



Instituto Superior de Contabilidade e Administração

Politécnico de Coimbra



**Instituto Superior
de Contabilidade
e Administração**

Politécnico de Coimbra

Duarte da Silva Sousa

**Relatório de estágio curricular
VINOMATOS, LDA.**

Coimbra, abril de 2023



**Instituto Superior
de Contabilidade
e Administração**

Politécnico de Coimbra

Duarte da Silva Sousa

**Relatório de estágio curricular
VINOMATOS, LDA.**

Relatório de estágio submetido ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de **Mestre em Análise Financeira**, realizado sob a orientação do Professor José Benzinho e supervisão de Filomena Lopes.

Coimbra, abril de 2023

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaro ser o autor deste relatório de estágio, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido a outra Instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação do presente relatório de estágio.

AGRADECIMENTOS

Realizado o estágio e redigido o presente relatório, gostaria de deixar algumas palavras de apreço.

Este percurso não teria sido possível sem a orientação inicial do meu pai e consecutivamente, do professor José Benzinho.

O professor José Benzinho revelou ser um verdadeiro aliado na orientação do estágio e respetivo relatório. Esteve sempre presente, demonstrando um sentido de cooperação e entreatajuda cuja agradecimento queria deixar.

Também queria prestar o meu reconhecimento à entidade que me acolheu – Vinomatos, Lda. e a todos os colaboradores que fazem desta empresa uma referência. Um obrigado especial à minha supervisora e ao administrador pelo acompanhamento e voto de confiança.

RESUMO

O presente relatório foi desenvolvido no âmbito do mestrado em Análise Financeira do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra, e refere-se ao estágio que decorreu na empresa Vinomatos, Lda., nos seus escritórios, localizados em Caxarias, Ourém.

O documento divide-se em duas partes. Na primeira parte caracteriza-se a entidade de acolhimento e o empreendedor. Na segunda, descrevem-se as funções e atividades desempenhadas. Esta parte, inclui, também, a apresentação de um plano de negócios que visa alterar o modelo de negócio atual da empresa, permitindo desta forma, conquistar novos mercados e otimizar o ativo existente – a máquina *REVOLUTION*.

É notória a versatilidade apresentada no decorrer do estágio, uma vez que as funções desempenhadas foram várias. Seguindo sempre uma ambição de querer saber e fazer mais, tendo sempre liberdade e autonomia para apresentação de novos métodos de trabalho, sendo exemplo disso, a implementação de linhas de apoio à tesouraria como o *confirming* e o *factoring*.

Desta marcante experiência, de forma sintética, foi entendida a importância do *corporate governance*, do crédito bancário tanto na ótica dos particulares como de empresas no contexto nacional. Seguiu-se o objetivo de auxiliar a gestão do espaço comercial e ainda dos serviços pela entidade prestados.

Palavras-chave: Vinomatos, Lda., *REVOLUTION*, plano de negócios, *confirming*, *factoring*, *corporate governance*.

ABSTRACT

This report was developed within the framework of the Masters in Financial Analysis at the Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra, and refers to the internship that took place at the company Vinomatos, Lda., in its offices, located in Caxarias, Ourém.

The document is divided into two parts. The first part characterizes the host entity and the entrepreneur. In the second, the functions and activities performed are described. This part also includes the presentation of a business plan that aims to change the company's current business model, thus allowing it to conquer new markets and optimize the existing asset – the REVOLUTION machine.

The versatility presented during the internship is notorious, since the functions performed were several. Always following an ambition of wanting to know and do more, always having the freedom and autonomy to present new working methods, an example of this being the implementation of treasury support lines such as confirming and factoring.

This remarkable experience allowed me to understand the importance of corporate governance, bank credit, both from the point of view of individuals and companies in the national context. This was followed by the objective of assisting the management of the commercial space and also of the services provided by the entity.

Keywords: Vinomatos, Lda., *REVOLUTION*, *business plan*, *confirming*, *factoring*, *corporate governance*

ÍNDICE GERAL

Introdução	11
1 Caracterização da entidade de acolhimento	12
1.1 Apresentação do empreendedor	13
2 Objetivos e Enquadramento do Estágio.....	14
3 Funções desempenhadas e responsabilidades assumidas	14
3.1 Criação de uma campanha de financiamento destinada a equipamentos agrícolas e industriais	15
3.1.1 Contrato de locação financeira	18
3.2 Agrofácil <i>Confirming</i>	19
3.3 Crédito a particulares	22
3.4 Desempenho da loja	23
3.4.1 Avaliação do desempenho da loja durante o período do estágio	26
3.5 <i>Confirming</i> – Vinomatos.....	30
3.6 <i>Factoring</i>	32
3.7 Estimativa do valor por planta	35
3.8 Plano de negócios – <i>Start-up</i>	39
3.8.1 Origem	39
3.8.2 Estrutura e apresentação	39
3.8.3 Análise de produtividade da máquina.....	41
3.8.4 Processo produtivo e transmissão de conhecimento.....	41
3.8.5 Contrato de cessão de utilização da propriedade intelectual	42
3.8.6 Análise do setor e do mercado	42
3.8.7 Estudo económico financeiro.....	43
CONCLUSÃO	45

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
ANEXOS	48
ANEXO 1	49
ANEXO 2	51
ANEXO 3	54

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Vantagens e inconvenientes – leasing	16
Tabela 2: Vantagens e inconvenientes - crédito bancário.....	16
Tabela 3: Comparação de taxa de juro Chile-Portugal	33
Tabela 4: Comparação da duração de um serviço de plantação mediante método de trabalho	41
Tabela 5: Análise SWOT	43
Tabela 6: Depreciação das viaturas e máquinas de plantação.	52
Tabela 7: Gastos com pessoal - comercial.....	52
Tabela 8: Gastos com pessoal - equipas	52
Tabela 9: Gastos com pessoal – visitas do comercial.....	52
Tabela 10: Alojamento.....	53
Tabela 11: Combustível.....	53
Tabela 12: Mapa de custos global – Unidade: €/planta.....	53
Tabela 13: Nº de máquinas necessárias para dar resposta à replantação mundial.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Simulador agrofácil	21
Figura 2: Componentes de custo e cálculos auxiliares - Simulador Agrofácil.....	21
Figura 3: Volume de Negócio (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021	25
Figura 4: Margem Bruta (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021	25
Figura 5: Demonstração Global (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021	26
Figura 6: Primeiro trimestre: Out.2021 – Dez. 2021	27
Figura 7: Segundo trimestre: Jan. 2022 a Mar.2022.....	28

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

Figura 8: Demonstração global: Out. 2021 a Abr. 2022.....	28
Figura 9: Fluxo de pagamento confirming	32
Figura 10: Esquema de funcionamento factoring	35

Lista de abreviaturas, acrónimos e siglas

AI - Artificial Intelligence

ATV - All-Terrain Vehicle

BdP – Banco de Portugal

CAE- Classificação da Atividade Económica

CAGR – Compound Annual Growth Rate

CMV- Custo das Mercadorias Vendidas

CMVMC - Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas

EUA - Estados Unidos da América

EUR – Euros

EURIBOR - Euro Interbank Offered Rate

GPS – Global Positioning System

IBAN - International bank number

IES - Informação da Empresa Simplificada

IoT – Internet of Things

IRS - Imposto sobre o Rendimento das pessoas Singulares

IS – Imposto do Selo

ISCAC – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra

IVA – Imposto sobre Valor Acrescentado

KHA – Milhares de Hectares

KHL – Milhares de Hectolitros

MAF – Mestrado em Análise Financeira

MHA – Milhões de Hectares

MHL – Milhões de Hectolitros

OIV – Organização Internacional de Vinho e Vinha

PCV - Ponto Crítico das Vendas

PI - Projeto de Investimento

PN - Plano de Negócios

P.V.P – Preço de Venda ao Público

SIG – Sistemas de Informação Geográfica

SWOT - *Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*

TIR - Taxa Interna de Rendibilidade

VAL - Valor Atual Líquido

Introdução

O estágio curricular é uma das três opções apresentadas aos estudantes do mestrado em Análise Financeira (MAF) do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra (ISCAC) para obtenção do grau de mestre. No decorrer do segundo ano, os estudantes podem optar pela realização de uma dissertação, trabalho de projeto ou estágio e relatório. No meu caso, optei pela realização do estágio e respetivo relatório, por acreditar que é uma forma de aproximar os estudantes à realidade laboral, permitir aplicar e desenvolver competências através do contacto com novas realidades em diversos contextos.

No presente relatório de estágio, descrevem-se as tarefas desempenhadas no estágio curricular que decorreu na empresa Vinomatos, Lda. no período compreendido entre 18 de novembro de 2021 e 11 de maio de 2022

O estágio revelou-se bastante completo e seguiu o plano de estágio definido, onde se previa o acompanhamento das linhas de financiamento existentes de apoio aos clientes, implementação de novas linhas de apoio à tesouraria no âmbito do espaço comercial da Vinomatos e ainda, a monitorização dos serviços de plantação. Estas atividades permitiram o contacto com diversas áreas, alargando múltiplos conhecimentos e bastante adaptabilidade da minha parte. As funções desempenhadas cruzaram-se com a contabilidade, contacto com a Banca e com a consultoria, exigindo um ritmo aprendizagem de constante e acompanhamento das necessidades existentes.

Todo o trabalho realizado culmina num relatório completo, fruto de muita pesquisa, experiência laboral, grande sentido de iniciativa e autonomia que me acompanhará ao longo do meu percurso não só académico, mas também profissional.

1 Caracterização da entidade de acolhimento

A entidade acolhedora foi a Vinomatos, Lda. cujo *core business* é a produção e desenvolvimento de máquinas de plantação mecanizada, bem como a prestação de serviços de plantação mecanizada guiada por GPS (Global Positioning System). A empresa é, também, revendedora de material de plantação e, mais recentemente, inaugurou um espaço comercial onde comercializa todo o tipo de produtos ligados ao setor agrícola e da construção civil, passando ainda pelos motociclos e All-Terrain Vehicles (ATVs.)

A classificação de atividade económica (CAE) principal da Vinomatos é: 01610-R3, correspondente a atividades dos serviços relacionados com a agricultura.

Juridicamente, a empresa é uma sociedade por quotas, com o capital social de 250 000€, cuja número de identificação de pessoa coletiva é: 504041800 e encontra-se sedeadada em Casal Touro (Ourém). Apesar da origem do seu sócio fundador ser francês, trata-se de uma entidade portuguesa.

Em 1997 o senhor Georges Mandrafina fundou a empresa em Portugal, beneficiando da sua vasta experiência no setor agrícola, mais concretamente no que diz respeito a máquinas de plantação mecanizada, sendo pioneiro no lançamento de uma máquina de plantação mecanizada a laser.

Mais tarde, já no âmbito da Vinomatos, apresentou a primeira máquina de plantação mecanizada com guiamento de GPS. Atualmente, este equipamento permite à Vinomatos ser uma referência mundial, marcando presença nos países onde há maior produção de vinha, estendendo-se pela Europa, Rússia, Norte de África, Chile e EUA.

Relativamente às máquinas de plantação mecanizada, estas representam o maior ativo da empresa, sendo máquinas únicas no mundo que se encontram patenteadas. No caso da última versão, a máquina *REVOLUTION*, trata-se de um equipamento que permite rentabilizar os trabalhos de plantação, uma vez que na mesma passagem e na mesma linha de plantação, coloca a planta, o tutor junto da mesma, faz uma descarga líquida ou sólida de bio estimulante, coloca os postes intermédios e, ainda, desenrola tanto o arame, como o tubo de rega gota-a-gota. Esta máquina inclui nivelamento automático e dois eixos para trabalhos em terrenos com inclinação até 25%, representando enormes ganhos de produtividade, tempo e redução de custos, aliando a tecnologia e a agricultura.

1.1 Apresentação do empreendedor

O Sr. Georges Mandrafina, 63 anos, é francês e tem cerca de 40 anos de experiência na plantação mecanizada de diversas culturas.

Está ligado ao ramo das plantações, desde que iniciou a sua atividade profissional.

Em 1997 criou a sua primeira empresa em Portugal, concretamente a empresa Vinomatos Lda. que é líder mundial em plantações mecanizadas.

O Sr. Georges é o criador e impulsionador mundial das máquinas de plantação mecanizadas, tendo várias patentes registadas.

A história do Sr. Georges Mandrafina tem início nos anos 80, quando, em França decide adquirir a primeira máquina de plantar. À época, esta máquina seria a única que permitia plantar de forma mecânica, o que, em boa verdade, se revelou um fracasso, pois a máquina não reunia condições para prestar um serviço homogêneo e vantajoso para os viticultores.

