

## **Relatório Integrador da Atividade Profissional**

**Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Mestre na especialidade de Tecnologia Alimentar**

**Daniela Marques Mendes**

**Orientador: Doutora Ana Maria G. S. Neves**

2015, Dezembro

## **Relatório Integrador da Atividade Profissional**

**Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Mestre na especialidade de Tecnologia Alimentar**

**Daniela Marques Mendes**

**Orientador: Doutora Ana Maria G. S. Neves**

2015, Dezembro

## **RESUMO**

O relatório descreve 6 anos de atividade profissional na distribuição alimentar e evidencia competências adquiridas na formação académica e relacionadas com a experiência profissional.

O Bacharelato em Engenharia Alimentar – Ramo Tecnologia das Carnes e a Licenciatura em Engenharia Alimentar – Ramo Qualidade Alimentar, enquadraram a formação académica no âmbito alimentar.

No grupo Dia Portugal, cadeia de supermercados que, em Portugal opera com a insígnia Minipreço, as funções de gerir uma equipa de controlo de qualidade dos produtos rececionados no armazém de distribuição em Alverca, permitiu aplicar e desenvolver competências no controlo de qualidade de alimentos, de gestão de pessoal, concretização de metas e gestão de conflitos.

**Palavras-Chave:** área alimentar; distribuição alimentar; competências académicas; competências profissionais.

## **ABSTRACT**

The report describes 6 years of professional activity in the food distribution and evidence acquired skills in academic training and related with the work experience.

The Bachelor in Food Engineering - Branch of Technology of Meat and a degree in Food Engineering – Branch of Food Quality, defined the academic training in the food area.

The group Dia Portugal, chain supermarkets that in Portugal operates with Minipreço brand, the functions of running a quality control team of reception products in distribution warehouse in Alverca, allowed to apply and develop skills in quality control of food, personnel management, achieving goals and managing conflict.

**Keywords:** food area; food distribution; academic skills; professional skills.

## Índice

Resumo .....	I
Abstract.....	II
Índice.....	III
Enquadramento académico-profissional.....	1
CAPÍTULO 1 – Enquadramento académico.....	2
1.1 Formação Académica .....	2
1.1.1 Bacharelato e Licenciatura em Engenharia Alimentar.....	2
1.1.2 Estágios académicos.....	3
1.1.2.1 Estágio 1 – Tecnologia dos produtos Hortofrutícolas.....	3
1.1.2.2 Estágio 2 – Tecnologia das carnes.....	4
1.1.2.3 Estágio 3 – Enologia.....	4
1.1.2.4 Estágio 4 – Controlo de qualidade.....	5
1.2 Formações complementares actividade profissional.....	5
1.2.1 Formação profissional de formação pedagógica de formadores.....	6
1.2.2 Gestão de reclamações e atendimento e vendas.....	6
1.2.3 Curso Europeu de primeiros socorros.....	6
1.2.4 Formação de perecíveis.....	6
1.2.5 Formação de gestão de desempenho e divulgação dos valores Carrefour.....	6
CAPÍTULO II – Enquadramento profissional.....	8
2.1 Distribuição alimentar em Portugal.....	8
2.2 Caracterização do grupo Dia%.....	14
2.2.2 O grupo Dia em Portugal – Minipreço.....	15
2.3 Atividade profissional.....	18
2.3.1 Controlo de qualidade do grupo Dia%.....	18
Capítulo III – Análise crítica da evolução da experiência profissional.....	25
Bibliografia.....	26
Apêndice 1 – Currículo Vitae.....	28
Apêndice II – Formações complementares.....	34

## **Enquadramento académico-profissional**

Decorria o ano de 2002 quando ingressou na Escola Superior Agrária de Santarém na Licenciatura Biotápica de Engenharia Alimentar. Aquando do ingresso no curso o conhecimento sobre as várias saídas profissionais, assim como sobre as indústrias alimentares era pouco profundo, no entanto, com o decorrer do primeiro ano de curso, em que existiu uma primeira abordagem às várias variantes da Engenharia Alimentar, o conhecimento/interesse por toda a área alimentar aumentou e fazer parte deste universo tornou-se no único objetivo profissional a alcançar.

Em 2002 ingressou no Bacharelato de Engenharia Agroalimentar, no final do primeiro ano houve uma alteração do nome do curso, passando o mesmo a designar-se Engenharia Alimentar, no final do segundo ano optou pelo ramo Tecnologia da Carne, chegando ao fim do Bacharelato no ano de 2005. No mesmo ano (2005) ingressou na Licenciatura de Engenharia Alimentar – ramo qualidade alimentar, tendo obtido o grau de licenciada durante o ano de 2007.

