



Instituto Politécnico de Tomar

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

Relatório de Estágio Curricular

Pedro Miguel Simões Diniz

N.º 21829

GOSIMAC-MAQUINAÇÕES, S.A

Licenciatura: Gestão de Empresas

Tomar, outubro de 2022



Instituto Politécnico de Tomar

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

GOSIMAC-MAQUINAÇÕES, S.A

PEDRO MIGUEL SIMÕES DINIZ

Supervisor da Escola Superior de Gestão de Tomar: Pedro Marques

Supervisor da Entidade de Estágio: Cristóvão Simões Couceiro

Duração do Estágio: 8 de agosto a 7 de outubro de 2022

RESUMO

No âmbito da realização do estágio de atividades inserido no terceiro ano da licenciatura de gestão de empresas, venho realçar a importância e o grau de significância do mesmo para mim.

É extremamente gratificante fazer este relatório de estágio referente à empresa onde fui acolhido para estagiar, pois sempre fui bem recebido e mostraram-se sempre disponíveis para me ajudarem.

Neste relatório, numa instância inicial, irei falar da empresa, quais os produtos que fabricam, os países para onde exportam, qual a sua história, as funções desempenhadas por mim, entre outros. Consequentemente, irei fazer uma análise crítica e global sobre o estágio realizado.

ABSTRACT

In the context of the completion of the internship activities inserted in the third year of the degree in business management, I want to express the importance and the degree of significance of it for me.

It is extremely gratifying to write this internship report referring to the company where I was accepted for an internship because I was always well received and they were always available to help me.

In this report, in an initial instance, I will talk about the company, what products they manufacture, the countries they export to, their history, the functions performed by me, among others. Consequently, I will make a critical and global analysis of the internship.

AGRADECIMENTOS

O presente relatório tem um valor simbólico para mim pois representa a conclusão de uma etapa. Considero que foi um percurso muito árduo e só com muito esforço e dedicação é que consegui alcançar este grande objetivo. Não o teria conseguido sem o apoio e a ajuda de algumas pessoas, às quais quero deixar o meu agradecimento.

Agradeço a todos os docentes do Instituto Politécnico de Tomar que me ajudaram e apoiaram ao longo da licenciatura e, conseqüentemente, na minha formação e, que, de certa forma, ajudaram-me a crescer enquanto ser humano.

Às instituições que me acolheram e que me ajudaram a expandir o meu conhecimento, bem como a desenvolver novas competências, nomeadamente: Escola Superior de Gestão de Tomar - Instituto Politécnico de Tomar e GOSIMAC - Maquinações S.A. Exerceram um papel fulcral no desenvolvimento e conhecimento de novos métodos de trabalho.

A todos os meus amigos agradeço a motivação e a força que sempre demonstraram e por estarem sempre presentes, quer nos bons, quer nos maus momentos.

Aos meus orientadores, quer da empresa, Cristóvão Simões, quer da Escola Superior de Gestão de Tomar, Pedro Marques, pelo apoio e disponibilidade total para me ajudarem em tudo o que fosse preciso.

Por último, e não menos importante, um agradecimento muito especial à minha família e à Carolina Soares pelo apoio incondicional, motivação e paciência que foram essenciais para a conclusão desta etapa.

Índice

RESUMO	IV
ABSTRACT	V
AGRADECIMENTOS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
CAPÍTULO I- INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO II - IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL DE ESTÁGIO	10
2.1- MISSÃO, VISÃO E PRINCÍPIOS	11
2.2- DIMENSÃO DA EMPRESA	12
2.3- ANÁLISE SWOT	13
2.4- PROCESSO PRODUTIVO	14
2.5- PRINCIPAIS CLIENTES	14
2.6- ALGUNS EXEMPLOS DE MAQUINARIA	15
CAPÍTULO III- DESCRIÇÃO DO TRABALHO REALIZADO	16
3.1- OBJETIVOS DO TRABALHO DESENVOLVIDO AO LONGO DO ESTÁGIO	18
3.2- COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS	19
3.3- RECURSOS DISPONÍVEIS	20
3.4- IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO - IRC	21
3.4.1- COMO É CALCULADO O IRC?	22
3.5- IMPOSTO SOBRE O VALOR ACRESCENTADO- IVA	23
3.6- SEGURANÇA SOCIAL	24
CAPÍTULO IV - SUGESTÕES DE MELHORIA	25
4.1.1- PLANO DE MARKETING: ANÁLISE- DIAGNÓSTICO	25
4.1.2- ANÁLISE SWOT	26
4.1.3- FIXAÇÃO DE OBJETIVOS	26
4.1.4- ESCOLHA DAS OPÇÕES ESTRATÉGICAS	26
4.1.5- MARKETING-MIX	26
4.1.5.1- PRODUTO	27
4.1.5.2- PREÇO	27
4.1.5.3- DISTRIBUIÇÃO	27
4.1.5.4- COMUNICAÇÃO	28
4.1.6- PLANOS DE AÇÃO	29
CAPÍTULO V - APRECIÇÃO CRÍTICA	30
CAPÍTULO VI - CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
BIBLIOGRAFIA	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Gosimac-Maquinações, S.A	10
Figura 2 - Torno CNC- Doosan puma Mx2500st	12
Figura 3 - Torno CNC- Microcut serie LT651	12
Figura 5 - Takumi H16	15
Figura 4 - Vision Wide GSF-402TC	15
Figura 7 - Hartford vmc1600	15
Figura 6 - Microcut v20	15
Figura 9 - Takumi H22	15
Figura 8 - Hartford hsa 3210	15
Figura 10 - Ona Datic D360	20
Figura 11 - Richardon R400 cnc.....	20
Figura 12 - Sodick AG600L	20
Figura 13 - Exemplo de Plano de Marketing	29