Em 1982, desenvolveu a primeira máquina de plantação a laser e cinco anos mais tarde lança uma novidade absoluta, a primeira máquina de plantação mecanizada guiada por GPS (máquina - OLIVA).

Em 1990, o Sr. Georges, desenvolve uma nova máquina também guiada por GPS, que permite numa só passagem plantar e arramar. Esta nova máquina permitiu aos agricultores enormes ganhos de produtividade, nomeadamente através da redução de tempos e custos de plantação.

Estas inovações sem concorrência no mercado, permitiram à Vinomatos, a colocação de 40 máquinas de plantação mecanizada guiadas por GPS em 12 países distribuídos por quatro continentes. Atualmente o Sr. Mandrafina tem empresas de plantação nos Estados Unidos da América (EUA) e no Chile.

Em 2020, de forma a manter o estatuto de líder mundial em plantação mecanizada, o empreendedor desenvolve a máquina - *REVOLUTION*, que é a máquina mais moderna e eficiente do mundo na plantação de vinha, olival, amendoal entre outras árvores de fruto. A inovação apresentada nesta máquina de plantar, guiada por GPS, é a capacidade de realizar todo o projeto de plantar numa única passagem, independentemente da morfologia do terreno. Mais concretamente, abre o buraco para plantar a árvore, coloca a planta, o arame, o tutor (estaca), o tubo de rega e realiza uma injeção de bio estimulante (ou água), e tudo garantindo o alinhamento perfeito.

Como se depreende, esta máquina traz ganhos de produtividade imensuráveis para os agricultores, permitindo a continuidade na adoção de técnicas de agricultura de precisão.

2 Objetivos e Enquadramento do Estágio

No início comecei por me familiarizar com a entidade e com os métodos de trabalho existentes, quais os programas informáticos usados, quais as relações existentes com a Banca e demais instituições financeiras e, ainda, as pessoas responsáveis pelos vários departamentos de atividade.

O estágio, teve como foco principal, apoiar o departamento financeiro do espaço comercial, que se encontrava numa fase inicial, carecendo de forte sentido de iniciativa, autonomia e responsabilidade. Deste modo, tive oportunidade de estabelecer contacto com o mundo empresarial e financeiro, dispondo sempre de grande liberdade e autonomia.

3 Funções desempenhadas e responsabilidades assumidas

As minhas funções, no decorrer das 960 horas do estágio curricular, seguiram o plano de estágio apresentado, que apesar de dinâmico seguiu os seguintes pontos: avaliação e implementação de instrumentos de financiamento; intermediação de crédito; análise financeira do espaço comercial; viabilidade de continuidade da abertura de loja aos fins de semana e gestão de tesouraria.

Para além das funções previstas, realizei uma análise importante dos custos associados aos serviços de plantação, desenvolvendo um modelo que permitisse monitorizar e quantificar os gastos alocados àquela que é a atividade principal da Vinomatos – as plantações mecanizadas.

Ainda no âmbito do estágio curricular, elaborei um *business plan* que prevê associado à alteração do atual modelo de negócio para um modelo inovador.

3.1 Criação de uma campanha de financiamento destinada a equipamentos agrícolas e industriais

Já familiarizado com as possibilidades de financiamento existentes e as especificidades das mesmas, formalizei os protocolos com algumas instituições financeiras e organizei a informação de forma que a sua consulta fosse mais acessível, segmentando as entidades financeiras por setor de atividade e marca de equipamentos. Assim, foi possível entender qual a organização que gerava maior vantagem em cada cenário concreto.

Por iniciativa própria, propus a criação de uma campanha comercial para promover a comercialização de dois equipamentos, dando a possibilidade de estes serem adquiridos a crédito com uma taxa de juro competitiva, criando um fator de distinção que atrairia clientes. Aprovada a proposta, estabeleci contacto com a entidade financeira que melhor se enquadrava, tendo como critério as sinergias existentes entre a marca do equipamento a promover e a financeira, uma vez que, existem protocolos específicos celebrados entre as marcas e as entidades bancárias. Estes protocolos consistem na apresentação de taxas de juro subvencionadas pelas marcas de equipamentos, de forma a promover e estimular a venda de determinados bens. Apesar da taxa de referência ser a mesma que o banco apresenta, a marca toma iniciativa de suportar parte dos encargos – subvencionando assim a taxa de juro. Deste modo, o financiamento tornar-se de imediato mais apelativa.

Numa primeira fase, estudei as diferenças que existiam entre as duas principais modalidades de financiamento de bens ou equipamento: a locação financeira (*leasing*) ou o crédito bancário. Estes dois tipos de financiamento divergem principalmente em três pontos: a existência do pagamento do imposto do selo (IS), que por norma se fixa nos 4%, a reserva de propriedade do bem e a dedução do imposto sobre o valor acrescentado (IVA).

Podemos distinguir estes dois tipos de operações de modo detalhado. O *leasing* é o meio de financiamento concedido a entidades coletivas ou particulares, mediante a celebração de um contrato de locação financeira entre o locador, quem financia, e o locatário, quem beneficia do financiamento. O locatário, na maturidade poderá optar por adquirir o equipamento pelo seu valor residual, que em grande parte dos casos ascende a 1% do valor do bem.

Neste regime de financiamento existem algumas vantagens e inconvenientes, cuja síntese consta da tabela 1.

Vantagens:	Inconvenientes:
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de financiar um bem até 100% do seu valor, incluindo encargos legais; • Prontidão na resposta e na contratação; • Benefícios fiscais para a empresa, como isenção de imposto selo na comissão de abertura e juros do leasing; • Juros geralmente mais atrativos do que outras opções de financiamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não confere o direito de propriedade ao comprador enquanto este não liquidar a totalidade das responsabilidades do leasing; • Comissões mais elevadas em situações que o locador pretenda optar pela liquidação antecipada do leasing; • Obrigatoriedade de contratação de um seguro de danos próprios para o bem (que apesar de mais completo, é mais caro do que a apólice obrigatória de responsabilidade civil).

Tabela 1: Vantagens e inconvenientes – leasing

No que toca à modalidade de crédito (modalidade mais comum), esta resulta de um acordo com uma instituição de crédito (credor ou mutante) que disponibiliza capital a um cliente (devedor ou mutuário), que fica obrigado a reembolsar esse mesmo montante ao longo de um período acordado entre as partes, acrescido de encargos com juros e outros custos (comissões, abertura de dossiê e impostos). À semelhança do *leasing*, também o crédito bancário apresenta vantagens e inconvenientes que se encontram descritos na tabela 2.

Vantagens	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • O consumidor é de imediato o dono do bem; • Permite reduzir o empate de capital numa primeira instância; • Aquisição de um equipamento mesmo quando existe carência de capital; • Propriedade imediata, permitindo obter apoios estatais e subsídios; • O consumidor não está obrigado a contratar um seguro de danos próprio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Custo financeiro considerável, composto geralmente por juros, comissões e impostos; • Endividamento; • Burocracias, exigências de vários elementos financeiros necessários à análise; • Maior exigência em termos de garantias.

Tabela 2: Vantagens e inconvenientes - crédito bancário

Entendidas as diferenças entre as duas principais modalidades de financiamento por parte do cliente, passava-se à realização da simulação. Para a mesma é necessário assumir uma

modalidade, um prazo de financiamento e uma entrada inicial que em grande parte dos casos ascendia a 13% do valor total do equipamento (P.V.P). Esta percentagem correspondia ao valor do IVA, que por se tratar de um bem agrícola é aplicado à taxa intermédia (13%). Por norma, as entidades que adquirem este tipo de equipamento podem deduzir o valor do imposto caso a sua atividade económica se enquadre no setor agrícola. De notar que um dos critérios a ter em consideração era que o cliente em causa fosse um sujeito coletivo e que o montante a financiar fosse igual ou superior a 5 000€.

Assim que os detalhes inerentes à campanha se encontravam estabelecidos e definidos, traçar-se-ia o design e respetivo *layout* da campanha onde se incluía imagem ilustrativa do equipamento, a renda (no caso do leasing) ou prestação (no caso do crédito), bem como as condições de financiamento. Estando a forma e o conteúdo em conformidade como desejado, a campanha teria de ser comunicada ao Banco de Portugal (BdP), entidade reguladora que prevê a obrigatoriedade de apresentação e legibilidade do texto do financiamento sempre que se incluía uma prestação ou renda. Relativamente ao formato da campanha, este teria de respeitar os seguintes formatos: “.avi”, “.bmp”, “.doc”, “.jpg”, “.mpg”, “.mpeg”, “.mpe”, “.mp3”, “.pdf”, “.ppt”, “.wav”, “.wma”, “.wmv”, “.xls”, únicos formatos aceites pelo BdP.

Após receber o *feedback* do BdP, era agora possível efetuar a sua divulgação pública, nos respetivos canais de comunicação, redes sociais, plataforma digital/site e ainda *flyers* no estabelecimento comercial/*showroom*.

Fazendo um balanço geral, a criação destas campanhas permitiu o desenvolvimento de aptidões na área da banca, na medida em que permitiu conhecer e entender a forma como esta trabalha e quais os elementos necessários para que a mesma avalie os seus clientes. Tive ainda a oportunidade de aceder às plataformas internas dos bancos que permitem realizar simulações financeiras em tempo real. Nesta campanha específica, a entidade que me acompanhou, foi o *BNP Paribas Lease Solutions*. Ainda nesta campanha em particular, foi necessária alguma pesquisa de forma a entender o enquadramento fiscal dos equipamentos agrícolas.

Concretizada a campanha e entendido o impacto positivo que tinham, criou-se um plano de ação onde se incluíam as necessidades sazonais do setor e os equipamentos dentro do mesmo modelo.

3.1.1 Contrato de locação financeira

Terminada a campanha e demonstrado o interesse de alguns clientes em celebrar o contrato de locação financeira com a instituição financeira, seguia-se a preparação do contrato, a assinatura do mesmo e respetivos reconhecimentos.

Antes da assinatura do contrato, naturalmente, procedia-se à solicitação de diversos elementos financeiros e documentos de identificação do locatário. Estes elementos, no caso do *BNP Paribas Lease Solutions*, variavam consoante forma jurídica e, ainda, a existência ou não de contabilidade organizada.

Nos casos de particulares e empresários em nome individual sem contabilidade organizada, seria necessário solicitar:

- Registo central de beneficiário efetivo;
- Fatura pró-forma;
- Cópia do cartão de cidadão ou bilhete de identidade do proponente e cônjuge;
- Comprovativo de morada (recibo de água ou luz com antiguidade máxima de 3 meses);
- Comprovativo do *internacional bank number* (IBAN) normativo;
- Contactos (email, telefone fixo e telemóvel);
- Cópia do último imposto sobre o rendimento das pessoas singulares (IRS);
- Cópia dos últimos 3 recibos de vencimento;
- Cópia dos extratos bancários quando aplicável;
- Se reformado ou desempregado, informar qual a profissão exercida;
- Avalistas – cópia do cartão de cidadão ou do bilhete de identidade e do cartão de contribuinte.

Tratando-se de empresários individuais com contabilidade organizada seria ainda necessário:

- Cópia da declaração de informação da empresa simplificada (IES) do último ano ou código válido para consulta online;
- Balancete analítico atualizado.

Relativamente às sociedades por quotas, unipessoais e anónimas, os elementos a solicitar eram os seguintes:

- Fatura pró-forma;
- Cópia da certidão do registo comercial atualizada ou código válido para consulta online;
- Cópia do cartão de cidadão ou bilhete de identidade dos signatários com poderes para o ato;
- Comprovativo do *international bank number* (IBAN) nominativo;
- Contactos (email, telefone fixo e telemóvel);

- Cópia da declaração de informação da empresa simplificada (IES) do último ano ou código válido para consulta online;
- Balancete atualizado;
- Avalistas – Cópia do cartão de cidadão ou do bilhete de identidade e do cartão de contribuinte (sócios e/ou cônjuges);
- Identidade (nome, número de identificação discal e data de nascimento) do(s) beneficiário(s) efetivo(s).

Após rececionada a documentação necessária, o passo seguinte era enviar a mesma à entidade financeira, que com os devidos elementos e contacto com o cliente formalizaria um parecer relativamente à proposta de financiamento. Após a comunicação do parecer ao cliente, este solicitaria a emissão do contrato. Emitido e assinado, o contrato teria de ter duas das três vias reconhecidas e, em última instância, seria enviado novamente ao banco. Tendo a etapa do contrato finalizada, apenas seria necessário aguardar que o banco regularizasse a situação e liquidasse a fatura emitida pela Vinomatos.