Durante o ano de 2009 ingressou no Dia Portugal Supermercados, como responsável pelo controlo de qualidade existente no armazém de Alverca.

O percurso académico e profissional encontra-se no apêndice I.

## **CAPÍTULO 1 – Enquadramento académico**

A Engenharia Alimentar engloba todos os elementos relacionados com a industrialização de alimentos, seja no desenvolvimento, fabricação, conservação, armazenamento, transporte e comercialização, para que isso aconteça é necessário um vasto conhecimento em física, química, matemática, biologia, microbiologia, economia e gestão.

O curso de Engenharia Alimentar confere conhecimentos técnicos e científicos, que diariamente estimulam a atividade profissional e levam a um bom desempenho. Este desempenho reflete-se no trabalho individual bem como no trabalho em equipa, em áreas tão diversas como a capacidade de organização e gestão de equipas, na interpretação de resultados e resolução de problemas.

Após terminar a formação académica em Engenharia Alimentar o aluno fica apto para desempenhar funções nas seguintes áreas:

- Indústrias de produtos alimentares (atuando no processo produtivo, definição parâmetros de qualidade, desenvolvimento e pesquisa),
- Indústrias de serviços (limpeza, embalagens, equipamentos, gestão de resíduos, área comercial e marketing...)
- Consultoria e fiscalização e auditorias, em entidades públicas ou privadas,
- Instituições de ensino e órgãos públicos.

### **1.1 Formação Académica**

#### **1.1.1 Bacharelato e Licenciatura em Engenharia Alimentar**

Durante o ano de 2002 ingressou na Licenciatura bietápica de Engenharia Agroalimentar da Escola Superior Agrária de Santarém, no ano de 2003 houve alteração do nome do curso, passando este a designar-se Engenharia Alimentar.

No bacharelato são lecionadas várias disciplinas que, permitiram adquirir vários conhecimentos sobre a tecnologia e o processamento dos alimentos, microbiologia, gestão e informática. As disciplinas que frequentou no decorrer do primeiro e segundo ano culminaram com a escolha da opção de tecnologia das carnes no terceiro ano, sendo as duas outras opções tecnologia dos produtos hortofrutícolas e enologia. A escolha desta

opção baseou-se na complexidade associada à obtenção de um produto de origem animal. Para se obter um bom alimento o trabalho não se limita apenas à fábrica onde vai ocorrer a transformação/processamento dos alimentos, primeiramente tem de se efetuar uma boa seleção dos animais e das matérias-primas que estes consomem, e após a transformação tem de se ter em atenção o transporte e disposição no ponto de venda dos artigos.

Com esta opção adquiriu mais conhecimento sobre o processo de fabrico dos produtos de origem cárnica, o maneo animal, o abate e o controlo de qualidade efetuado nestes produtos, tendo experienciado a atividade diária nas empresas deste sector através de visitas de estudo que foram realizadas ao longo do ano letivo, permitindo alargar o conhecimento pela atividade laboral e preparando para a rotina diária numa indústria.

Concluiu o bacharelato em Engenharia Alimentar – ramo tecnologia das carnes no final do ano de 2005, no mesmo ano ingressou na licenciatura em Engenharia Alimentar – Ramo Qualidade Alimentar, tendo frequentado disciplinas associadas principalmente ao controlo de qualidade dos alimentos, nomeadamente análise química, física, microbiológica e nutricional dos alimentos, análise das águas, estudo da gestão e instalação de laboratórios e estudo da qualidade do ambiente, tendo terminado a mesma no final do ano de 2007.

### **1.1.2 Estágios académicos**

Nos cinco anos de curso foram efetuados dois estágios curriculares, para além disso efetuou também dois opcionais nas áreas da tecnologia dos produtos hortofrutícolas e de enologia.

#### **1.1.2.1 Estágio 1 – Tecnologia dos produtos Hortofrutícolas**

Tema: Controlo de qualidade

Local: Campil - Agro-industrial do Campo do Tejo, Lda.