CAPÍTULO I- INTRODUÇÃO

Este relatório de Estágio insere-se no âmbito da Unidade Curricular de Estágio do 3.º ano do curso de Gestão de Empresas, integrado na Escola Superior de Gestão de Tomar, do Instituto Politécnico de Tomar, sendo que tem como principal objetivo destacar o estágio realizado na Gosimac-Maquinações S.A, entre 8 de agosto de 2022 e 7 de outubro de 2022.

A empresa onde realizei o meu estágio, Gosimac-Maquinações, S.A, está sediada em Pombal, no distrito de Leiria, na Rua Bartolomeu Dias, N. º 10 e 12 no Parque Industrial Manuel da Mota. É uma empresa que tem vindo a crescer ao longo dos anos e que tem garantido a sua posição de líder no mercado.

Numa instância inicial, como recente estagiário, fui conhecer as instalações da empresa, desde as maquinações aos produtos prontos para expedir. Desde aí, consegui perceber a dimensão da empresa onde iria efetuar o meu estágio curricular. Deram-me a conhecer o meu horário e apresentaram-me a todos os membros que faziam parte da empresa e fazendo-me entender o método e as técnicas de trabalho que a entidade adotava.

De uma maneira geral, o estágio curricular só me trouxe vantagens. Todos os colaboradores da entidade estabeleceram uma boa relação comigo, pondo-me à vontade para qualquer tipo de dúvida que poderia vir a ter. Foram muito prestáveis e atenciosos, sendo que estavam sempre dispostos a explicarem-me as funções que iria exercer.

A elaboração do Relatório de estágio é fundamental para uma melhor preparação para o mercado de trabalho, havendo a necessidade de meter em prática os conceitos e os procedimentos adquiridos na empresa. Tem como principais objetivos: adquirir novos conhecimentos e métodos de trabalho; colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura de Gestão de Empresas; estabelecer relações no meio empresarial.

CAPÍTULO II - IDENTIFICAÇÃO DO LOCAL DE ESTÁGIO

O local de estágio fica localizado em Pombal, no Parque Industrial Manuel da Mota. A GOSIMAC S.A é uma grande empresa, experiente em metalomecânica e mecânica de precisão, que dispõe de um leque de serviços abrangentes e complementares, dos quais destaque: Modelação e programação; Centro de maquinação CNC; Tornos CNC; Electro erosão por fio; Construções soldadas; Meios de medição, entre outros. É uma empresa que exporta muito para diversos países europeus, nomeadamente: Alemanha, França, Suíça e Espanha. De realçar que também fabricam e vendem peças aeroespaciais. O ramo de atividade desta empresa é a fabricação de máquinas industriais CAE 28960.

A GOSIMAC S.A é uma empresa inovadora, procurando sempre as máquinas mais recentes, capazes de fornecer os produtos com a melhor qualidade possível e, conseqüentemente, atrair e fixar clientes. Todos os colaboradores e envolventes da empresa são pessoas muito trabalhadoras e demonstram muita dedicação no trabalho que estão a desempenhar/desenvolver.



Figura 1 - Gosimac-Maquinações, S.A

2.1- MISSÃO, VISÃO E PRINCÍPIOS

MISSÃO- QUALIDADE, CONFIANÇA E PRECISÃO

Tendo iniciado a sua atividade em 1982, a Gosimac desenvolve os seus serviços nas tecnologias da maquinação. A sua atividade principal consiste no projeto e fabricação de máquinas e equipamentos para a indústria, bem como o fabrico de peças diversas para equipamentos industriais, feiras, calibradores para perfis e moldes. De salientar que a Gosimac recebeu inúmeras distinções enquanto PME líder, durante vários anos.

VISÃO

É uma empresa de referência, conhecida pela qualidade dos seus produtos e que tem vindo a conquistar o seu lugar enquanto empresa sólida.

PRINCÍPIOS

- 1) Elevado profissionalismo;
- 2) Rigor;
- 3) Criatividade e Inovação;
- 4) Cumprimento dos prazos estipulados.

2.2- DIMENSÃO DA EMPRESA

Neste momento, a empresa emprega cerca de 50 colaboradores, englobando a parte produtiva e administrativa.

Na produção, estão situadas as máquinas destinadas à produção das peças necessárias para completar a encomenda efetuada pelo cliente. Dispõe de uma vasta área com inúmeros colaboradores e maquinaria, sendo que todo o processo produtivo é efetuado nesta secção.

No meio interno da empresa, há dois pisos, sendo o rés-do-chão destinado às zonas de trabalho, armazenamento e instalações sociais. É constituído pelo escritório, que é inerente à zona administrativa; vestiários/balneários; havendo uma secção inerente ao armazenamento de produtos acabados/expedição; armazenamento de matéria-prima e de produtos. No primeiro piso é onde se encontram as instalações Sociais, como o refeitório, sala de formação e WC.