3.2 Agrofácil Confirming

Como referido anteriormente o *core business* da Vinomatos são as plantações mecanizadas guiadas por GPS. Estas centram-se, em grande medida, na plantação de vinhas que surgem das renovações de vinhas já existentes e mais antigas, bem como novas de forma a estender a área vitivinícola dos viticultores. Estes projetos, tanto de renovação como de expansão de vinha podem, na maior parte dos casos, beneficiar da Medida de Apoio à Reestruturação e Reconversão de Vinhas (VITIS). Este regime de apoio à reestruturação e reconversão da vinha, visa, continuar e renovar as superfícies vitícolas, adaptando-as à evolução contínua do mercado e à melhoria da competitividade dos produtos. Desta pode beneficiar qualquer pessoa singular ou coletiva, de natureza pública ou privada, que exerça ou venha a exercer a atividade vitícola, que seja proprietária da parcela com vinha com mais de 15 anos, ou detentora de título válido que confira o direito à sua exploração normal, pelo prazo mínimo de 5 anos após a campanha de plantação.

Este apoio é considerado como um pilar basilar na tomada de decisão dos viticultores. No entanto, o pagamento deste mesmo apoio é diferido no tempo, exigindo da entidade que solicita o serviço de plantação, um esforço de tesouraria, uma vez que as plantações são realizadas, faturadas prevendo o pagamento a pronto.

Consciente das necessidades dos viticultores, a Vinomatos procurou, junto da Banca, apresentar uma “solução” financeira que permitisse aos clientes pagar num prazo

compreendido entre 30 e 360 dias. Após alguma pesquisa e orientação do Santander, instituição financeira que acompanhou o processo, surgiu a possibilidade de apresentar o *agrofácil confirming* aos clientes.

O *agrofácil confirming*, consiste num serviço de gestão de tesouraria disponibilizado pelo Santander com o objetivo de facilitar o negócio entre empresas e fornecedores, onde a empresa transfere para a instituição financeira (Santander) a gestão dos pagamentos aos seus fornecedores (Vinomatos). Para os clientes apresenta a vantagem de não ter qualquer tipo de encargos financeiros, uma vez que seriam assumidos e suportados pela entidade prestadora do serviço – Vinomatos.

Esta linha funciona da seguinte forma:

- Primeiro, é celebrado um contrato de confirming, onde a entidade financeira (Santander) fica responsável por pagar as dívidas da sua empresa (cliente), adiantando o pagamento aos seus fornecedores (Vinomatos), prevendo o período do pagamento e o limite de crédito, que varia mediante o bem-estar financeiro da entidade. Após a celebração, a empresa contrata o serviço à instituição financeira (Santander) e emite as ordens de pagamento de serviços prestados.
- Numa segunda fase, é emitido um aviso de pagamento ao fornecedor (Vinomatos), oferecendo a possibilidade de antecipação das faturas.
- Por fim, o fornecedor (Vinomatos) é notificado pelo banco (Santander) sobre o aviso de pagamento e tem a opção de o antecipar, que à priori já seria de realizar. Neste sentido a instituição financeira (Santander) liquida os valores que constam na ordem de pagamento (faturas). Estando a situação regularizada com o fornecedor, o cliente tem de restituir os fundos adiantados na data de vencimento negociada com a instituição financeira, data essa que poderia diferir até 360 dias (1ano).

No que toca aos custos inerentes a estas operações, incluem os juros, calculados à taxa de juro devida pela antecipação das faturas, resultado de um spread fixo adiciona a indexante, neste caso a *Euro Interbank Offered Rate* (EURIBOR) a 12 meses, devidamente atualizada consoante o período da operação. Adicionalmente, existe uma comissão de antecipação outra de formalização (que teria de ser paga, obrigatoriamente pelo cliente) sendo a primeira a uma taxa fixa, enquanto a comissão de formalização representava um valor fixo (figura 2).

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

Tendo em consideração as implicações desta linha para a Vinomatos, por iniciativa própria, criei um simulador (figura 1), que a partir da introdução do valor da prestação de serviços, ou seja, o valor total da fatura ou orçamento, permite analisar todas as componentes de custo, bem como o valor total dos encargos. Desta forma, qualquer colaborador, a partir de um documento EXCEL, devidamente parametrizado, conseguia consultar o total de gastos financeiros inerentes à operação facilitando a tomada de decisão. De notar ainda, que no documento foram aplicados conhecimentos de cálculo financeiro, tendo em consideração a transformação de taxas nominais para efetivas e ainda a capitalização de períodos.

Data	00/00/0000
Prestação de Serviço de plantação Orçamento N° :	X
Valor Orçado	- €
IVA	- €
Total	- €

Entrada	- €
Montante a Financiar	- €

Custos do Financiamento	
Juro	- €
IS s/ Juro	- €
Comissão Antecipada	- €
IS s/ Comissão de Antecipação	- €
Comissão de Formalização	- €
Total	- €

Figura 1: Simulador agrofácil

Notas auxiliares

	Spread	EURIBOR 12M
Juro (Spread+EURIBOR 12M)	%	%
Capitalização diária (360 dias)	%	
IVA	6%	
IS s/ Juro	4%	
Comissão de Antecipação	%	
IS s/ Com. Antecip.	4%	
Comissão de Formalização	€	

Figura 2: Componentes de custo e cálculos auxiliares - Simulador Agrofácil

À parte dos conhecimentos teóricos utilizados, também a parte relacional e comunicativa foi bastante importante na gestão de processos, adaptando o comportamento e linguagem mediante a ocasião e tipo de cliente a abordar.

3.3 Crédito a particulares

Dois meses antes da aprovação do meu estágio na Vinomatos, a empresa tinha inaugurado um espaço comercial, onde se comercializa todo o tipo de equipamentos agrícolas, de jardinagem, construção civil e ainda bricolagem.

Ainda em fase embrionária, a loja Vinomatos, necessitava de algo que, à parte da estratégia de marketing e produtos oferecidos, criasse vantagem competitiva, quando comparado com as lojas de ferragens e espaços comerciais de atividade semelhante. Neste sentido, surgiu a proposta de, em conjunto com uma intermediadora de crédito, se conseguisse oferecer possibilidades de financiamento a clientes particulares, à semelhança do que se realizava com entidades profissionais de pessoa coletiva. Contudo, desta vez, seria necessário alargar as possibilidades de financiamento a pessoas individuais com montantes a financiar, inferiores a 5 000€.

No decorrer da implementação destes benefícios de aquisição a crédito, foi necessário encontrar uma entidade que fizesse a intermediação de crédito junto da banca e conseguisse oferecer uma simulação quando existisse interesse por parte de um cliente para a aquisição de um equipamento. Após algumas reuniões com diversas empresas de intermediação de crédito, estabeleceu-se uma parceria entre a Vinomatos e uma intermediadora de crédito, que nos permitia trabalhar, apesar de indiretamente com as principais entidades financeiras: *Cetelem, Credibom e Cofidis*.

Concluída a parte burocrática, fiquei com a responsabilidade de garantir o bom funcionamento dos processos e monitorizar os mesmos.

Uma vez que seria eu quem estabelecia o contacto entre o cliente e a entidade intermediária de crédito, fazia parte das minhas funções, a recolha de informação necessária para o desenvolvimento da simulação, bem como a solicitação de todos os elementos contabilísticos, fiscais e de identificação. Desta forma, tive a oportunidade de me envolver, com o setor financeiro, mais especificamente no que toca ao crédito ao consumo e ainda com a parte comercial, que neste caso, exigiu em diversos momentos, alguns conhecimentos de economia monetária e mais uma vez, de cálculo financeiro.

3.4 Desempenho da loja

No seguimento da atividade comercial deparei-me com a necessidade de monitorizar a atividade económica propondo-me a criar uma demonstração de resultados que permitisse analisar a faturação e auxiliasse a estratégia empresarial.

A primeira tarefa passou pela recolha de dados existentes que se extraíram do software contabilístico usado, o *Primavera*. A partir deste programa conseguia-se assim obter um documento onde não só tinha o valor dos bens vendidos, bem como o seu custo de compra. No fundo, este documento permitia preencher as três primeiras linhas da demonstração de resultados, uma vez que após o devido tratamento dos dados, conseguia calcular o volume de negócio/valor de vendas, entender o custo das mercadorias vendidas (CMV) e, ainda, a margem bruta.

Após a obtenção dos dados, criei um documento Excel onde se podem incluir todas as rubricas da demonstração de resultados, nomeadamente vendas, gastos fixos e gastos variáveis, numa base mensal. Entendendo como gastos fixos aqueles que não se alteram mediante as variações nas vendas e gastos variáveis os que dependem diretamente das operações realizadas.

A partir desta demonstração financeira torna-se possível calcular o *break-even point* (*BEP*), também conhecido como o ponto crítico das vendas (*PCV*), entendido como o nível de atividade para o qual o rendimento cobre os custos fixos, excluindo depreciações e amortizações. No caso da loja Vinomatos, como a sua atividade consistia na comercialização direta de bens, o cálculo do ponto crítico, resultaria da divisão dos custos fixos pelo preço dos bens menos os custos variáveis (CMV).

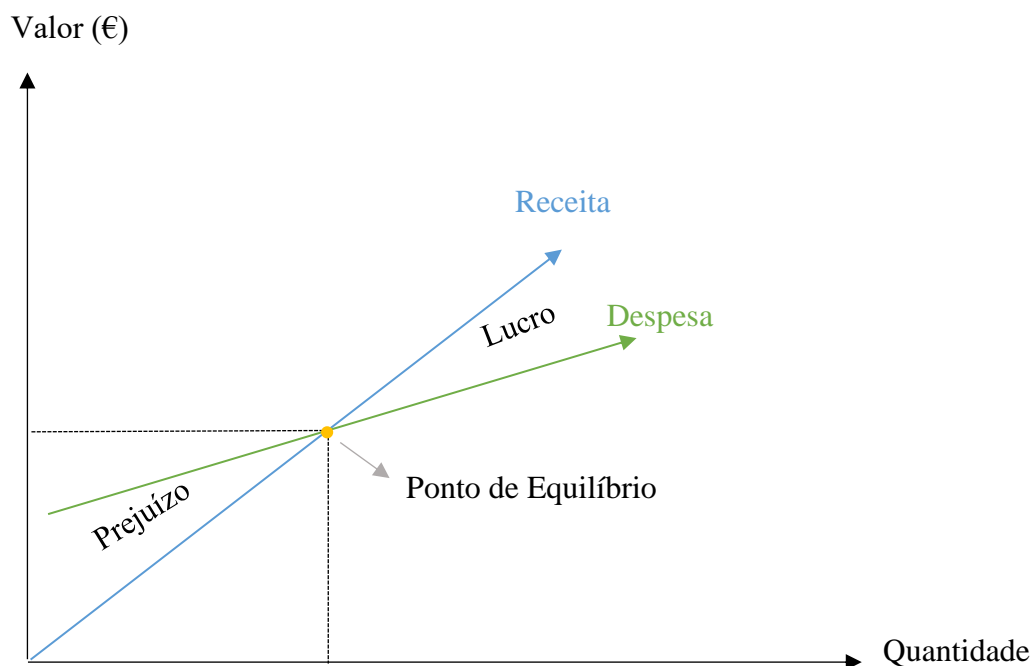
$$\text{Ponto crítico das vendas em valor} = \frac{\text{Custos Fixos}}{\frac{\text{Margem de contribuição}}{V.Vendas}}$$

Ou

$$\text{Ponto crítico das vendas em valor} = \frac{\text{Gastos Fixos}}{1 - \left(\frac{\text{Gastos Variáveis}}{V.Vendas}\right)}$$

O ponto crítico das vendas mostra o volume de vendas para o qual os proveitos igualam os custos totais conduzindo a um resultado nulo, resultado a partir do qual a empresa conseguiria obter algum lucro, como podemos entender melhor na ilustração abaixo

apresentada. No que toca à dificuldade de acesso a alguns custos, o cálculo do BEP não foi tão preciso como o espectável. No entanto, existe a convicção que a informação disponibilizada permite auxiliar os responsáveis pelo espaço comercial, no âmbito do processo de tomada de decisão.



Ainda no âmbito do desenvolvimento da demonstração de resultados, foi considerado pertinente estudar o desempenho da loja aos fins de semana. Deste modo, pretendia-se avaliar e decidir sobre a abertura da mesma, tanto ao sábado como ao domingo. Para o efeito, elaborou-se uma demonstração de resultados com o objetivo de detalhar o desempenho da loja aos fins de semana. Usou-se a informação disponível desde a abertura da loja (setembro 2021) e dezembro de 2021, data em que a decisão de encerrar o estabelecimento aos domingos foi tomada.