Duração: 2 meses

##### Resumo

A Campil é uma empresa que se dedica à produção de concentrado de tomate, tendo iniciado a sua atividade em 1968. Durante o estágio realizou o acompanhamento do produto durante o processo produtivo e embalamento (produto acabado), para isso de 30 em 30 minutos recolhia amostras de concentrado de tomate nos diferentes evaporadores

para determinação do grau Brix, e de 60 em 60 minutos recolhia uma amostra do produto acabado sendo feita a determinação do grau Brix, pH, consistência, verificação da cor, existência de pontos negros e presença de bolores.

### **1.1.2.2 Estágio 2 – Tecnologia das carnes**

Tema: Revisão do plano de HACCP

Local: Henricarnes-Salsicharia Tradicional Portuguesa Comércio e Indústria Lda.

Duração: 2 meses

Supervisor: Doutor António Raimundo

#### Resumo

Durante o estágio efetuou a revisão do plano de HACCP existente na empresa. O plano existente encontrava-se obsoleto, uma vez que, estavam a ser elaborados novos artigos, tinham sido efetuadas alterações nos equipamentos, instalações, fornecedores e nenhuma dessas alterações constava no plano, atualizou também as folhas de registo. Efetuou, diariamente um controlo à temperatura, estado de higienização dos veículos de transporte das carnes rececionadas, registo do lote e data de validade das matérias-primas rececionadas, e acompanhou todas as atividades laborais da fábrica. Por fim iniciou o estudo dos custos de produção de cada artigo, através dos fluxogramas de produção existentes no plano de HACCP, começou a determinar o tempo que cada artigo leva a ser preparado, o tempo que permanece no fumeiro, determinação dos custos de mão-de-obra, das matérias-primas usadas, de armazenamento e de expedição. O estágio efetuado estava inserido no plano curricular para a obtenção do grau de bacharelato em Engenharia Alimentar.

### **1.1.2.3 Estágio 3 – Enologia**

Tema: Vinificação

Local: Casa de Santa Vitória

Duração: 2 meses

Orientador: Engenheiro Bernardo Cabral

#### Resumo

Empresa do Grupo Vila Galé focada na produção e comercialização de vinhos e azeites alentejanos de qualidade superior, fundada em 2002. Durante o estágio efetuou o

acompanhamento do processo de maturação das uvas (avaliou o grau Brix, o sabor, a coloração dos bagos, a quantidade de sumo que existia numa toma de 250 bagos e a acidez), marcação da data da vindima feita com base nos valores obtidos da avaliação da maturação das uvas, processo de vinificação e análises diárias de controlo da fermentação (densidade, teor alcoólico, sabor e aspeto do mosto).

#### **1.1.2.4 Estágio 4 – Controlo de qualidade**

Tema: Controlo de qualidade

Local: Queijaria Ribeiro & Guimarães, Lda.

Duração: 3 meses

Supervisor: Doutora Marília Henriques

Orientador: Engenheira Carla Costa

##### Resumo

Esta empresa nasceu no ano de 1982 em São Romão, Concelho de Seia, Serra da Estrela, no entanto devido ao aumento da procura e às exigências da legislação em vigor, houve a necessidade de evoluir no sentido de garantir o cumprimento dos compromissos que se apresentavam. Realizou-se então um grande empreendimento concluído no último trimestre do ano de 1998 em Carragosela, Concelho de Seia. O estágio decorreu durante três meses, no qual efetuou análises diárias ao leite recolhido nos diferentes pastores (verificou a presença de antibióticos), e ao lote de leite a ser usado na produção dos queijos, em ambas as situações analisou a turvação, cheiro, sabor, pH, % de gordura e de proteína, acompanhamento diário dos processos produtivos (produção de queijo e de requeijão), revisão do plano de HACCP e acompanhamento dos diferentes lotes de queijo, através da realização de análises microbiológicas, as análises que efetuou foram a contagem de microrganismos totais a 27 e 32°C, pesquisa de *Escherichia coli*, de *Salmonella* spp. e clostrídios sulfito-redutores. O estágio que efetuou estava inserido no plano curricular para a obtenção da licenciatura em Engenharia Alimentar.

#### **1.2 Formações complementares atividade profissional**

De forma a complementar a formação académica, futura formação profissional e para enriquecimento intelectual frequentou algumas formações complementares.

As formações complementares efetuadas e os respetivos comprovativos encontram-se apresentados no apêndice II.

### **1.2.1 Formação profissional de formação pedagógica de formadores**

Formação ministrada pela Fb- formação, cooperação de desenvolvimento, Lda., entre Janeiro e Março de 2008, cujo objetivo foi dotar os participantes de competências e conhecimentos para ministrar formações.