Quanto às infraestruturas da empresa, a mesma tem uma extensão de 12000m², sendo 6000m² da parte fabril, que é onde ocorre todo o processo produtivo da empresa. A mesma tem mais de 50 máquinas à disposição.



Figura 2 - Torno CNC- Doosan puma Mx2500st



Figura 3 - Torno CNC- Microcut serie LT651

2.3- ANÁLISE SWOT

STRENGTHS (PONTOS FORTES)

1. Qualidade dos produtos comercializados;
2. Ambiente familiar;
3. Tecnologia evoluída;
4. Crescente interesse pela inovação;
5. Flexibilidade na produção.

WEAKNESSES (PONTOS FRACOS)

1. Custo elevado das manutenções das máquinas;
2. Elevado investimento em maquinaria;
3. Competitividade no mercado em que estão inseridos.

OPPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)

1. Utilização das mais recentes tecnologias, de maneira a garantir e a assegurar a maior qualidade possível dos produtos a comercializar;
2. Estabelecer clientes no estrangeiro, de maneira a que facilite a exportação dos produtos para fora do país.
3. A procura de produtos é crescente;
4. Automatização das máquinas;
5. Surgimento de novos equipamentos.

THREATS (AMEAÇAS)

1. O elevado custo na compra de novas máquinas/produtos devido à inflação que o país atravessa.

2.4- PROCESSO PRODUTIVO

Quanto ao processo produtivo, o mesmo é processado da seguinte forma: Na parte comercial, estão englobados todos os processos de comercialização e de orçamentação, sendo que há várias etapas a seguir. Sendo a primeira, a avaliação do pedido e do cliente, onde será possível determinar o tipo de encomenda que vai ser efetuada. De seguida, terá de haver uma proposta de orçamento, para perceber se o cliente aceita o orçamento estipulado. Há situações em que poderá haver uma negociação do orçamento, de maneira a que se chegue a um consenso do valor final. Por último, apresenta-se uma proposta de requisitos, nomeadamente, dos prazos estipulados. De seguida, há uma pessoa responsável pela abertura de uma nova obra.

Numa segunda fase, há uma pessoa responsável pela encomenda dos materiais que são necessários para a parte produtiva, de maneira a completar a encomenda. Esta pessoa é responsável por garantir o melhor preço possível para compra dos materiais. Há outra pessoa responsável pela elaboração dos desenhos que dizem respeito à encomenda, bem como há outra pessoa responsável pela gestão dos projetos.

Numa terceira fase, a área da produção é responsável pela fabricação das peças necessárias para preparar a expedição da encomenda. Por último e não menos importante, a expedição da encomenda é efetuada na parte administrativa da empresa.

No que diz respeito ao cálculo dos custos da empresa por cada máquina utilizada, há um programa (Sistema de Gestão) onde são registados os pontos dos trabalhadores, que referem quanto tempo estiveram numa determinada obra e que máquinas utilizaram na mesma, calculando os custos totais inerentes à máquina utilizada.

2.5- PRINCIPAIS CLIENTES

Os principais clientes da Gosimac estão sediados no estrangeiro, o que favorece muito o índice de exportação. São considerados clientes regulares e compram em grandes quantidades, o que é vantajoso para a empresa para aumentar o volume de negócios e, conseqüentemente, fixar os seus clientes devido à qualidade dos produtos vendidos estabelecendo, assim, uma boa relação com as mesmas. A maior taxa de exportação está associada a países como a Suíça, França e Alemanha.

2.6- ALGUNOS EJEMPLOS DE MAQUINARIA

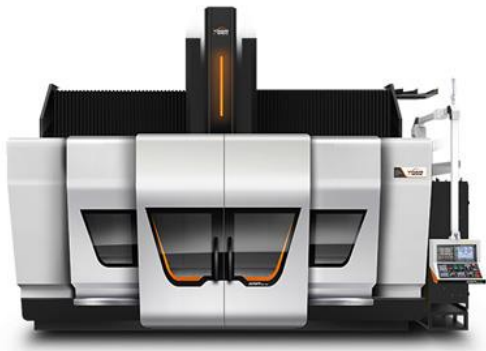


Figura 5 - Vision Wide GSF-402TC



Figura 4 - Takumi H16



Figura 7 - Microcut v20



Figura 6 - Hartford vmc1600



Figura 9 - Hartford hsa 3210



Figura 8 - Takumi H22

CAPÍTULO III- DESCRIÇÃO DO TRABALHO REALIZADO

Na Gosimac, o horário de trabalho que me foi atribuído era das 9 horas até às 18 horas. De maneira a cumprir o parâmetro da pontualidade, fazia sempre questão de chegar 10 minutos antes do tempo estipulado, de forma a rentabilizar o tempo e de organizar as tarefas a realizar. De maneira geral, havia sempre tarefas que me ocupavam, quer a parte da manhã, quer a parte da tarde. Devido ao facto de os colaboradores da parte da produção, trabalharem ao sábado, algumas das vezes à segunda-feira, tive que assumir a responsabilidade de registar as presenças no programa utilizado, tendo como guia a picagem dos pontos por parte dos colaboradores. Depois do período da manhã passar, tinha direito a uma hora de almoço. No período da tarde, muitas vezes, efetuava os pagamentos necessários, sempre com a devida supervisão no Eticadata, software utilizado pela empresa para efetuar os respetivos pagamentos. Ainda no período da tarde, procedia à anexação das guias de transporte à respetiva fatura e separava as faturas dos recibos. A separação das faturas era efetuada de acordo com os tipos de compras/prestação de serviços, como por exemplo: combustível, restauração, diversos, etc. Outro tipo de atividades que desenvolvi foram a criação de guias de transporte para a respetiva encomenda, o preenchimento de um papel necessário para o transporte de mercadoria para fora da União Europeia, nomeadamente para países como a Suíça, sendo obrigatório a anexação desse papel à encomenda. Ainda durante o período da tarde, procedia à separação de documentos referentes aos comprovativos de pagamentos e anexava os projetos de obras referentes às encomendas realizadas. De realçar que cada encomenda poderá ter várias obras associadas e cada obra poderá ter vários desenhos. Por exemplo, a encomenda poderá ter as obras 20220847 e 20210549 e cada obra poderá ser subdividida em desenhos, como 20220847 - desenho 3 e 20210549 - desenho 125.