Elaborada a demonstração onde se encontravam discriminadas as vendas e o custo das mercadorias vendida, submeteu-se à apreciação da gerência, acompanhada de alguns gráficos ilustrativos, permitindo uma melhor perceção da atividade e dos valores. Estes números não podem ser partilhados no presente relatório uma vez que comprometem a confidencialidade acordada com a gerência da empresa.

Apesar de os dados variarem bastante entre os dois dias em estudo (sábado e domingo) e de não ser evidente do ponto de vista estritamente económico que um dos dias seria mais rentável, decidiu-se encerrar definitivamente aos domingos. No essencial, a opção tomada

teve em conta a contextualização do setor, a ausência de disponibilidade de trabalhadores para os domingos e, ainda, a própria atividade da concorrência.

De seguida, apresentam-se alguns gráficos representativos da atividade da loja Vinomatos, durante o período analisado:

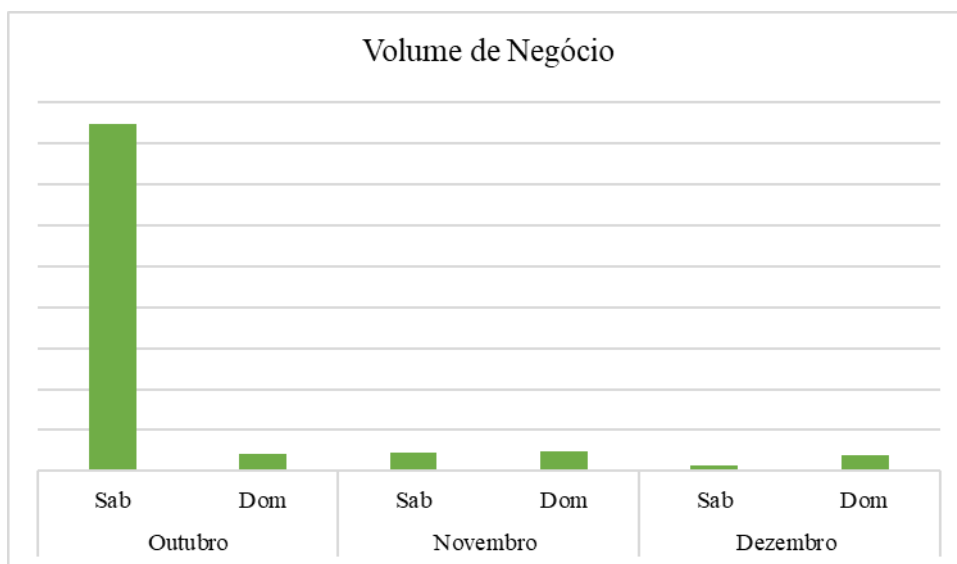


Figura 3: Volume de Negócio (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021

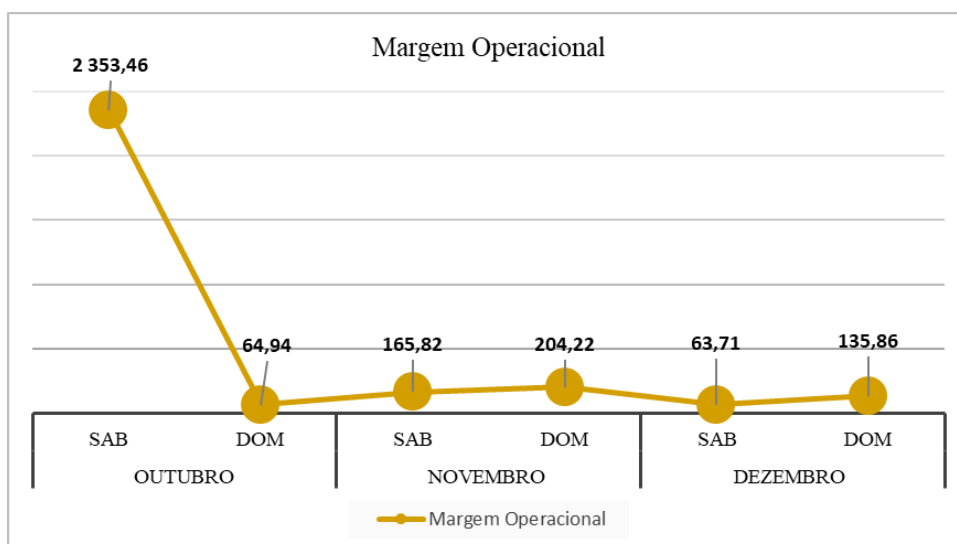


Figura 4: Margem Bruta (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021

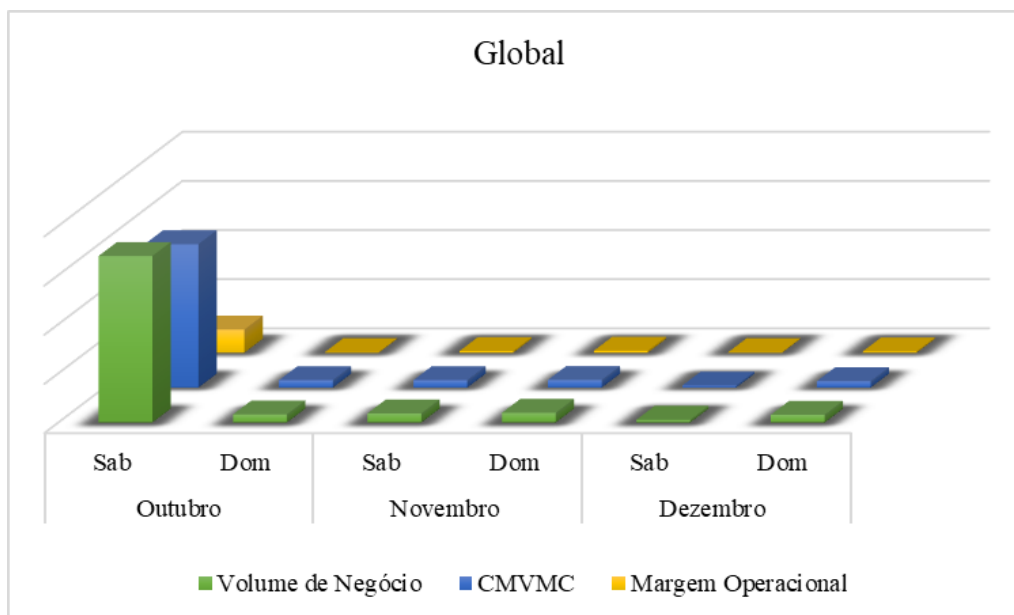


Figura 5: Demonstração Global (Sab. Dom.) loja Vinomatos mediante período de análise, setembro a dezembro 2021

Nas figuras apresentadas, podemos verificar que não existe distinção significativa quando comparamos os dias relativos ao fim de semana, uma vez que, tanto o sábado, como o domingo vão mantendo valores muito próximos.

3.4.1 Avaliação do desempenho da loja durante o período do estágio

Tendo em conta o período do estágio, tomei a iniciativa de estender o estudo do desempenho da loja à duração do estágio (de novembro 2021 a maio 2022), recolhendo assim uma amostra mais significativa do desempenho económico do estabelecimento comercial. Isso, permitiu que o documento por mim desenvolvido pudesse ser adotado e/ou adaptado numa perspetiva de gestão contínua.

Passados então os aproximadamente 6 meses relativos ao estágio, a empresa dispões dos dados relativos ao período compreendido entre outubro 2021 (primeiro mês completo após inauguração da loja) e maio 2022 (último mês do estágio). Elaborou-se, mais uma vez, uma demonstração financeira onde se incluíam as seguintes rubricas: vendas -volume de negócio (total de vendas), taxa de crescimento das vendas, custos variáveis – custo das mercadorias vendidas, margem bruta e ainda a margem bruta em percentagem das vendas. Desta forma, poder-se-ia fazer um balanço global do período em análise (outubro 2021 – maio 2022). A análise foi preparada numa base trimestral, permitindo que o acompanhamento fosse comparativo e de fácil interpretação. A análise foi complementada com um breve relatório escrito, onde detalhou a informação relativa a

cada período, auxiliando a tomada de decisão e permitindo o desenvolvimento de uma estratégia futura.

Como referido anteriormente, para o desenvolvimento deste mesmo relatório iniciei por realizar um estudo trimestral, que permitiria, caso necessário tirar conclusões periódicas não correndo o risco de acumular resultados menos desejados sem consciência dos mesmos.

Período: outubro 2021 – setembro 2022

Como referido anteriormente, assumi, como melhor amostra, os sete meses de atividade do espaço comercial Vinomatos – Loja Vinomatos. Deste modo, apresenta-se o seguinte relatório de análise. O mesmo encontra-se, numa primeira instância, dividido por trimestres. Sendo o primeiro constituído pelos meses de outubro, novembro e dezembro de 2021 como apresentado na figura abaixo:

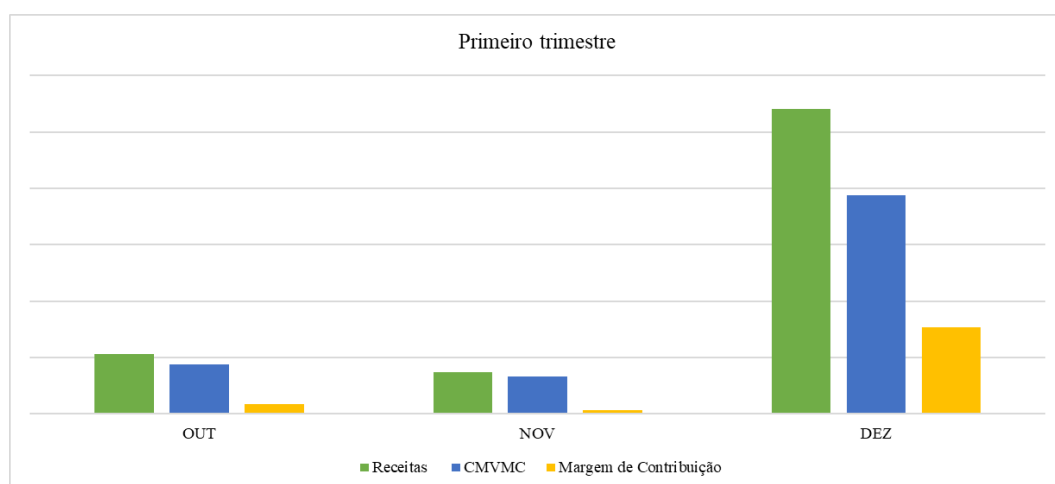


Figura 6: Primeiro trimestre: Out.2021 – Dez. 2021

Do quadro apresentado, referente ao primeiro trimestre (Out/Nov/Dez), podemos perceber uma descida significativa do valor de vendas compreendido entre o mês de outubro e novembro 2021, representando uma quebra de -66%. Não obstante, o mês de dezembro reverteu esta tendência, apresentando um crescimento nas vendas de 636% relativamente ao mês anterior.

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

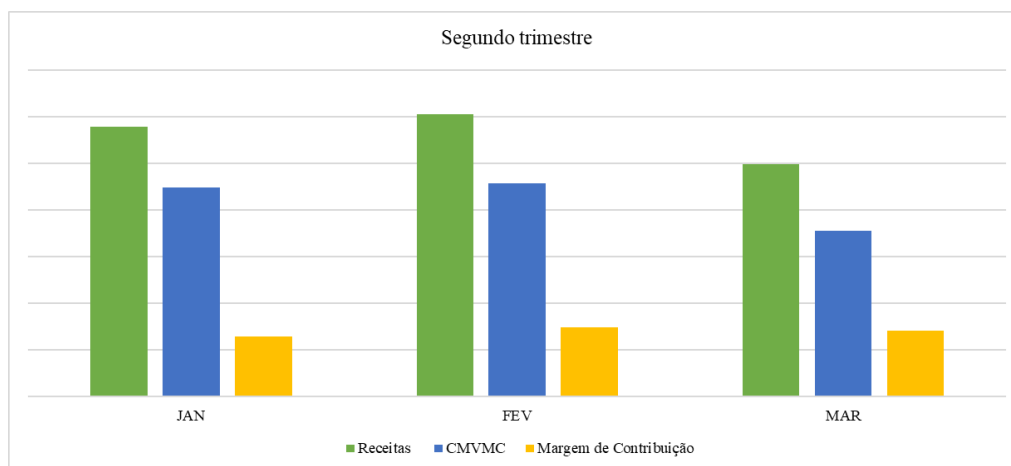


Figura 7: Segundo trimestre: Jan. 2022 a Mar.2022

Transitado o ano, já em 2022, no segundo trimestre em análise, o volume de negócios manteve um valor consistente, não oscilando significativamente entre os meses de janeiro, fevereiro e março. Este trimestre merece principal destaque, uma vez que a margem bruta à semelhança do volume de negócios, apresentou um valor contínuo nos primeiros 3 mês do ano.