### **1.2.2 Gestão de reclamações e atendimento e vendas**

Ambas as formações foram ministradas pela SDO consultores. Na formação de gestão de reclamações o objetivo foi dotar os participantes de competências e conhecimentos que potenciam a gestão de situações de insatisfação por parte de clientes, garantindo um encaminhamento correto e a recuperação dos seus níveis de confiança. Enquanto que a formação de atendimento e vendas foi dotar os participantes de competências e conhecimentos que potenciam a prestação de um serviço ao cliente de excelência, focalizando as técnicas de atendimento presencial.

### **1.2.3 Curso Europeu de primeiros socorros**

Formação ministrada pela Escola de Socorrismo da Cruz Vermelha Portuguesa, cujo objetivo foi dotar os participantes das noções básicas de primeiros socorros e utilização do desfibrilhador automático.

### **1.2.4 Formação de perecíveis**

Neste âmbito a Dia Portugal – Supermercados realizou duas formações, uma cujo objetivo foi sensibilizar os participantes para a preparação e avaliação dos artigos perecíveis (carne e fruta) durante o envio dos mesmos para as lojas, e a outra referente às regras de higiene e segurança alimentar a ter no sector das carnes.

### **1.2.5 Formação de gestão de desempenho e divulgação dos valores Carrefour**

Formações ministradas pela Dia Portugal - Supermercados, com o objetivo de sensibilizar os participantes para a definição correta dos objetivos dos seus colaboradores,

e apresentação das escalas de avaliação. A formação de divulgação dos valores Carrefour elucidou os colaboradores dos valores do grupo Dia, o seu significado e como são integrados no seu dia-a-dia, bem como a divulgação da existência de um código de ética que facilita a tomada de decisões.

## **CAPÍTULO II – Enquadramento profissional**

### **2.1 Distribuição alimentar em Portugal**

Em meados da década de 80 a realidade da distribuição alimentar em Portugal começou a sofrer alterações significativas com a chegada da grande distribuição. O aparecimento de lojas de grandes dimensões onde num mesmo espaço se pode encontrar uma grande variedade de produtos, alimentares e não alimentares, traduz-se numa mais-valia para o consumidor. Este passa a dispor da grande maioria dos produtos que necessita no seu dia-a-dia num mesmo local com uma variedade de escolha que não lhe era oferecida no passado. A dimensão destas lojas assim como a crescente dimensão dos grupos económicos a que estas pertencem reforçam também a capacidade de negociar destas empresas junto dos seus fornecedores. Assim, com as elevadas quantidades de produtos vendidos, nomeadamente produtos alimentares, as cadeias de distribuição conseguem obter condições favoráveis na negociação com os fornecedores o que lhes permitiu oferecer ao consumidor produtos a preços mais baixos.

Algumas das principais características e tendências da distribuição alimentar em Portugal incluem:

- uma progressiva integração da cadeia alimentar, nomeadamente na aproximação à produção primária, com a criação de relações privilegiadas com produtores ou grupos de produtores;
- redução de stocks e redução do tempo de entrega de produtos por parte dos fornecedores, baseado numa abordagem que se aproxima do “Just-in-time”, nomeadamente através de tecnologia de informação e comunicação que suportam a troca de informação e a tomada de decisões;
- sincronização do processo logístico com a procura do lado do consumo, através do aumento da frequência de entregas pelos fornecedores e da diminuição do tamanho de lotes;
- coordenação das decisões logísticas na cadeia de distribuição alimentar através da introdução da padronização de produtos e sistemas de gestão que reduzam ou eliminam a probabilidade de erro associada à intervenção humana.

A nível de segurança alimentar, a distribuição moderna tem introduzido melhorias significativas na forma como os produtos alimentares são colocados à disposição dos consumidores. Sendo de destacar:

- os adequados equipamentos de frio que os grupos de distribuição alimentar possuem nas suas instalações de armazenamento, no transporte e nas suas lojas;
- a melhoria da rastreabilidade dos produtos comercializados nas lojas;
- o reforço das atividades de controlo de qualidade efetuadas aos produtos, quer ao nível da receção quer na amostragem para efeitos de verificação;
- a preocupação com critérios de qualidade e segurança alimentar na seleção de fornecedores.