A par do plano de estágio redigido, a primeira fase foi a apresentação/modo de funcionamento da empresa, de maneira a conhecer melhor o método de trabalho, estabelecer a primeira impressão com os restantes colaboradores, de maneira a criar laços que fossem vantajosos para melhorar a comunicação. De seguida, de uma maneira geral, foi-me apresentado o método de trabalho que a empresa adotava e o tipo de funções que iria exercer. A partir daí, já comecei a ter uma ideia das funções que iria exercer ao longo do meu estágio e a responsabilidade que iria ter no desempenho dessas funções.

No que diz respeito à análise dos documentos, sempre que se efetuavam pagamentos no Eticadata, eu era responsável pela divisão dos mesmos, isto é, separava os documentos duplicados e triplicados, organizando-os nas respetivas pastas. Ainda na mesma vertente, assim que chegavam cartas registadas ao correio eletrónico dos diversos fornecedores, eu era responsável pela separação das mesmas, sendo que podiam ser faturas ou recibos.

A empresa utiliza o SIP (Sistema de Inventário Permanente), isto é, todos os movimentos são registados num programa informático, desde as entradas, saídas, movimentos internos, custo da mão de obra, custo da utilização das máquinas, etc. Neste sistema é possível incluir os custos de mercadoria, a faturação, as compras e as vendas. Todos os movimentos contabilísticos são registados assim que são efetuados, de maneira a controlar. Devido ao facto de a empresa apresentar um volume de negócios consideravelmente elevado e tendo vários pontos de venda (através de feiras industriais globais realizadas em outros países da Europa), é uma mais-valia a utilização deste sistema de inventário. O SIP apresenta algumas vantagens, como por exemplo: a identificação de erros, pois, devido à utilização da tecnologia mais avançada, como por exemplo de softwares, fica mais fácil identificar os erros e conseqüentemente a sua correção; uma melhor gestão de tempo, com os processos automatizados, ganha-se tempo na gestão do negócio; entre outras. Ainda na mesma vertente, a empresa utiliza o *software* Eticadata de maneira a efetuar os pagamentos a fornecedores ou recebimento de clientes. O Eticadata procura desenvolver soluções que vão ao encontro das necessidades do mercado, através da inovação e do compromisso de qualidade e transparência. É um software que é uma das referências das novas tecnologias a nível nacional, tendo estado na linha da frente na utilização das tecnologias mais recentes, o que tem permitido expandir os limites na utilização destas ferramentas de apoio à gestão. É muito eficiente e aumenta a produtividade da empresa, sendo que tem das melhores práticas de gestão na simplificação dos processos, minimizando, assim, o desperdício. Quanto ao mesmo, inserindo-o na minha área de licenciatura em gestão de empresas, é possível efetuar pesquisas rápidas e lançamentos automáticos para uma maior rapidez na introdução de movimentos, emitir todos os mapas legais e declarações fiscais, executar tarefas em lote para várias empresas em simultâneo, importar movimentos via e-Fatura, apurar IVA, tratar de acréscimos e diferimentos e é onde está englobado a contabilidade geral, orçamental e analítica. No que diz respeito à área da contabilidade, a empresa não tratava dos assuntos que diziam respeito a esta área, estando outra empresa de contabilidade responsável pelo mesmo.

3.1- OBJETIVOS DO TRABALHO DESENVOLVIDO AO LONGO DO ESTÁGIO

Durante o estágio, aprendi e desenvolvi algumas funções, tais como: gestão de peças, em que, através de um programa, registava a entrada ou saída das peças; pagamentos no Eticadata; anexação dos ficheiros aos projetos correspondentes; gestão de obras, em que abria ou concluía obras; dar saída de produtos e da sua respetiva quantidade e fazer guias de transporte para esses mesmos produtos; registo dos pontos dos trabalhadores no programa informático, de maneira a que sejam calculados os custos por máquina; organização de documentação diversa.

No meu ponto de vista, é muito interessante e importante desempenhar este tipo de funções, pois, no ramo em que a empresa está inserida, é fundamental dominar todo o processo, desde a encomenda por parte do cliente, até à expedição por parte da empresa. Considerei muito apelativo e sempre fui muito interessado e empenhado a exercer as funções que me eram propostas. Demonstrei sempre a minha vontade de trabalhar e de aprender novos métodos de trabalho, exercendo a minha dinâmica de trabalho e o respetivo interesse em expandir o meu conhecimento através de novas aprendizagens.