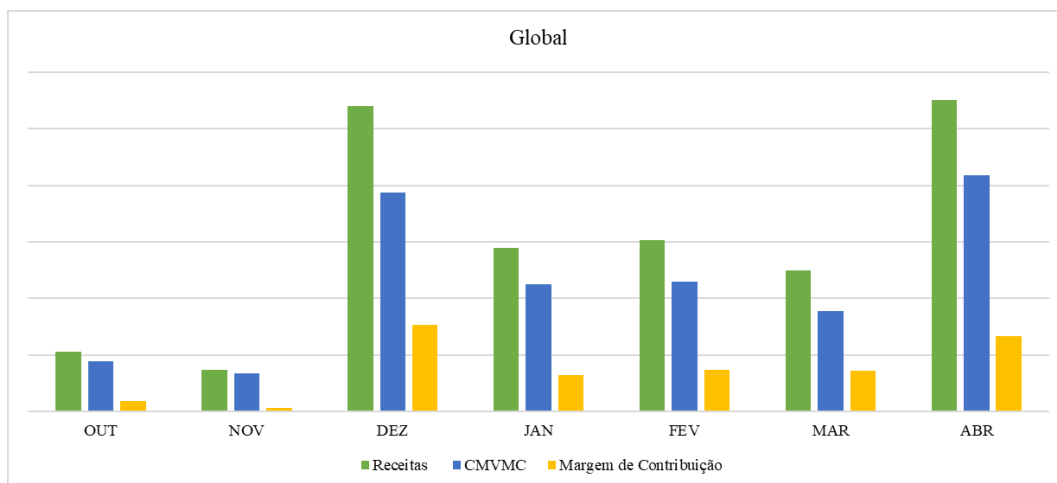


Figura 8: Demonstração global: Out. 2021 a Abr. 2022

De um ponto de vista geral, analisando a demonstração num todo e levando em consideração os dados apresentados apenas de meses completos, é necessário realizar alguma contextualização.

Como já referido anteriormente, a loja Vinomatos foi inaugurada durante o mês de setembro de 2021, e desde aí desenvolveu a sua atividade comercial no novo *showroom*.

Ao longo do ano de 2021, a mesma foi alvo de algumas alterações de política interna o que poderá justificar o aumento significativo que teve no mês de dezembro. Esta alteração de política veio incluir na faturação da loja, os materiais que haviam sido vendidos para plantações realizadas bem como equipamentos de maior valor vendidos à data.

Atualmente, apesar de se notar uma maior afluência no espaço comercial, acredito que a falta de clientes seja responsável pelos valores reais abaixo da expectativa inicial, segundo impressões trocadas com a gerência.

De forma a combater o baixo fluxo de clientes, disponibilizei um documento por mim criado onde se incluía, mensalmente os produtos transacionados em loja, onde se poderiam consultar os produtos com maior número de unidades vendidas bem como os que mais contribuíram para a margem bruta. Neste sentido, colou-se à disposição do departamento de *marketing*, dados relevantes para o desenvolvimento de campanhas, respeitando as tendências sazonais existentes no setor de atividade da Vinomatos. Tratados os dados poderiam agora ser classificados os produtos por categoria e segmento de atividade, importância e notoriedade. Esta lista encontrava-se dividida por mês de venda, descrição do produto, número de unidade vendidas, valor de aquisição, valor de venda e respetiva margem bruta. Poder-se ia entender qual a evolução de preços dos artigos mais relevantes, bem como comparar os mesmos a anos futuros.

Em tom de conclusão, achei ainda pertinente incluir algumas propostas de alterações futuras que passariam pela contratação um comercial de rua permitindo uma maior representatividade da Vinomatos, bem como o estabelecimento de novas parcerias comerciais, criando hábitos de consumo de e para entidades que laborem nas seguintes áreas de atividade: agrícola, jardinagem e construção civil. Acredito ainda que a aposta na digitalização da loja, com a possibilidade de adquirir qualquer bem de forma cem por cento online seria altamente vantajosa, libertando recursos humanos e agilizando a compra de material disponível em loja. De notar ainda, que criando o hábito de partilha de resultados trimestrais entre a equipa da loja e o departamento de Marketing, poder-se-iam traçar objetivos mais ambiciosos, e desenhar um plano estratégico de crescimento, com principal foco no histórico da venda de bens, respeitando sempre a sazonalidade do setor e das culturas.

Para uma apresentação de resultados mais transparente e real, seria pertinente criar uma separação entre o material vendido a partir da loja, do material relacionado com os

serviços de plantação, independentemente da sua finalidade seguindo a premissa de que apenas seriam considerados para o cálculo da rentabilidade, os materiais que se conseguem vender através da loja, que na ausência do espaço comercial físico não se conseguiriam vender. Numa perspetiva de continuidade sugeri que na demonstração de resultados fosse o mais completa possível, tendo proposto o formato se encontra no anexo 1.

3.5 *Confirming* – Vinomatos

Ainda no contexto da atividade da loja, entendi que seria desejável aquele espaço ter fundos que permitissem adquirir mais material para o espaço comercial, alargando a gama de produtos e, inclusive, acolher novos tipos de produtos. Neste sentido, procurei implementar uma linha financeira que permitisse auxiliar a gestão de tesouraria, bem como pagamentos a fornecedores que face ao pagamento imediato, nos concedessem espaço para negociar descontos de pronto pagamento, apesar de, em boa verdade usufruirmos de um prazo mais alargado para saldar as obrigações existente perante a entidade financiadora.

Realizada alguma pesquisa e troca de impressões com os gestores bancários da Vinomatos, surgiu o primeiro contacto com as linhas de *confirming*.

Conforme descrito por Vousinas (2019), o *confirming* trata-se de um produto de gestão de tesouraria que envolve três intervenientes: uma instituição de crédito; um cliente, muitas vezes descrito como comprador; e os respetivos fornecedores desse cliente. O banco assume o controlo dos pagamentos do cliente aos seus fornecedores, e normalmente promove a antecipação desses créditos, negociando descontos ou comissões associadas ao adiantamento. Posteriormente, o cliente possui um período pré-contratualizado para restituir ao banco o montante total correspondente aos bens adquiridos ao fornecedor

Do ponto de vista financeiro, o *confirming* é um serviço disponibilizado pelas instituições bancárias, com o objetivo de auxiliar e facilitar o negócio entre empresas e os respetivos fornecedores. Nestas linhas, a empresa transfere para a instituição financeira a gestão dos pagamentos a realizar aos seus fornecedores.

No que toca ao funcionamento da linha *confirming*, este é relativamente simples, apesar de existirem procedimentos obrigatórios a seguir. Numa primeira fase é importante esclarecer todas as particularidades do serviço, incluindo o prazo médio de recebimentos e pagamentos, bem como as componentes de custo, uma vez que este é complexo. Este,

inclui uma comissão de *confirming*, que por norma é uma percentagem a aplicar ao montante “financiado”, o juro, que corresponde a uma componente fixa estipulada no contrato adicionando a respetiva indexante, que por norma é a EURIBOR a 12 meses, a estes valores acrescem ainda as despesas de abertura de linha, composta por um valor fixo, a pagar no momento inicial do tempo, uma só vez. É ainda componente de despesa, o valor de renovação de contrato, que por norma é cobrado semestralmente.

Comparadas as propostas dos diferentes bancos, celebrou-se um contrato de *confirming* com o Santander, banco com o qual a Vinomatos já tinham uma relação sólida de confiança e entreajuda. Neste mesmo contrato, para além do custo da linha, anteriormente apresentados, vinha ainda estipulado o prazo médio de pagamentos negociado, que neste caso em concreto ascendia a 180 dias. Constava ainda no contrato o plafond aprovado, que neste caso em concreto, foi ao encontro do proposto. Este plafond é o valor de referência pelo qual o somatório de faturas de rege, não podendo ser ultrapassado em termo cumulativos, mas renovável à medida que as faturas são liquidadas, quer isto dizer que, após pagamento da plafond usado, o mesmo é liberto para futuras utilizações.

Na prática, a linha *confirming*, revelou ser bastante acessível. O primeiro passo, após a Vinomatos ter contratado o serviço da entidade financeira, é emitir ordens de pagamento de bens ou serviços aos fornecedores, nomeadas de Remessas. Nestes documentos vem, relativa ao país de destino dos pagamentos, o número de faturas a pagar, o montante total a pagar, a dívida e, ainda, a data de envio da remessa, com o respetivo conhecimento e assinatura da gerência. De seguida, é feita uma comunicação ao fornecedor (Anexo 3), para que este tome conhecimento de que os pagamentos serão realizados via *confirming*, sem qualquer encargo adicional para o cliente, uma vez que a modalidade praticada pela Vinomatos era o *Self-Confirming*. No entanto, existe uma outra modalidade, *Standard Confirming* onde é enviado um aviso de pagamento ao fornecedor, oferecendo a possibilidade de antecipar faturas e ficando este responsável pelos encargos da operação. Após a aceitação do fornecedor, a entidade financeira liquida os valores que constam nas ordens de pagamento de acordo as instruções enviadas pela Vinomatos através de um ficheiro informático, nomeado de “Remessa”. Nesta constam as seguintes informações relativamente aos fornecedores; número de Identificação Bancária (NIB), nome da empresa destinatária, nome do correspondente, nome do beneficiário do cheque, Número de pessoa coletiva (NPC) beneficiário, código Fornecedor, código tipo de documento (F/N), código do documento, modalidade de pagamento (C/Y) data de

vencimento do documento, montante, código da moeda, código tipo despesa, nome rua, nº Porta, localidade código postal, fax, código país, SWIFT e email.

De forma ilustrativa apresenta-se o fluxo de pagamento de *confirming* através do esquema seguinte:

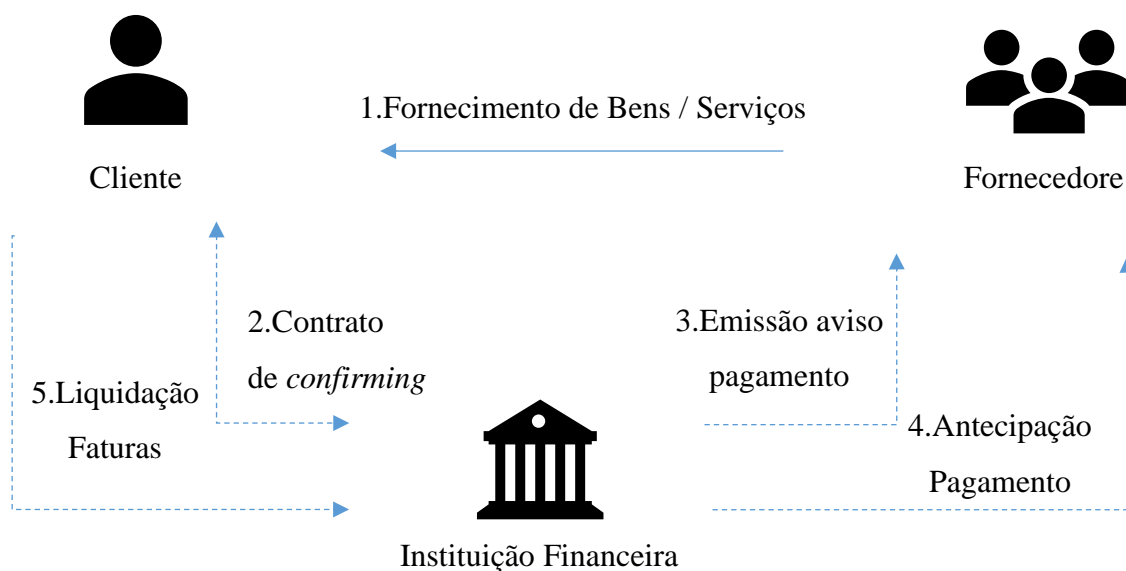


Figura 9: Fluxo de pagamento *confirming*

3.6 Factoring

Assim que tomei conhecimento da importância do mercado chileno, mercado disruptivo com enorme potencial no setor vinícola, onde a Vinomatos tem prestado cada vez mais serviços de plantação mecanizada, questionei a gerência relativamente às relações comerciais entre a empresa e os principais clientes chilenos. Foi relativamente simples entender que a prestação de serviços correspondia em grande parte à atividade existente sendo a comercialização de materiais de plantação uma percentagem residual, apesar do fornecimento de materiais ser imprescindível nos serviços de plantação.