Atualmente, o sector da distribuição alimentar em Portugal é composto por um conjunto de cerca de 9 insígnias pertencentes quer a grupos nacionais quer a multinacionais, destacam-se a insígnia Continente da Sonae e a insígnia Pingo Doce do grupo Jerónimo Martins, de entre as insígnias internacionais destaca-se o Jumbo do grupo Auchan, o Intermarché/Ecomarché, E'leclerc, El Corte Inglés, Lidl, Aldi e MiniPreço. A distribuição alimentar inclui todos os bens de consumo corrente que integram não apenas o ramo alimentar – produtos de “mercearia”, “frescos (pescado, carne, frutas e legumes)”, “lácteos”, as “bebidas” alcoólicas e não alcoólicas, assim como, os produtos de “higiene pessoal” e de “drogaria e bazar”.

Na seleção do tipo de loja em que fazem as suas compras, os consumidores valorizam principalmente o preço, a diversidade da oferta e a conveniência. O crescimento das lojas “discount” reflete exatamente o fator preço. Estas lojas têm uma política de preços baixos, com uma relação qualidade-preço aceitável, numa oferta assente na comercialização de marcas próprias (marcas brancas) e marcas menos conhecidas e em espaços onde o serviço é mais reduzido. Tendo as lojas “discount” (Lidl, Aldi e Minipreço) conquistado quota de mercado.

Segundo dados da APED (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição), em Portugal, o número de lojas de distribuição alimentar (supermercados, hipermercados e lojas “discount”) é aproximadamente de 1358, sendo a insígnia Minipreço a marca que tem mais lojas (524). No ano de 2010 o universo de empresas que integram a APED (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição) registou um volume de vendas de

15708 milhões de euros, onde 71% deste valor é referente à distribuição alimentar, o que evidencia um crescimento de 6% relativamente ao ano de 2009.

A reação às lojas “discount” fez-se sentir com as outras cadeias de distribuição alimentar (Continente, Pingo Doce e Jumbo) a aumentarem a oferta de marcas brancas e outras marcas de menor visibilidade capazes de competir com os preços relativamente mais baixos das lojas “discount”. Esta oferta não se limita a produtos indiferenciados, procurados por clientes preocupados exclusivamente com o preço. Várias cadeias de distribuição alimentar lançaram produtos gourmets e biológicos com marcas brancas, orientadas para clientes que exigem melhores produtos, com a melhor qualidade, mas que são, simultaneamente, sensíveis ao preço.

Os preços inferiores praticados pela distribuição são conseguidos através da economia dos custos de transporte e armazenamento, preços de compra de mercadorias mais vantajoso pela concentração das compras e margens mais reduzidas, compensadas por um maior volume de vendas.

A grande distribuição na maioria dos países da União Europeia é cada vez mais dominada por um número reduzido de cadeias de supermercados, o que pode levar a abusos por parte das mesmas nas negociações com os fornecedores. Pode-se verificar um abuso do seu poder de compra para baixar o preço pago aos fornecedores para níveis insustentáveis, este esmagamento dos fornecedores tem efeitos negativos na qualidade do emprego e na proteção do ambiente, os consumidores podem vir a ser confrontados com uma menor variedade de produtos, de pontos de venda e de cultura. Para regular esta situação, em Portugal, surgiu a necessidade das empresas terem um representante que mostrasse a grande importância que detêm no mercado, através dos empregos que cria, da sua capacidade contributiva, do desenvolvimento de setores de atividade e promoção e criação de novas dinâmicas no ponto de venda. Surge então a APED - Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição, em 1994, que resulta da transformação da ANS - Associação Nacional de Supermercados que tinha sido criada em 1981, para além desta associação em Portugal temos também a autoridade da concorrência (AdC), que tem por missão assegurar a aplicação das regras da concorrência em Portugal, no respeito pelo princípio da economia de mercado e da concorrência não falseada, tendo em vista o funcionamento eficiente dos mercados e a repartição eficaz dos recursos, na prossecução dos interesses dos consumidores.

Para a realização desta missão, compete à autoridade da concorrência velar pelo cumprimento das leis, regulamentos e decisões destinados a promover a defesa da concorrência; fomentar a adoção de práticas que promovam a concorrência e a generalização de uma cultura de concorrência junto dos agentes económicos e do público em geral; difundir, em especial junto dos agentes económicos, as orientações consideradas relevantes para a política de concorrência; e contribuir para o aperfeiçoamento do sistema normativo português em todos os domínios que possam afetar a livre concorrência, por sua iniciativa ou a pedido do Governo. Para o desempenho das suas funções dispõe de poderes sancionatórios, de supervisão e de regulamentação.