Um dos principais objetivos foi proporcionar contacto com a realidade na minha área de formação, de maneira a desenvolver competências socioprofissionais que irão facilitar o desempenho e o grau de envolvimento na vida profissional. Outra mais-valia foi a interação com profissionais experientes pois ao contactar e comunicar com diversos profissionais de áreas distintas, adquirei cada vez mais experiência e novos conhecimentos. De salientar que, o estágio, é um meio utilizado para desenvolver *soft skills*, em que é possível desenvolver a capacidade da comunicação, o trabalho em equipa e gerir de forma mais eficiente o tempo. Por fim, a criação de uma rotina de trabalho é muito importante para alcançar o sentido de responsabilidade e de compromisso.

3.2- COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS

Com o desenvolvimento e com a realização do meu estágio curricular, coloquei em prática e aprofundei algumas *soft e hard skills*. Uma das grandes competências que se deve adquirir no meio empresarial é o trabalho colaborativo. O trabalho em equipa é importantíssimo, não só para atingir os objetivos propostos, como também para se estabelecer uma relação saudável entre todos os envolvidos na entidade. Desde o primeiro dia em que comecei a estagiar na GOSIMAC S.A, senti que havia um espírito de equipa muito bom, sendo que havia entreajuda entre todos os membros. Até mesmo quando tinha dúvidas, os colaboradores que faziam parte da área administrativa, eram sempre prestáveis e estavam sempre dispostos a ajudar. Todos estes aspetos tornaram a adaptação e comunicação muito mais fácil e fluente.

Outra *skill* que coloquei em prática foi a gestão do tempo, isto é, fazia sempre questão de entrar e sair às horas estipuladas, cumprindo com rigor assim, o parâmetro da pontualidade. Consequentemente, este comportamento gerou uma espécie de sentido de compromisso perante a empresa.

3.3- RECURSOS DISPONÍVEIS

A Gosimac dispõe de meios que tornam possível efetuar qualquer tipo de trabalho na empresa, não só recursos humanos, como recursos materiais.

No que diz respeito aos recursos humanos, os profissionais que constituem a empresa são muito qualificados na área em que estão inseridos, tendo como principal objetivo satisfazer todas as necessidades dos clientes. Os colaboradores têm um papel fundamental no que diz respeito ao sucesso da empresa. Para garantir que os produtos e os serviços sejam fabricados e prestados da melhor maneira possível, é necessário motivar e valorizar os colaboradores que, conseqüentemente, irão mostrar mais empenho e dedicação.



Figura 10 - Ona Datic D360



Figura 11 - Richardon R400 cnc



Figura 12 - Sodick AG600L

3.4- IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO - IRC

O IRC é o Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas que incide sobre a totalidade dos rendimentos auferidos por empresas sediadas em território nacional, incluindo os rendimentos dessas empresas obtidos pela sua atividade internacional. No caso do IRC, a taxa mantém-se nos 21%, ainda que as PME (Pequenas e Médias Empresas) paguem uma taxa intermédia um pouco mais reduzida.

Para a entrega de rendimentos através da declaração anual de IRC- modelo 22, é importante apresentar as contas bem feitas, sendo que a faturação tem que estar sem erros. O cálculo do IRC não é linear. Para multiplicar a taxa de IRC pela matéria coletável, é necessário apurar o lucro tributável, depois a matéria coletável e outras taxas, como a derrama municipal. De realçar que as PME'S têm uma taxa reduzida de 17%, mas apenas sobre os primeiros 15000€ de matéria coletável.

De acordo com o artigo 3.º do CIRC, estes são os rendimentos empresariais sujeitos a IRC:

- 1) Lucro obtido pelas empresas residentes em Portugal, que exerçam uma atividade comercial, industrial ou agrícola;
- 2) Rendimento global das empresas residentes que não realizem atividades nas áreas agrícola, comercial e industrial a título principal;
- 3) Rendimento de todas as categorias de IRS obtidas pelas entidades não residentes, sem estabelecimento estável, ou com rendimentos que não podem ser imputados a um estabelecimento estável;
- 4) Lucro obtido pelas entidades não residentes, mas que possuem estabelecimento estável em território nacional.

3.4.1- COMO É CALCULADO O IRC?

O cálculo do IRC é um processo complexo que implica compreender alguns conceitos e efectuar alguns cálculos:

- **Lucro Tributável:** rendimentos obtidos pela atividade da empresa, menos os gastos efetuados;
- **Matéria Coletável:** o valor do lucro tributável, menos os benefícios fiscais e os prejuízos fiscais passíveis de dedução;
- **Taxa IRC:** A taxa normal é de 21%;
- **Derrama Municipal:** Receita municipal que incide sobre o lucro tributável das sociedades;
- **Tributação Autónoma:** Imposto a pagar sobre alguns custos que a empresa eventualmente tenha (combustíveis, ajudas de custo, despesas de representação, etc.);
- **Taxa Extra:** se o lucro tributável for superior a 1.500.000€ incidem as seguintes taxas adicionais:
 - ❖ Acima de 1.500.000€ até 7.500.000€ a taxa adicional é de 3%;
 - ❖ Acima de 7.500.000€ até 35.000.000€ a taxa adicional é de 5%.

Assim, o IRC incide sobre os rendimentos que estão sujeitos a imposto, a chamada matéria coletável da empresa, relativamente a determinado ano fiscal. No caso das empresas residentes em Portugal, o IRC incide sobre todos os rendimentos, inclusive os que foram obtidos fora do país.