Consciente das dificuldades de atuação no mercado chileno, mais concretamente no que toca à comercialização de material de plantação, entendi que algum do atrito existente passava pelas necessidades de fundo de maneio. Isto porque, para a realização destas operações, era necessário um avanço significativo de capital, com a agravante de que existia a possibilidade de as empresas adquirirem estes mesmo materiais no próprio país,

pois em termos de preço, importar os materiais não gerava em grande parte dos casos, vantagem. Assim sendo, a apresentação de vantagem competitiva passava agora por oferecer condições financeiras distintas, onde o cliente sem nenhum acréscimo nos encargos, poderia negociar o prazo médio de pagamento. Esta vantagem apresentada era duplamente importante. Primeiro porque o custo do capital era bastante elevado no Chile, quando comparado com Portugal, sendo a taxa de juro, em termos genéricos o triplo da nacional, despoletando interesse nos clientes quando abordada a possibilidade de estes pagarem postecipadamente. Segundo, pois na ótica da Vinomatos conseguir-se-ia vender material de plantação, podendo antecipar o valor das faturas e garantindo a boa cobrança das mesmas.

Mercado monetários – Taxas de juro (13/10/2022)	
Chile	Portugal
11,25%	3,00%

Tabela 3: Comparação de taxa de juro Chile-Portugal

Depois de alguma pesquisa e troca de impressões, estudei a viabilidade de implementar uma linha de *factoring* internacional que nos permitisse dar resposta a estas questões que, a partir da cedência de cobrança das faturas por nós emitidas as pudessemos antecipar e ainda negociar o respetivo prazo com os clientes.

Segundo Wald (1991) o contrato *factoring* consiste na aquisição, por uma empresa especializada, de créditos faturados por um comerciante ou industrial, sem direito de regresso da cobrança. Pelo que, a empresa de *factoring*, passa então a assumir os riscos de cobrança e no caso da insolvência do devedor, recebe uma remuneração ou comissão, ou ainda faz a compra os créditos com redução em relação ao seu valor.

Já o *factoring* internacional tem como objetivo a cessão de créditos emergentes de um contrato internacional de prestação de serviços onde, pelo menos um dos intervenientes na operação, tem de ter domicílio num país diferente ao da residência do *factor*. O *factoring* internacional pode ser ainda de:

- Importação: Consiste na aquisição, pela empresa de *factoring*, de créditos que um fornecedor estrangeiro tem sobre um devedor nacional (o cliente do *factor* é importador)
- Exportação: Verifica-se quando a empresa de *factoring* adquire créditos de fornecedores do seu país (o aderente é o exportador, a Vinomatos), sobre adquirentes estrangeiros (os devedores, clientes).

Apresentada a linha, estavam então reunidas as condições para tirar partido do mercado chileno com auxílio do *factoring*, onde não seria necessário reter capital, gerando vantagem perante os demais intermediários de materiais.

Procurávamos agora uma entidade financeira com a qual pudéssemos contrair uma linha de *factoring* que nos permitisse isso mesmo. Teríamos de negociar à semelhança da linha de *confirming*, prazos, comissões, taxas de juro, ou seja, todas as componentes de encargo bem como especificidades da linha num sentido comparativo.

Relativamente aos encargos do *factoring*, estes eram compostos por uma dedução variável (juro) cuja indexante era a EURIBOR 1 mês, acrescida de um spread anual, uma comissão de cessão de créditos, que corresponde a uma percentagem fixa, era ainda componente de custo a comissão de manutenção de fatura que corresponde a uma percentagem a cobrar por períodos de 31 dias a partir da data de vencimento do crédito.

Analisados os custos, celebramos um contrato de *factoring* com uma entidade financeira nacional, o Novo Banco, que nos permitiu iniciar a operação de *factoring* auxiliando no processo inicial. Numa primeira fase, seria necessário apresentar os clientes que queríamos incluir nas negociações, uma vez que, estes seriam avaliados tanto por uma seguradora de risco, que atribuiria um montante máximo de crédito, como pelo banco. Geralmente o montante estipulado pela seguradora coincidia com o da entidade financeira. No âmbito da avaliação realizada pelo banco e pela seguradora era necessário apresentar informações relativas ao cliente, como: número de identificação fiscal, nome completo da entidade, o país, a morada, localidade, código postal, telefone, email, e o montante estimado das faturas a emitir por cliente. Desta forma, quando o valor atribuído pela seguradora e pelo banco se encontravam definidos, sabíamos que as faturas a emitir poderiam ascender a esse valor, com a garantia, de que a gestão cobrança, caso o cliente excedesse o prazo negociado, seria realizada pelo banco e subsequentemente pela seguradora, tendo assim mais uma vantagem no que toca à relação com os clientes nos casos de incumprimento.

Numa segunda fase, era necessário notificar os clientes a partir da celebração de um termo de notificação, documento emitido pelo banco, por nós impresso onde se informava o cliente relativamente à cessão do crédito ao banco. Adicionalmente, discriminava-se o banco responsável pela operação, indicando ainda os dados de pagamento, pois o cliente teria de liquidar a dívida ao banco, uma vez que a Vinomatos receberia do banco o adiantamento da fatura emitida.

Por fim, seria necessário submeter as faturas no portal digital da instituição bancária, de forma que estas fossem adiantadas à Vinomatos, deixando a cobrança como responsabilidade da entidade financeira.

Fluxo de funcionamento do *factoring*:

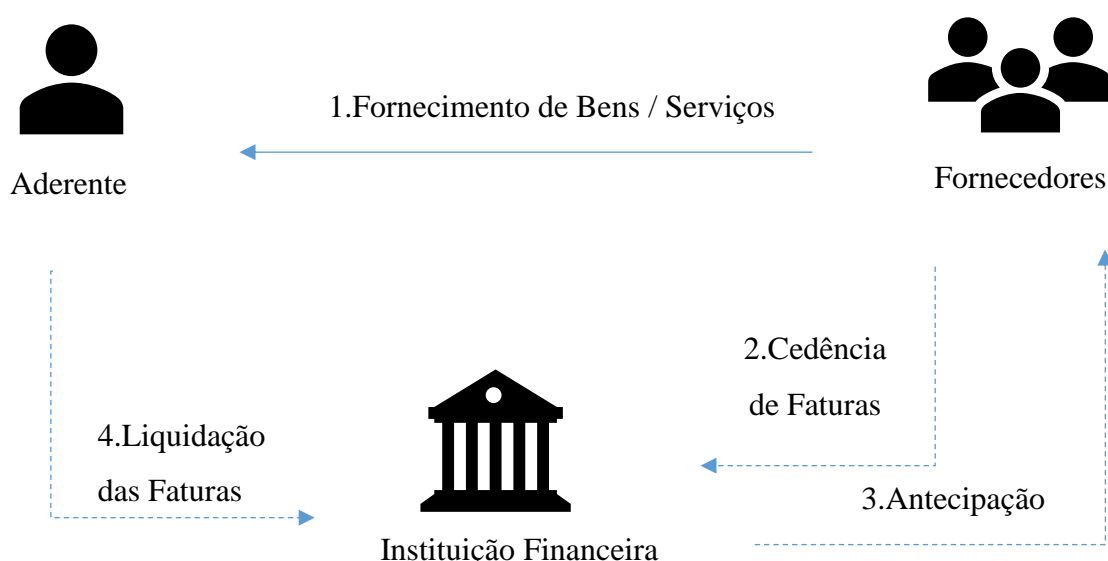


Figura 10: Esquema de funcionamento factoring

3.7 Estimativa do valor por planta

Já sintonizado com os serviços de plantação mecanizada e aproximando-se o início da campanha, que ao nível nacional decorre entre fevereiro e junho, tomei iniciativa de desenvolver uma folha de cálculo, onde se poderia estimar o custo real de cada planta, quer isto dizer, quais os custos a considerar no serviço de plantação, em termos unitários, uma vez que a estimativa de preço é calculada, também ela, de forma unitária, ou seja, por planta plantada. Quando é solicitado um orçamento, o comercial, com recurso a

diversas informações, como por exemplo: o tipo de cultura, o compasso a respeitar, a aplicação dos postes e ainda a localização da plantação, apresenta ao cliente um preço a praticar por planta, que quando multiplicado pelo número de plantas, representará o total do orçamento.

O documento que me propus desenvolver, teria como principal objetivo, entender o custo unitário de cada planta a partir de toda a informação que me foi facultada, poderia estimar o custo de cada planta, bem como calcular a margem da mesma, auxiliando o trabalho dos comerciais e otimizando a gestão interna.

Numa fase inicial, junto da contabilidade, measurei o valor dos tratores, respeitando o valor registado na contabilidade, sabendo que estes variavam entre dois modelos: *Fendt 512* e *Fendt 311*, que entre eles apresentavam uma diferença de preço significativa. Sobre estes equipamentos nutri-me da informação necessária, falo do valor pelo qual estão registados e a depreciação que os mesmos apresentam. A nível contabilístico, ambos os equipamentos se encontram com uma depreciação anual de 16,66% (cerca de 6 anos), o que em boa verdade, vai ao encontro da tabela de depreciações do código fiscal: “Decreto Regulamentar nº 25/2009, de 14 de setembro”, Tabela I, taxas específicas, Divisão I – Agricultura, silvicultura, pecuária e pesca, Grupo 1 - Agricultura, silvicultura, pecuária e pesca, Equipamentos não monitorizados: Código 75 – Tratores, ceifeiras-debulhadoras, motocultivadores, etc. Notei ainda que alguns dos tratores se encontravam em Locação financeira, pelo qual tomei iniciativa de analisar qual seria a sua depreciação anual e comparar a mesma à contabilística. Realizados os cálculos e as devidas comparações, cheguei à conclusão de que a depreciação contabilística, representava um esforço superior para a empresa e assim sendo, optei por utilizar esta mesma depreciação para efeitos de cálculo, pois segui sempre a premissa de assumir o valor mais elevados, de forma que a análise se torne mais robusta, refletindo um cenário pessimista. O que permitirá, em boa verdade criar uma maior margem real.

Calculadas as amortizações dos tratores, era necessário depreciar os veículos de transporte das equipas de plantação. Estas equipas eram compostas por 4 elementos e, por norma utilizavam 1 de dois veículos, dependendo das exigências de cada plantação, poderiam usar uma Isuzu ou uma Renault Master, no caso da Isuzu, à semelhança dos tratores, algumas delas encontravam-se em leasing, no entanto, para efeitos de cálculo assumi a sua depreciação contabilística, relativamente ao outro veículo, a Renault Master, também ela foi depreciada contabilisticamente, assumindo que os veículos apresentavam

4 anos de vida útil, à semelhança do previsto no código fiscal: Tabela I, taxas específicas, Grupo 4, veículos automóveis, 2375 – Ligeiros e mistos (depreciação anual 25%). Também os veículos dos comerciais, Peugeot Partner foram tidos em consideração e depreciados ao abrigo do código Fiscal, cuja depreciação é de 25% anualmente.

Ao nível das depreciações, era ainda necessário depreciar o ativo patentado, a máquina de plantação mecanizada – *OLIVA*, cuja depreciação foi novamente realizada pelo método da linha reta, respeitando novamente o que se encontrava registado na contabilidade, que coincide com o código fiscal, mais especificamente na tabela I, taxas específicas, Grupo 1 - Agricultura, silvicultura, pecuária e pesca, Código 90 - Arrancadora-carregadora, desbastador, ensiladora e semeador mecânico de precisão, que prevê uma depreciação de 14,28% anualmente.

Tendo em consideração que o objetivo era calcular o custo efetivo da prestação do serviço relativo a cada planta, assumi, para efeitos de cálculo que cada Máquina de plantação mecanizada, trator e respetiva equipa, realizavam 400 000 plantas anualmente, o que em termos reais, traduz um valor bastante modesto, no entanto foi o valor sugerido pela administração. Assim sendo, seguindo esta base seria possível, dividindo o somatório das depreciações dos demais equipamentos necessário para o serviço de plantação por 400 000, estimar o valor a alocar a cada planta (unidade), relativamente às depreciações.