De acordo com os dados do relatório da APED (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição) de 2009, o nível de concentração da distribuição alimentar em Portugal aumentou nos últimos anos, com a quota de mercado conjunta dos cinco principais grupos (Sonae Distribuição, Jerónimo Martins, Intermarché, Auchan e Lidl) de distribuição moderna a atingir 64%, sendo no entanto, um dos mais baixos entre os países europeus. Os principais fornecedores/produtores também se têm caracterizado por movimentos de consolidação, dando origem ao reforço do seu poder negocial. Os três maiores grupos de distribuição alimentar asseguram menos de 40% das vendas de produtos frescos. Para dinamizar o mercado da oferta, os grandes grupos de distribuição moderna apoiam o desenvolvimento dos pequenos produtores, ao estabelecerem com estes protocolos a nível associativo e códigos de conduta próprios. Verificando-se assim um aumento da rentabilidade dos produtores face aos retalhistas.

De acordo com o relatório da APED (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição) de 2009, temos como exemplo de algumas sinergias criadas entre as empresas da grande distribuição:

- A Sonae distribuição lançou, em 1998, o Clube de Produtores, no âmbito do qual presta serviços de consultoria à produção, dá formação e organiza visitas a produtores internacionais para pesquisa de melhores práticas.

- O grupo Jerónimo Martins tem um relacionamento próximo e de longa data com um conjunto de pequenos produtores, em particular de produtos alimentares perecíveis, que tem resultado no forte crescimento de alguns deles e na internacionalização, através do abastecimento à Biedronka na Polónia.

- O grupo Auchan apoia os pequenos produtores no desenvolvimento e adequação dos seus produtos às necessidades dos clientes. Estabelece contratos com os pequenos produtores a 3 ou 5 anos com garantias de volumes e preços de compra.

- O El Corte Inglés tem acordos com bancos que permitem aos fornecedores financiarem-se em condições vantajosas através do adiantamento pelos bancos do valor das faturas a receber do retalhista a uma taxa de juros que reflete o risco do El Corte Inglés, inferior à que os pequenos fornecedores conseguem obter em condições normais.

Para além desta relação próxima entre produtores e empresas de distribuição atualmente tem de existir por parte da distribuição uma grande aposta nas estratégias de marketing, durante muito tempo as empresas de distribuição limitaram o seu papel de agentes económicos ao de um intermediário entre produtores e consumidores. De um papel relativamente passivo de um simples prolongamento da indústria, a distribuição passou para um estado ativo, inovador e, por vezes, dominador, modificando a relação de forças entre fornecedores e distribuidores. Esta evolução coincidiu com as mudanças socioeconómicas ocorridas, impulsionando os distribuidores a recorrer ao Marketing Estratégico e a redefinir o seu papel económico preocupando-se em se adaptar às expectativas dos consumidores.

Tem-se assistido a um crescimento da importância do marketing nas empresas retalhistas, nomeadamente devido:

- Aumento da concorrência, com o aparecimento dos *hard discounts*;
- Globalização dos formatos das empresas de distribuição;
- A necessidade de as organizações trabalharem em parceria com todos os intervenientes, para satisfazer o cliente a um menor custo;
- Melhorias tecnológicas (sobretudo ao nível de bases de dados);
- O crescimento das marcas próprias dos retalhistas a desafiar as marcas dos produtores. (Collins & Burt, 2006).

As empresas de distribuição têm que identificar quais os segmentos da população que pretendem servir de forma lucrativa, conhecendo os seus clientes com profundidade, os seus hábitos de compra e valores e, por fim, posicionar a sua oferta no mercado contra a dos seus concorrentes, outra forma de se destacarem perante a concorrência e fidelizar os clientes é a entrega de cupões, os cartões de fidelização ou crédito, vendas à distância

via Internet com entregas ao domicílio, ofertas de serviços nomeadamente caixas self-service, cafetarias, cartões oferta, serviço de apoio ao Cliente, pontos de atendimento dentro da Loja, e parcerias com empresas distribuidoras de combustíveis, para além disso o formato das lojas, a sua apresentação e o conjunto de colaboradores são fatores que contribuem para uma experiência única do cliente e possibilitam a diferenciação e retenção dos clientes.