3.5- IMPOSTO SOBRE O VALOR ACRESCENTADO- IVA

O Imposto de valor acrescentado (IVA) é um imposto indireto aplicado às vendas ou prestações de serviços em Portugal. É pago pelo consumidor quando paga pelo bem ou serviço prestado. Atualmente, o IVA é a maior fonte de receita do estado português.

Para as empresas, o IVA pode não ser encarado como um custo, sendo que o podem recuperar através das deduções previstas no código do IVA. As empresas recebem o IVA dos seus clientes junto com o valor da faturação, o chamado IVA liquidado. Sempre que compram produtos ou serviços, as empresas pagam IVA aos seus fornecedores, sendo o mesmo dedutível ou suportado. As empresas têm a possibilidade de deduzir o IVA das suas aquisições, isto é, a empresa só tem que pagar ao Estado a diferença entre o IVA liquidado e o IVA dedutível.

É por isso que o IVA não deve ser considerado como um custo para as empresas, uma vez que existe a possibilidade de recuperar esse montante através dos mecanismos de dedução

3.6- SEGURANÇA SOCIAL

Para uma empresa, que esteja em fase de expansão de negócio e que queira aumentar a sua equipa, terá que analisar com cuidado a estrutura de custos da empresa antes de realizar um investimento na contratação de mais colaboradores. Isto porque há algumas contribuições que a empresa terá que, obrigatoriamente, prestar à Segurança Social. Nomeadamente, de acordo com a legislação em vigor, o cálculo das contribuições de um trabalhador por conta de outrem é de 11% do valor da remuneração ilíquida, isto é, para se saber quanto desconta todos os meses, basta multiplicar o seu ordenado por 11%. Já a entidade patronal, terá que pagar sobre o seu ordenado à Segurança Social cerca de 23,75%.

A TSU (Taxa Social única) é a contribuição que é paga mensalmente à Segurança Social, quer pelo empregador, quer pelos trabalhadores. Desta forma, a TSU corresponde a 34,75% (11%+23,75%) do salário bruto, sendo que as empresas pagam uma taxa de 23,75%, enquanto os colaboradores pagam 11%. Algo obrigatório para todas as empresas sem exceção, independentemente da dimensão ou do número de trabalhadores, o seguro de acidentes de trabalho (SAT) é mais um custo a contabilizar com os colaboradores. O valor deste seguro pode variar em função da apólice contratada, do risco inerente à profissão exercida, entre outros.

Por fim, o subsídio de alimentação, que no caso de ser pago sob a forma de cartão bancário pré-pago (os cartões refeição) o valor só é sujeito à taxa de 23,75% da TSU a partir dos 6,83€. Para calcular o valor anual é só multiplicar uma média de 21 dias de subsídio de alimentação por 11 meses, sendo que não se contabiliza o mês de férias.

Assim, a Segurança Social é um órgão social que irá estar sempre presente durante a atividade da empresa, desde o início até ao fim. É algo que representa alguns custos para empresa, pelo menos numa fase inicial enquanto não atingirem a margem de lucro.

CAPÍTULO IV - SUGESTÕES DE MELHORIA

Na minha opinião, considero importante para qualquer empresa ter alguém responsável pela área do marketing nas diversas redes sociais. No mercado onde está inserido, considero que é muito importante a empresa ter um plano de marketing bem definido e estruturado. No caso da Gosimac, penso que seja um aspeto a melhorar. Para tal, sugiro a elaboração deste plano de marketing.

4.1.1- PLANO DE MARKETING: ANÁLISE- DIAGNÓSTICO

Esta fase deve realizar-se em três níveis: Mercado, Concorrência e Empresa.

1.ª Etapa: Análise do Mercado

Nesta etapa, a empresa deve fazer uma análise ao mercado, no que respeita às suas características (dimensão, circuitos de distribuição) e os seus segmentos, caracterizando-os com o maior grau de profundidade possível (características dos consumidores, hábitos de consumo, etc.). Consequentemente, deve realizar uma análise ao meio envolvente, isto é, estudar e perceber de que maneira é que os fatores externos podem influenciar negativamente ou positivamente o mercado onde atua.

2.ª Etapa: Análise da Concorrência

Nesta etapa, a empresa tem que analisar o número de concorrentes, quais as características dos principais concorrentes e os seus produtos/serviços (posicionamento, preço, notoriedade, etc.). Após esta análise, devem ser identificados os pontos fracos e os pontos fortes dos principais concorrentes.

3.ª Etapa: Análise da empresa

Nesta etapa, deve-se analisar a própria empresa, tendo como finalidade identificar os principais pontos fortes e pontos fracos face aos seus concorrentes.

4.1.2- ANÁLISE SWOT

Após terminar a análise-diagnóstico, é fundamental sintetizar toda a informação recolhida através da análise SWOT, isto é, proceder à identificação dos Pontos Fortes (Strengths), Pontos Fracos (weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

4.1.3- FIXAÇÃO DE OBJETIVOS

A fixação de objetivos é fulcral porque é nesta fase que se começa a definir a estratégia a utilizar e o caminho a seguir. São fatores essenciais que vão definir a orientação da atividade da empresa, sendo que têm que ser ambiciosos, realistas, concretos e mensuráveis. Devem ser fáceis de transmitir e assimilar. No que diz respeito à estratégia definida, os objetivos vão servir como base de avaliação e controlo do desempenho da empresa.