Numa segunda instância era importante quantificar os gastos relativos aos recursos humanos e para o fazer, achei pertinente dividir a estimativa da rúbrica de gastos com pessoal, em três categorias: Equipa “+”, onde era previsto um maior custo de mão de obra, a Equipa “~”, onde se assumiam valores medianos, e a Equipa “-” “que seria a menos dispendiosa. Todas elas eram compostas por 4 elementos em que 1 deles é tratorista e os outros três são operadores de máquina, assumindo ainda que cada dia de trabalho era composto por 8 horas normais e 2 suplementares / horas extraordinárias. De forma a obter o custo da mão de obra por planta, foi-me apresentado que 1 equipa mediana, conseguiria plantar, no mínimo 6 000 plantas diariamente, no entanto, este valor poderia subir a 8 000 com relativa facilidade, mas para efeitos de cálculo, foi assumido o valor de 6 000 plantas diárias por equipa não considerando os possíveis acréscimos que existem nas equipas mais produtivas. De seguida, incluí ainda no âmbito dos gastos com recursos humanos, as visitas realizadas pelos comerciais, este valor respondia ao cálculo do custo de cada comercial para a Vinomatos, incluindo não só o salário, mas também as demais contribuições, dividindo por 22 dias úteis, ao valor diário, foi ainda adicionado ainda um

valor fixo por refeição, dando então o valor total de mão de obra diário por comercial. Este valor era multiplicado pelo número de visitas realizadas à plantação que, para efeitos de cálculo poderia variar entre duas e quatro visitas. Foram ainda estimados custos de combustível, dividindo esta rubrica em termos geográficos, distinguindo o país em três principais zonas: Norte, Centro e Sul, relativos à deslocação do comercial. Realizado o somatório da mão de obra e do combustível, tínhamos agora os gastos diários a imputar ao comercial, que por sua vez, foi novamente dividido pelas 6 000 plantas diária, dando assim o custo do comercial em termos unitários.

No que diz respeito ao alojamento da equipa, foi consultado o histórico existente de dormidas relativas aos anos anteriores, estas foram classificadas consoante a sua localização geográfica, dividindo o território em quatro principais zonas, Norte, Centro, Sul, e Algarve, onde se calculou uma média por noite e consecutivamente, por planta (custo unitário).

Já nos gastos de deslocação, foram calculadas médias de consumo consoante os veículos, dividindo o território em três zonas principais, Norte, Centro e Sul, onde poderíamos estipular os gastos dos veículos das equipas de plantação. No que toca ao trator, o seu consumo foi estimado, tendo em conta o seu consumo diário, dividindo o mesmo por 6 000 plantas diárias.

Em suma, reunidas todas as informações e realizados todos os cálculos intermédios, foi possível agregar tudo num mapa geral de custos onde o mesmo se encontrava dividido por 3 principais zonas: Norte, Centro e Sul, onde cada uma delas se subdividia nos três cenários anteriormente apresentados: “+” representativo da equipa mais cara, “~” representativo da equipa mediana e, por fim, o “-” representativo da equipa menos dispendiosa.

Realizado agora o somatório das diversas rubricas analisadas: depreciação do trator, da máquina de plantação mecanizada, da viatura da equipa e da viatura do comercial, os gastos com o pessoal, tanto das equipas, como do comercial, o alojamento e por fim o combustível, era possível, saber com exatidão o custo da prestação do serviço de plantação, em termos unitários.

Em anexo (Anexo 2) apresentam-se as tabelas relativas a cada uma das rubricas estudadas, bem como o mapa de custos global que permitia antever os preços a praticar mediante as respetivas margens, em termos percentuais.

3.8 Plano de negócios – *Start-up*

3.8.1 Origem

Na fase final do estágio, resultado de uma discussão com o gerente, entendeu-se a possibilidade de reinventar o modelo de negócio que a Vinomatos atualmente apresenta. Como referido anteriormente, o *core business* da empresa é a prestação de serviços de plantação mecanizada, bem como a produção destas mesmas máquinas.

A ideia seria, otimizar o ativo existente da Vinomatos, Lda. e do Sr. Georges Mandrafina, de forma que este estivesse à disposição de todos os prestadores de serviços à escala mundial, gerando uma receita ativa através da cessão de utilização da propriedade intelectual. Permitindo o fim da comercialização de máquinas, passando a cobrar *royalties* (pagamento jurídico vinculativo feito a um sujeito ou entidade, pelo uso contínuo de um ativo) por planta plantada pela máquina.

Neste sentido, entendeu-se ser adequado elaborar um plano de negócios (PN) onde se reflète esta visão, bem como o caminho a seguir, orçamentando e refletindo sobre o programa a implementar, incluindo todos os dados pertinentes relativos à atividade económica, na forma de demonstrações financeiras destinadas à apresentação a investidores.

Este plano de negócios foi elaborado de acordo com a estrutura tradicional, cujos principais aspetos, serão sumariamente detalhados nos pontos seguintes. Já quanto aos aspetos quantitativos, por motivos de confidencialidade solicitados pelo empreendedor, não podem ser divulgados nesta fase.

3.8.2 Estrutura e apresentação

Após um breve sumário executivo, o *business plan* inicia com a apresentação do promotor, o Sr. Georges Mandrafina, que com os seus 63 anos de idade conta com mais de 40 anos de experiência no ramo das plantações mecanizadas, sendo ele a chave para o sucesso da criação desta nova empresa que assumirá a forma jurídica de uma *start-up*, pois acreditamos ser uma empresa inovadora em fase inicial, com grande potencial de crescimento aliado a um modelo de negócio repetível e escalável relacionado com a área da tecnologia agrícola. Tal como o nome indica (*start-up*) é uma empresa cuja evolução, apesar de ser numa fase inicial, se acredita que seja exponencial.

De seguida, apresentamos o projeto que visa essencialmente a introdução de um novo modelo de negócio, totalmente inovador e escalável a nível mundial. Com a missão de colocar à disposição dos prestadores de serviços, máquinas de plantação mecanizada, bem como conhecimento e know-how necessário para realização de um trabalho de excelência na agricultura de precisão, visão em ser um dos maiores *players* de mercado a nível mundial, tornando-se uma referência pela tecnologia e qualidade levando sempre em consideração as necessidades sociais e ambientais, numa ótica de progressiva sustentabilidade.

Atualmente a empresa líder em plantação mecanizada guiada por GPS é a Vinomatos, e opera maioritariamente com a máquina – OLIVA, que permite plantar e tutorar. Não obstante, já se encontra patenteada pelo Sr. Georges, a máquina - *REVOLUTION* que consegue fazer todos os trabalhos associados à plantação de vinha, eliminando a necessidade de recorrer a outros prestadores de serviços, permitindo ganhos de produtividade exponenciais. A inovação apresentada nesta máquina de plantar – *REVOLUTION*, reside na capacidade de esta permitir, de forma única no mundo, a realização de todo o serviço de plantação e aramação de vinha, olival, amendoal ou outras árvores de fruto, tudo na mesma passagem e independentemente das características morfológicas do terreno, garantindo o alinhamento perfeito e eliminando a necessidade de várias intervenções e intervenientes que poderão ser sinónimo de utilização de mais recursos, maior duração dos trabalhos, maior poluição, no fundo, menor eficiência. Esta máquina responde ainda às questões de sustentabilidade, dado que este sistema de plantação permite poupanças elevadas a nível de recurso hídricos, fertilizantes, recursos humanos, entre outros, contribuindo também para os objetivos da neutralidade carbónica.

Dado que esta nova empresa incorpora toda a tecnologia e *know-how* das plantações, em conjunto com o promotor desenvolveu-se uma nova estratégia comercial, que como referido anteriormente, passa por deixar de vender equipamentos, para ceder a utilização da propriedade intelectual. Ou seja, a *start-up* coloca a máquina no cliente (prestador de serviços), esta paga uma entrada inicial (pagamento único) e um *royalty* por planta plantada pressupondo um mínimo anual de plantas por máquina/contrato. É ainda de carácter obrigatório, a apresentação de uma garantia bancária de primeira ordem, no valor da máquina *REVOLUTION*, de forma a salvaguardar a *start-up*. Em contrapartida a empresa – transfere a máquina e todo o know-how de plantação para o cliente/prestador de serviços.

3.8.3 Análise de produtividade da máquina

Neste ponto, de forma a entender melhor os acréscimos na produtividade, criou-se uma tabela ilustrativa que permite comparar a duração dos diferentes métodos de plantação: método de plantação tradicional/ manual, o método de plantação mecanizada com guiamento laser e o método mais recente, plantação mecanizada guiada por GPS – *REVOLUTION*. Para a elaboração da tabela seguiram-se alguns pressupostos, tais como: procedimentos transversais a qualquer plantação, unidade de medida da área, número de plantas, e equipa de trabalho.

Método de plantação	Nº de plantas por dia	1 Hectare (4200 plantas)
Tradicional	950	4,42 dias
Mecanizada guiada por laser	2 900	1,49 dias
Mecanizada guiada por GPS	8 000	0,53 dias

Tabela 4: Comparação da duração de um serviço de plantação mediante método de trabalho

3.8.4 Processo produtivo e transmissão de conhecimento

Numa primeira instância, será celebrado um contrato de exclusividade com a Vinomatos, Lda. (empresa equipada com serralharia e recursos humanos especializados no fabrico e montagem de máquinas de plantação mecanizada), no qual constatará a relação bilateral entre a *start-up* e a Vinomatos, Lda., com o objetivo de fornecimento de matérias-primas e recursos humanos imprescindíveis no fabrico das máquinas de plantar. Estas máquinas são únicas no mundo e encontram-se patenteadas, desta forma temos garantida da sua autenticidade e unicidade. Uma vez que a Vinomatos, Lda. é a única empresa com capacidade, conhecimento e autoridade de fabrico destes mesmos equipamentos.

No que toca à laboração com as máquinas e tratores, é evidente que os mesmos requeiram formação de forma a serem operados nas melhores condições. Com o devido conhecimento, as equipas estarão aptas a manusear os equipamentos, entender os procedimentos obrigatórios, manutenção, gestão de áreas, tempo e recursos, otimizando assim as plantações e garantindo o bom funcionamento das máquinas. Esta formação será dada pela *start-up* de forma a garantir a homogeneidade de conhecimento o que refletirá qualidade contínua.

3.8.5 Contrato de cessão de utilização da propriedade intelectual

Para a adoção deste novo modelo de negócio, foi estipulado um contrato modelo que como já apresentado consiste nas seguintes cláusulas genéricas:

- a) O cliente paga uma entrada inicial da disponibilização do equipamento;
- b) O cliente paga um *royalty* por planta plantada respeitando o mínimo de plantas/ano de 400 mil. (O número de plantas plantadas é controlado on-line, dado que a máquina comunica com a sede, prevendo ainda a boa cobrança do total de plantas plantadas);
- c) A disponibilização inclui formação inicial e continua aos operadores;
- d) O contrato tem a vigência de 6 anos. (Após este período o cliente assina um novo contrato);
- e) O cliente emite uma garantia bancária no valor da máquina *REVOLUTION* para salvaguarda do contrato.

3.8.6 Análise do setor e do mercado

No plano de negócios inclui uma extensa análise do mercado onde analisei o setor agrícola na sua generalidade, estudei as tendências da tecnologia aliada ao setor agrícola – *Agrotech*. Aprofundei o conhecimento no que toca à agricultura de precisão, uma vez que é neste ramo que se insere a *start-up* e detalhando os benefícios que dela advêm. Numa segunda fase, e recolhi e estudei dados históricos, dos últimos 5 anos, relativamente à área vinícola, à produção de vinho e à comercialização do mesmo detalhando importações e exportações.

Sobre esta análise foram retirados os dados que permitiram desenvolver o estudo de viabilidade económica da *start-up*, pois foi a partir das tabelas oficiais disponibilizadas pela Organização Internacional de Vinho e Vinha (OIV) 2021 que se retirou a superfície de vinha existente em cada país produtor de vinho (ou qualquer outro produto cuja origem é a uva), desta forma cruzando com a premissa facultada pela longa experiência do promotor, em que se afirma ser necessário renovar anualmente 4% da área de vinha, teríamos a procura global distribuída por países.

3.8.6.1 *Análise Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)*

Na tabela seguinte, resumem-se as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças, a que a empresa está sujeita.