A imagem da loja tem uma grande importância nas decisões de compra dos clientes e, conseqüentemente, no sucesso a longo prazo dos retalhistas. Martineau (1958) explica o conceito de imagem de loja como “a forma como esta está definida na mente do consumidor, quer pelas qualidades funcionais, quer pelas atitudes psicológicas”. Mazursky e Jacoby (1986) referem que a imagem que um cliente constrói de uma loja é resultado das perceções afetivas que o cliente tem sobre a loja adicionalmente às suas qualidades físicas. Os clientes para além de comprarem produtos e serviços que satisfaçam as suas necessidades, compram imagens.

Os retalhistas vendem marcas próprias e dos fornecedores e, embora privilegiando as suas marcas, recebem dos diferentes fornecedores quantias extras para que os produtos tenham destaque no linear (espaço extra nas prateleiras onde se colocam os produtos) ou noutro espaço promocional da loja. Os clientes perante esta “guerra” no cenário de loja entre marcas próprias e de fornecedores, uma “luta” permanente pelo espaço na loja, serão eles que no final terão o papel fundamental de decidir pela compra ou não compra. Esta decisão influencia na medida em que o espaço a atribuir a cada secção deverá estar relacionado com o volume de negócios (global e por secção) e com as normas de rendimento (volume de negócios por metro quadrado da unidade comercial e secção).

## 2.2 Caracterização do grupo Dia%

O grupo DIA% surgiu com o objetivo de ser um supermercado prático, com preços mais baixos em todos os produtos, e sempre próximo da casa dos clientes. Tudo começou no dia 9 de Março de 1979 quando o grupo Promodès inaugurou a primeira loja do DIA% (abreviatura de Distribuidora Internacional de Alimentação) em plena Rua Valderrodrigo na cidade de Madrid, revolucionando a distribuição de alimentos no mercado espanhol e antecipando o conceito de supermercado de descontos. O sucesso da insígnia consistiu na localização das lojas, próximo da casa de clientes, impulsionando a comprar diária, e no facto de oferecer aos clientes soluções para as suas necessidades de alimentação e produtos de grande consumo partindo de um compromisso focado na qualidade e preço. Inicialmente cada loja da rede possuía entre 200 e 350 m<sup>2</sup> de área, e podia praticar preços mais baixos porque não oferecia sacos para acondicionar as compras, os produtos eram expostos diretamente nas caixas de transporte, evitando assim o uso de prateleiras e repositores, não etiquetava o preço em cada produto e não vendia alimentos perecíveis. Uma década depois do seu aparecimento a rede já contava com 400 supermercados espalhados por Espanha. O primeiro produto com marca própria foi lançado durante o ano de 1984, e tratava-se de um detergente para máquina de lavar roupa, a embalagem continha a informação “embalado exclusivamente para os estabelecimentos DIA%”. Os anos 90 foram marcados pela estratégia agressiva de crescimento da empresa, primeiro pela adoção do sistema de franquias e depois pela aquisição de outros grupos concorrentes, tendo ocorrido também a internacionalização da rede, que inaugurou as primeiras lojas em Portugal (a primeira loja foi inaugurada em 1993 com o nome Minipreço), na Grécia, Argentina e Turquia.

Em 1999, o Carrefour concluiu a aquisição do Grupo Promodès e passou a ser proprietário da marca DIA%. A integração no grupo francês proporcionou ganhos em escala, controlo ainda mais rígido de custos e um enorme crescimento para a rede, que ingressou em mercados emergentes como Brasil e China. No ano de 2007, a empresa comprou a rede espanhola de supermercados PLUS, adicionando mais de 250 pontos de venda, consolidando assim ainda mais a sua posição no mercado.

Em 2010, a rede continuou a realizar um importante esforço de investimento no processo de modernização e transformação das lojas. Ao longo de 2011, este processo de modernização da imagem também se estendeu à embalagem dos produtos, com o objetivo de estimular a identificação da marca DIA% e melhorar a informação oferecida ao

consumidor, incluindo dados nutricionais e uso do produto. Além disso, a rede DIA%, terceira maior do mundo no segmento de distribuição discount, tornou-se num grupo independente, deixando assim de fazer parte do Grupo Carrefour, que optou por dedicar-se à sua própria marca.

Em 2013 o grupo Dia% adquiriu o grupo Schelecker, tendo ficado com as lojas e armazéns existentes em Espanha e Portugal, adotando assim os artigos vendidos nessas lojas. As lojas adquiridas ao grupo Schelecker atualmente existem no mercado com a designação Clarel, sendo lojas que apostam nos artigos de saúde, cosmética, higiene pessoal e beleza.