4.1.4- ESCOLHA DAS OPÇÕES ESTRATÉGICAS

Depois de definidos os objetivos, a empresa deve definir qual será o seu papel a desempenhar no mercado, tendo de definir:

Alvos: A empresa deve identificar qual ou quais o(s) segmento(s)- alvo a que se pretende dirigir;

Fontes de mercado: De maneira a atingir objetivos, a empresa deverá de pensar numa maneira de angariar clientes.

Posicionamento: É fundamental estabelecer e comunicar os benefícios distintos dos produtos oferecidos pela empresa para cada mercado alvo. O grande desafio que se coloca à empresa é o de conseguir ocupar um lugar distintivo na ótica do consumidor, de maneira a que diferencie o produto ou empresa dos seus concorrentes.

4.1.5- MARKETING-MIX

Este passo consiste em aplicar a estratégia anteriormente definida às 4 variáveis do marketing-Mix: Produto, Preço, Distribuição e Comunicação.

4.1.5.1- PRODUTO

O produto ou serviço é a forma como o produto é visto na ótica dos seus atributos, tais como: dimensão, estrutura, design, etc. Sendo que a marca é o elemento identificador por excelência, com características exigíveis de fácil reconhecimento e memorização.

No caso da Gosimac, a situação a adotar é que a marca é identificadora da própria empresa, isto é, há uma marca assinatura que garante prestígio, confiança e qualidade à mesma.

Os serviços associados ao produto: os serviços de suporte ao produto podem manifestar-se antes ou depois da venda, desde demonstrações, formação de pessoal, adequação de formulações ou design, até à disponibilidade de peças e acessórios, garantia, transporte/entrega, etc.

4.1.5.2- PREÇO

O preço a ser definido deve ser aquele que maximize o lucro, sendo que existem alguns fatores a ter em conta que podem ter influência no preço final, nomeadamente, os fornecedores, as condições económicas, restrições legais e a concorrência. Há também condicionantes internas a ter em conta, como os custos, os objetivos da organização e o grau de diferenciação do produto. É importante que o preço e o posicionamento estejam em perfeita conformidade.

4.1.5.3- DISTRIBUIÇÃO

Uma boa escolha do canal de distribuição do produto é fundamental para o sucesso do negócio. Optar pelo canal de distribuição correto significa fazer chegar o produto ao cliente certo, na hora certa.

No caso da Gosimac, o canal de distribuição que poderia ser utilizado seria o que é utilizado neste momento pela empresa que é canal indireto, isto é, para fazer com que o seu produto chegue ao consumidor, a empresa utiliza o serviço de intermediários (Ex: transportadoras). De realçar que há situações em que a empresa poderia utilizar o canal direto, em que o produto é entregue diretamente ao consumidor final, em veículo próprio.

4.1.5.4- COMUNICAÇÃO

Nesta variável do marketing, procura-se a melhor maneira de se atingir os consumidores finais. No entanto, há 5 etapas a seguir.

1.ª Etapa: Definir os públicos-alvo

Nesta etapa deve-se de definir quais os diferentes intervenientes no processo de decisão de compra, identificando quais os objetivos de comunicação que se deve alcançar junto de cada alvo. Resumindo, deve-se identificar o público que seja capaz de comprar o produto que a empresa dispõe no mercado.

2.ª Etapa: Definição dos objetivos e estratégia de comunicação

Nesta etapa, deve-se começar por definir qual será a estratégia de comunicação a implementar, bem como os principais objetivos de comunicação. Sendo assim, deve-se dar a conhecer o produto, criar notoriedade do mesmo, posicionar e segmentar no mercado onde se está inserido, divulgar, informar, promover a experimentação, transmitir confiança de maneira a fixar clientes, etc.

3.ª Etapa: Definição das ações a desenvolver

Nesta etapa, identificam-se as variáveis do marketing-mix de comunicação- Publicidade, Merchandising, Promoção de Vendas, Força de Vendas e Marketing Relacional- de maneira a atingir os objetivos definidos. Depois de identificadas as variáveis, descreve-se cada ação.

4.ª Etapa: Definição dos critérios de avaliação

Depois de concluída a etapa anterior, segue-se a identificação de critérios para cada uma dessas ações. A definição destes critérios é de extrema importância pois permite à empresa acompanhar a eficácia das ações desenvolvidas, sendo que, caso seja necessário, a empresa pode implementar algumas medidas corretivas.

5.ª Etapa: Definição da proposta de mensagem

Para finalizar, nesta etapa, pretende-se que se identifique qual será a mensagem chave que se pretende fazer passar junto de cada público-alvo. Sempre que possível, a assimilação desta pelo público-alvo deve ser um dos critérios de avaliação.

4.1.6- PLANOS DE AÇÃO

Depois de definida a estratégia de marketing e quais as táticas para cada variável do marketing-mix, devem ser elaborados os planos de ação, onde deve estar definido o enquadramento da ação face à estratégia definida, quais os objetivos que se pretendem atingir com essa ação, o responsável pela ação, bem como os restantes intervenientes e possíveis condicionantes ao desenvolvimento da ação.

Por fim, deve-se calendarizar a ação e orçar, indicando quais os resultados esperados com a mesma, que servirão de base para a avaliação.