	Forças (S)	Oportunidades (O)
Positivo	<ul style="list-style-type: none">• Elevada experiência no setor• Agricultura de precisão• Aposta na sustentabilidade• Inovação e qualidade das plantações• Produtividade dos agricultores	<ul style="list-style-type: none">• Agricultura 4.0• Renovação de vinhas• Elevada procura• Sustentabilidade• Transição digital
	Fraquezas (W)	Ameaças (T)
Negativo	<ul style="list-style-type: none">• Elevado investimento• Grande volatilidade dos preços das matérias-primas	<ul style="list-style-type: none">• Aumento da concorrência• Instabilidade económica

Tabela 5: Análise SWOT

3.8.7 Estudo económico financeiro

Como referido anteriormente, elaborei uma tabela (Anexo 3), onde se apresenta a procura anual, resultado da renovação da vinha. A partir da procura existente era possível entender quantas máquinas seriam necessárias para responder ao mercado, assumindo que cada máquina tem capacidade mínima de plantar 400 000 plantas anualmente.

Em termos objetivos e de forma a obtermos dados mais realistas o promotor traçou como trajetória 10% da quota média de mercado da renovação de vinha no período de 4 anos, o que representa sensivelmente 300 máquinas *REVOLUTION*.

Foi sobre este objetivo que as demonstrações financeiras foram desenvolvidas. Primeiro estipulou-se o número de máquinas a distribuir pelo mercado nos respetivos anos de atividade. De seguida, analisaram-se as principais fontes de receita e despesa, efetuando a avaliação do projeto a preços correntes.

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

Em termos de receita a mesma resultava da entrada inicial multiplicada pelo número de contratos e o *royalty*, do número de máquinas pelas 400 mil plantas multiplicando ainda pelo seu valor unitário. Tendo sempre em consideração a taxa de inflação.

No que toca à despesa, não existe a rubrica do custo de existências, uma vez que se trata de uma empresa de prestação de serviços. Levamos em consideração o fornecimento e serviços externos, o custo com pessoal, as amortizações e os custos financeiros.

Realizou-se um mapa de investimento detalhado, as demonstrações de resultados e os balanços previsionais.

Para o cálculo da avaliação do negócio, foi utilizado o método dos *cash-flow* ajustados. Calculou-se também o valor atual líquido (VAL), que representa o excedente monetário criado, considerando o investimento e após considerados todos os *cash-inflows* e todos os *cash-outflows* associados à exploração, remunerados os capitais utilizados à taxa desejada.

Estimou-se, igualmente a taxa interna de rentabilidade (TIR), que representa a taxa de remuneração máxima que o projeto de investimento (PI) pode proporcionar aos financiadores, então pode ser entendida como o máximo custo de capital que uma empresa poderia usar para financiar um investimento sem prejudicar os sócios/acionistas e por fim o *payback*, tratando-se do período de recuperação do investimento.

Em tom de conclusão, posso afirmar que os indicadores apresentavam valores positivos e atrativos o que em parte se deve ao facto da área de negócio se encontrar em forte crescimento em termos de mercado.

CONCLUSÃO

O estágio curricular realizado na Vinomatos, Lda., foi bastante enriquecedor na medida em que me deram oportunidade de adquirir novos conhecimentos ao nível financeiro, fiscal, de funcionamento da Banca e de gestão, em geral. Este período revelou ser também proveitoso, pois exigiu capacidades técnicas e humanas que, de uma forma ou outra foram adquiridas ou aprimoradas.

De notar que ao longo do estágio foram surgindo diversos desafios que encarei sempre de bom grado, uma vez que contribuíam para a minha evolução não só profissional, mas também humana.

O principal objetivo do presente trabalho foi descrever com detalhe as funções por mim desempenhadas ao longo do estágio. No entanto, o que se revelou ser mais impactante, foi o desenvolvimento do plano de negócios.

No plano de negócios tive a oportunidade de, junto da administração, redesenhar o modelo atual da empresa, estudar o mercado vinícola e entender a dimensão que este “nicho” tem à escala mundial. Também neste projeto tive a oportunidade de apresentar à Banca e a acionistas privados (*private equity*), cujo *expertise* é notável, um modelo inovador aliado a um ativo patenteado cuja potencial global atinge valores de grande dimensão. Recordo que por motivos de confidencialidade solicitados pelo empreendedor, não podem ser divulgados valores referentes ao plano.

Em suma, acredito que os procedimentos sugeridos e as atividades desempenhadas no período do estágio auxiliaram a empresa e disponibilizaram ferramentas de gestão que poderão ser implementadas. Deixo ainda votos para que o negócio apresentado no plano, ganhe forma e se venha a revelar uma referência mundial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Artigos:

Klapper Leora (2006). *The role of factoring for financing small and medium enterprises. Journal of Banking & Finance 30.* (pp. 3111-3130)

Sampaio Fernando (2020). A importância do factoring e do *confirming* num contexto de crise económica. Universidade de Coimbra: Relatório de estágio.

Sequeira João (2019). Dissertação. O factoring e o financiamento às PME: uma visão na perspetiva das entidades financiadoras. Instituto superior de contabilidade e administração de Lisboa.

Wald, A. (1991). *Curso de direito civil.* São Paulo: Revista dos Tribunais.

Vousinas, G. (2019). Supply chain finance: definition, modern aspects and research challenges ahead. Em W. Tate, L. Bals, & L. Ellramn, *Supply Chain Finance Risk Management, Resilience and Supplier Management* (pp. 63-91). Kogan Page.

Legislação:

Código do Imposto sobre Pessoas Coletivas (CIRC)

Código do Imposto sobre Pessoas Singulares (CIRS)

Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado (CIVA)

Estatuto dos Benefícios Fiscais (EBF)

Código das Sociedades Comerciais

Regime *Patent Box* _ Portugal Lei nº 12/2022 de 27 de junho

Web grafia:

<http://www.otoc.pt/pt/>

<http://www.portaldasfinancas.gov.pt/at/html/index.html>

<https://novobancofactoring.pt/eol/public/index.htm>

<https://www.novobanco.pt/empresas>

<https://www.santander.pt/empresas>

<https://www.bancosantander.pt/agro/financiacion-agricola/agro-facil>

<https://leaseoffers.leasingsolutions.bnpparibas.pt/>

<https://www.vinomatos.com/pt/>

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

<https://www.euribor-rates.eu/pt/taxas-euribor-actuais/>

<https://www.oiv.int/what-we-do/data-discovery-report?oiv>

<https://countryeconomy.com/>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378426606001002>

ANEXOS

ANEXO 1

Sugestão de demonstração de resultados para a loja Vinomatos

	1ºAno (set2021/set2022)	Média Mensal (12m)
Vendas		
CMV		
Margem Bruta		
Depreciação do imóvel (4%/ano)		
Encargos financeiros (prestação)		
Margem		
Comissão multibanco		
Salário 3 funcionários		
Limpeza		
Telecomunicações		
Água/Eletricidade		
Resultado		
Ponto crítico – <i>Break-even point</i>		

ANEXO 2

Estimativa do valor por planta

Depreciação das Viaturas e Máquinas de plantação:

Ativo	Valor Registrado	Taxa Depreciação Contab. & cod. Fiscal	Depreciação Anual	Dep. p/ Planta (400 000p/Ano)
Trator 311 Vario	- €	16,66%	- €	- €
Trator 512 Vario	- €	16,66%	- €	- €
ISUZO	- €	25%	- €	- €
MASTER	- €	25%	- €	- €
PARTNER	- €	25%	- €	- €
Oliva	- €	14,28%	- €	- €

Tabela 6: Depreciação das viaturas e máquinas de plantação.

Gastos com o pessoal:

Comercial	Custo/dia	Almoço	Total comercial/ dia	Custo comercial/planta (6000 plantas)
"X"	- €	- €	- €	- €

Tabela 7: Gastos com pessoal - comercial

	Colaborador	Valor/Hora	Horas/dia	V./Hora Extra	Nº/Horas Extra	Total/dia	Total/dia/equipa	C.Equipa/Planta
Equipa "+"	Tratorista	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento1	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento 2	- €	8	- €	2	- €	- €	- €
	Elemento 3	- €	8	- €	2	- €		
Equipa "~"	Tratorista	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento1	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento 2	- €	8	- €	2	- €	- €	- €
	Elemento 3	- €	8	- €	2	- €		
Equipa "-"	Tratorista	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento1	- €	8	- €	2	- €		
	Elemento 2	- €	8	- €	2	- €	- €	- €
	Elemento 3	- €	8	- €	2	- €		

Tabela 8: Gastos com pessoal - equipas

Nº de visitas	Norte	Centro	Sul
2	- €	- €	- €
3	- €	- €	- €
4	- €	- €	- €

Tabela 9: Gastos com pessoal – visitas do comercial.

Relatório de estágio – Vinomatos, Lda.

Alojamento

Zona	Preço médio por noite	Por planta (6000 plantas)
Norte	- €	- €
Centro	- €	- €
Sul	- €	- €
Algarve	- €	- €

Tabela 10: Alojamento.

Combustível

Veículo	Preço gasóleo	Consumo diário por planta (6000 plantas)
Trator	1,70 €	- €
Carrinha (ISUZU)	2,00 €	- €
Carro comercial	2,00 €	- €

Tabela 11: Combustível.

Mapa de custo global

		Norte			Centro			Sul			
		"_"	"_"	"_"	"_"	"_"	"_"	"_"	"_"	"_"	
Depreciação	Trator	311	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
		512	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	MAP	Oliva	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	Veículo	ISUZU+Furgão Partner	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Recursos Humanos	Equipa Plantação		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	Comercial +Gasol		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	Alojamento		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Combustível	Trator		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	ISUZU		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Σ	Custo/Planta										
Margem	20%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	30%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	35%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	40%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	45%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
	50%		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €

Tabela 12: Mapa de custos global – Unidade: €/planta.

ANEXO 3

Número de máquinas necessária para dar resposta à replantação anual de vinha.

	HA. VINHA MUNDIAL Dados Report 2021 OIV	NÚMERO DE PÉS/HÁ Média 4200 plantas/ha	% REPLANTAÇÃO ANUAL 4%/Ano	QTDE MAQUINAS Replantação/ano sobre 400000plants MAP/Ano
PAÍS	NÚMERO HECTAREZ	4200	0,04	400000
Espanha	964000	4048800000	161952000	405
França	798000	3351600000	134064000	336
China	783000	3288600000	131544000	329
Itália	718000	3015600000	120624000	302
Turquia	419000	1759800000	70392000	176
California	280000	1176000000	47040000	118
Argentina	211000	886200000	35448000	89
Chile	210000	882000000	35280000	89
Portugal	194000	814800000	32592000	82
Roménia	189000	793800000	31752000	80
Irão	170000	714000000	28560000	72
Austrália	146000	613200000	24528000	62
Moldávia	138000	579600000	23184000	58
África do Sul	126000	529200000	21168000	53
Uzbequistão	112000	470400000	18816000	48
Grécia	109000	457800000	18312000	46
Alemanha	103000	432600000	17304000	44
Líbia	100000	420000000	16800000	42
Afeganistão	100000	420000000	16800000	42
Georgia	100000	420000000	16800000	42
Rússia	98000	411600000	16464000	42
Brazil	81000	340200000	13608000	35
Argélia	75000	315000000	12600000	32
Bulgária	66000	277200000	11088000	28
Hungria	64000	268800000	10752000	27
Marrocos	49000	205800000	8232000	21
Austria	45000	189000000	7560000	19
Washington	45000	189000000	7560000	19
México	40000	168000000	6720000	17
Tunísia	40000	168000000	6720000	17
Nova Zelândia	40000	168000000	6720000	17
Autres	28000	117600000	4704000	12
Macedónia	28000	117600000	4704000	12
Eslovénia	21000	88200000	3528000	9
Orégon	20000	84000000	3360000	9
Rep.Checa	18100	76020000	3040800	8
Eslováquia	18000	75600000	3024000	8
Azerbaijão	16000	67200000	2688000	7
Perú	15000	63000000	2520000	7
New York	15000	63000000	2520000	7
Suíça	14000	58800000	2352000	6
Canada	12000	50400000	2016000	6
Chipre	7900	33180000	1327200	4
Ucrânia	7000	29400000	1176000	3
Bolívia	5000	21000000	840000	3
Kosovo	3000	12600000	504000	2
Montenegro	2850	11970000	478800	2
Croácia	2300	9660000	386400	1
Irlanda	1800	7560000	302400	1
Luxemburgo	1000	4200000	168000	1
Malta	490	2058000	82320	1
Bélgica	400	1680000	67200	1
Países Baixos	350	1470000	58800	1
Suécia	110	462000	18480	1
Dinamarca	100	420000	16800	1
Σ	6850400	28771680000	1150867200	2902

Tabela 13: Nº de máquinas necessárias para dar resposta à replantação mundial.