações e chegue à casa dos clientes em mau estado.

Com isto os colaboradores estão a zelar, não só pelo bom funcionamento e qualidade dos produtos, mas também pela imagem e qualidade dos produtos fornecidos pelo Grupo Sicosta. Caso seja detetado algum tipo de perigo ao longo do processo de fabrico, são implementadas, de imediato, medidas de prevenção para o seu futuro aparecimento.

A Rastreabilidade é outra regra de enorme importância no ramo alimentar. Através desta obtemos o registo de todas as fases do processo de produção, transformação e distribuição do produto, permitindo, em casos de não conformidade, identificar a origem do produto, o fornecedor e o cliente do mesmo. A rotulagem deve conter todas as informações obrigatórias para a venda o produto:

1. Nome do produto;
2. Ingredientes;
3. Indicação de todos os alergénicos;
4. Proporção de cada ingrediente;
5. Quantidade Líquida do produto;
6. Data limite de consumo;
7. Condições do espaço de conservação;
8. Informações gerais da empresa;
9. País de origem do produto;
10. Informação nutricional.

Com esta formação foi possível compreender melhor o rigor das normas de segurança alimentar, empregando-as no meu dia-a-dia na empresa e ficando assim familiarizado com o HACCP, a regra fundamental de segurança alimentar no seio das organizações.

## CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA

Neste capítulo será feita uma análise crítica de todo o relatório bem como do estágio curricular concretizado. Durante o decorrer do presente estágio tive a oportunidade de passar por duas empresas do Grupo Sicosta com áreas de negócio completamente distintas. Este facto permitiu-me adquirir novas competências profissionais e pessoais, sendo fundamental para o resultado das tarefas realizadas por mim nos dias de hoje.

Todas as tarefas que me foram solicitadas foram realizadas com o maior empenho e dedicação, demonstrando sempre motivação e vontade de aprender, correspondendo sempre da melhor forma possível às expectativas em mim depositadas, por todos os responsáveis das diferentes empresas do Grupo Sicosta.

Há que realçar a importância deste estágio uma vez que me proporcionou transição entre a licenciatura e o mundo do trabalho, tendo sido oficialmente meu primeiro trabalho. Deste modo destaco o facto de algumas unidades curriculares terem sido abrangidas ao longo do presente estágio, mais concretamente disciplinas como Auditoria, Contabilidade, Controlo Orçamental, Marketing Geral e de Serviços, Fiscalidade e Estatística.

É essencial referir as principais habilitações desenvolvidas ao longo do estágio profissional ao serviço do Grupo Sicosta. A gestão do tempo e a noção de prioridade foram umas das competências que tive de desenvolver, uma vez que estive incumbido de realizar várias tarefas ao longo do estágio, há que ter a noção de quais as tarefas de carácter de maior ou menor importância, realçando que todas as tarefas são importantes.

A gestão de tempo é outra batalha diária para todos os colaboradores. Há que fazer uma boa organização das tarefas a realizar de modo a desempenhá-las com o máximo de rigor e durante o tempo estipulado.

Considero fundamental a comunicação, uma vez que trabalhamos em grupo e, para que o grupo funcione, temos que estar todos em sintonia, de modo a que os processos de trabalho possam fluir, trazendo resultados positivos para cada sector do Grupo.

Para além da comunicação interna, há também a externa, obrigando a alteração de hábitos e comportamentos, agindo de forma profissional e rigorosa, tentando passar sempre uma mensagem clara e objetiva daquilo que pretendemos para todas as pessoas com quem intervimos fora do grupo de trabalho.

Assim sendo, surge também a interação com os colaboradores. É essencial um bom relacionamento profissional com todos os colaboradores, uma vez que trabalhamos em equipa, criando um bom ambiente e dinâmica nas tarefas realizadas.

O saber ouvir, também é fundamental. O Grupo Sicosta conta com muitos jovens em diversos departamentos das suas empresas. No entanto há que tirar partido da experiência e conhecimento dos mais velhos, pois este são uma mais-valia para as empresas e uma fonte de sabedoria, tendo nós, jovens, de saber ouvir e assimilar os seus ensinamentos.

No presente estágio, foram-me garantidas todas as condições ótimas de trabalho, quer a nível de instalações e recursos humanos, possibilitando desenvolver ao máximo as minhas capacidades. Fui sempre acompanhado, garantindo que desempenhava as tarefas

corretamente, pois foram-me incumbidas tarefas de elevada responsabilidade diretamente ligadas com os resultados semanais da empresa Cópave. O Grupo Sicosta sempre me incentivou a ser participativo, proactivo e a demonstrar as minhas ideias, de modo a trazer melhorias nos processos de trabalho ajudando a alcançar os objetivos da empresa. O facto de ter participado em duas formações, demonstra o interesse e empenho do Grupo Sicosta em manter os seus colaboradores atualizados e aptos para realizar diversas tarefas.

Quanto aos métodos de trabalho adotados pelas empresas do Grupo Sicosta, de um modo particular a Cópave – Sociedade Avícola Lda., acho que a empresa deveria tirar maior partido do seu programa de gestão, adotando métodos de trabalho mais práticos e rápidos contribuindo para uma melhor fluidez dos processos e trabalho.

Destaco o rigor do departamento de qualidade, que trabalha diariamente para que os processos de trabalho sejam realizados conforme as normas estipuladas, a fim de garantir a qualidade dos produtos. O departamento comercial enfrenta diariamente uma luta no mercado, unindo esforços para garantir a satisfação dos seus clientes e, ao mesmo tempo, alcançar os objetivos propostos pela administração da empresa.

As empresas são feitas de pessoas, e todos os objetivos e metas só serão alcançados se houver cooperação, entreadajuda e dinâmica entre os colaboradores nos diversos departamentos das empresas do Grupo Sicosta, pois o lema é “Juntos Somos Grupo Sicosta”.

## CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES

Na sequência do presente estágio curricular realizado no Grupo Sicosta, foi possível ter uma melhor perceção do mundo do trabalho, dos obstáculos que diariamente são encontrados no seio das corporações e como devemos reagir perante estas adversidades.

O estágio foi uma experiência enriquecedora para o meu percurso profissional, assimilados novos conhecimentos e metodologias de trabalho, tornando-me capaz de enfrentar novos desafios no futuro.

Com este estágio foi possível, não só interligar os conhecimentos obtidos através das unidades curricular da Licenciatura em Gestão, como também a realizar diversas tarefas que contribuíram para o melhoramento da organização ajudando a mesma a alcançar os seus objetivos.

Pessoalmente reconheço todo o apoio e incentivos dados pela empresa colaborando sempre para o meu desenvolvimento pessoal, bem como a sua colaboração na elaboração o presente relatório.

Este não seria possível sem a orientação do Professor Doutor Pedro Portugal Sousa Nunes, que sempre esteve presente e contribuiu com linhas orientadoras de modo a alcançar os objetivos delineados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 1. Revistas

- AÇORMÉDIA (2013) “*100 Maiores Empresas dos Açores*”, Ponta Delgada, 62.
- AÇORMÉDIA (2014) “*100 Maiores Empresas dos Açores*”, Ponta Delgada, 60-64.
- AÇORMÉDIA (2015) “*100 Maiores Empresas dos Açores*”, Ponta Delgada, 60-68.

### 2. Referências WEB

- Página do Grupo Sicosta: [www.gruposicosta.pt](http://www.gruposicosta.pt)