Conclusão:

Em suma, e aproveitando todos os tópicos referidos acima, penso que seria bom para a Gosimac investir de maneira mais aprofundada no marketing, visto que têm muitos produtos próprios fabricados e têm condições favoráveis para a criação de um plano de marketing que, conseqüentemente, iria dar ainda mais notoriedade à empresa.



Figura 13 - Exemplo de Plano de Marketing

CAPÍTULO V - APRECIÇÃO CRÍTICA

A realização deste estágio foi fulcral para o meu crescimento, quer a nível pessoal, quer a nível profissional. Foi-me possível desenvolver algumas competências que vão ser muito importantes para um futuro próximo, desde a comunicação com os restantes colegas de trabalho, socialização em eventos organizados pela empresa, a forma de trabalho adotada no meio empresarial, entre outros. Tendo sido a primeira vez que estabeleci contacto com o meio empresarial, considero que foi uma experiência bastante positiva e que, certamente, não poderia ter escolhido melhor empresa para o fazer. Ao longo do estágio, adquiri novos conhecimentos, desenvolvi competências e tive uma perceção de como se processavam todas as fases do processo produtivo, desde o fornecedor ao cliente final.

Foi uma mais-valia ter a oportunidade de estagiar na Gosimac, pois explicaram-me sempre tudo e deixaram-me à vontade para o esclarecimento de qualquer dúvida que pudesse surgir ao realizar as tarefas. No decorrer do estágio, consegui meter em prática alguns conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares da licenciatura.

No que diz respeito ao meio empresarial, foi notável uma escassez e muita dificuldade em adquirir matéria-prima no mercado, nomeadamente o papel. Isto deve-se muito à inflação que o país atravessa, sendo que os preços estão a aumentar em todas as vertentes. A matéria-prima está cada vez mais cara, isto porque os meios para se produzirem a mesma estão cada vez mais caros, escassos e reduzidos implicando um aumento significativo dos preços. Quanto à escassez de papel, tem um impacto negativo para todas as empresas pois é um bem essencial e necessário na gestão diária. A escassez de papel tem vindo a aumentar e as empresas responsáveis pela venda do mesmo podem ter que vir a alterar o prazo de entrega pois podem não conseguir assegurar que seja possível arranjar papel no momento da encomenda. A venda de papel para o estrangeiro tem vindo a aumentar pois vende-se em maiores quantidades e a preços mais elevados, sendo benéfico para as empresas que atuam no mercado.

A meu ver, a Gosimac produz produtos de excelência, tornando-se na principal escolha dos consumidores, não só a nível nacional, como internacional. A qualidade dos seus produtos é uma mais-valia na escolha do consumidor. É uma empresa com futuro e que, certamente, se irá manter líder no mercado onde atua e que continuará a receber distinções a nível nacional, como por exemplo, PME líder.

CAPÍTULO VI - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio curricular realizado na empresa Gosimac-Maquinações, S.A, foi uma experiência muito positiva e agradável, que me ajudou, não só a desenvolver novas competências e metodologias de trabalho, como também a preparar-me para o mercado de trabalho. Foi o primeiro contacto que tive com o meio empresarial e devido à organização, ao profissionalismo e simpatia de todos os colaboradores da empresa, tive a oportunidade de ver e perceber como é trabalhar no meio empresarial. Tive a oportunidade de exercer diversas funções da empresa, que me irão ser bastante úteis para o meu futuro.

Achei muito interessante ter tido a possibilidade de contactar com todos os colaboradores da empresa e não apenas com o pessoal da área administrativa. Senti-me totalmente integrado e acolhido desde o primeiro dia.

Foram 336 horas de muito esforço, dedicação e aprendizagem. Comecei por conhecer as instalações da empresa e comecei por exercer tarefas mais simples numa fase inicial. Gradualmente, foram-me explicando outras tarefas que exigiam um maior índice de atenção, concentração e conhecimento. Foram sempre muito atenciosos e prestáveis mesmo quando dispunha de dúvidas, o que me deixou muito confortável pois, caso não conseguisse fazer algo sozinho, sabia que alguém me iria ajudar no que fosse preciso.

Resumidamente, os objetivos e as tarefas foram cumpridos e visto que comecei a estagiar em agosto, que é uma altura de férias, a minha ajuda e auxílio na execução das tarefas foi uma mais-valia para a empresa para não haver a acumulação de trabalho.

BIBLIOGRAFIA

- “Eticadata.” s.d. <https://eticadata.com/eticadata/> (acedido em Outubro de 2022).
- “Fazer um plano de marketing.” 15 de Outubro de 2022. <https://www.cm-pombal.pt/wp-content/uploads/2016/01/4-Fazer-um-plano-de-marketing.pdf>.
- “IRC: O que é e como se calcula?” 17 de Outubro de 2022. <https://invoicexpress.com/blog/o-que-e-irc-como-calculer-imposto>.
- “IVA: O QUE É E COMO É APLICADO ÀS EMPRESAS.” 16 de Outubro de 2022. <https://mmc.pt/iva/>.
- On-Centro. “Estas são as PME's Excelência da região Centro.” 15 de Outubro de 2022. <https://on-centro.pt/index.php/pt/empresas/item/1364-estas-sao-as-pme-s-excelencia-da-regiao-centro>.
- “Qual é o custo de um trabalhador para a empresa?” 18 de Outubro de 2022. <https://www.cgd.pt/Site/Saldo-Positivo/negocios/Pages/custo-trabalhador-empresa.aspx>.