A missão do grupo Dia% é oferecer aos clientes produtos de qualidade a baixo preço, para tal a empresa tem como base os seguintes valores: eficácia (são rigorosos e profissionais, oferecem aos clientes produtos e serviços de elevada qualidade ao melhor preço), iniciativa (estão atentos às mudanças, não esperam, antecipam-se), respeito (respeitam os compromissos, inspiram confiança e aceitam as diferenças), trabalho em equipa (trabalham em equipa, aproveitando o melhor de cada um para alcançar os melhores resultados) e foco no cliente (a satisfação do cliente é o principal objetivo).

### **2.2.2 O grupo Dia em Portugal – Minipreço**

Em 1993, num processo de internacionalização, foi inaugurada em Lisboa a primeira loja Dia% em Portugal, o que veio reforçar, sedimentar e dinamizar o formato discount no nosso país. Com um sucesso crescente, a Dia% Portugal adquiriu a cadeia Minipreço em 1998, e passou a operar unicamente esta insígnia, mantendo, no entanto, a marca própria Dia%.

Atualmente, o Minipreço tem um crescimento sustentado, oferecendo um sortido completo aos preços mais competitivos do mercado, seguindo uma fórmula comercial focada na otimização de custos em todas as etapas de distribuição, de forma a oferecer a melhor relação qualidade/preço aos seus clientes.

As lojas Minipreço estão estrategicamente localizadas para proporcionar bons acessos aos seus clientes, tendo como objetivo que os clientes diariamente visitem as lojas, sendo semelhantes às lojas de mercado tradicional, sendo lojas práticas e agradáveis, que oferecem uma gama completa de produtos. Os lineares (prateleiras) são desenhados para facilitar a compra e a circulação dos clientes, e os produtos apresentados

nas caixas de transporte de origem, o que contribui diretamente para uma redução de tempo na reposição da mercadoria. As lojas Minipreço dividem-se em dois grandes grupos:

#### **- Lojas Urbanas**

As lojas urbanas ou de proximidade são, as que estão mais próximas do consumidor. Encontram-se no interior das localidades, em locais acessíveis e perto de casa, proporcionando assim uma compra diária, cómoda e económica.

#### **- Lojas Parking**

As lojas parking privilegiam a amplitude, quer a nível do sortido, quer a nível do espaço de venda. Estão localizadas nos arredores das localidades, em zonas de grande circulação e estão dotadas de parques de estacionamento gratuito. Como são mais amplas, possuem uma maior variedade de produtos, permitindo uma compra mais alargada, cómoda e económica.

Os armazéns do Minipreço rececionam todos os artigos e só depois é que estes são expedidos para as respetivas lojas, cada armazém possui uma área de receção, de expedição, bombeado, manutenção dos equipamentos e escritórios.

Ao cais de receção chegam os artigos provenientes dos fornecedores, estes ligam diretamente com as respetivas câmaras de armazenamento dos produtos a temperatura controlada. Existindo cais para a receção de refrigerado/congelado (temperatura entre 0°C e os 7°C), que liga respetivamente com a câmara de refrigerado (0-7°C) e com a de congelado (-18°C a -20°C), cais de receção de carnes (0-4°C) que liga com a câmara de carnes (0-4°C), cais de receção de frutas e verduras (8-12°C) que liga com a câmara de frutas e verduras (8-12°C) e os cais de receção de seco (produtos que não são transportados nem armazenados a temperatura controlada), para além disso temos também os cais de expedição.

O bombeado é a área de retorno das devoluções das lojas, a esta área chegam todos os resíduos (cartão, artigos sem condições de venda, plásticos, excesso de produções do ponto quente (padaria), artigos fora de validade, entre outros) das lojas e resultante da atividade diária do armazém, o vasilhame (garrafas e grades com devolução ao fornecedor), os artigos devolvidos pelos clientes nas lojas que precisam de análise/avaliação por parte do controlo de qualidade, as arcas isotérmicas usadas para o transporte do congelado e das carnes para posterior limpeza, as pastilhas eutéticas

(placas colocadas no interior das arcas para ajudar a conservar a temperatura dos artigos aí transportados), excesso de stock das lojas que ainda se encontra apto para devolver aos fornecedores ou enviar para outras lojas, gestão do sistema de recolha dos resíduos.

A principal aposta do grupo Dia% é a comercialização dos artigos de marca própria, sendo a marca Dia% desenvolvida pelo Grupo Dia% há mais de 30 anos, visando oferecer produtos com o melhor preço e a melhor qualidade. São desenvolvidos produtos que acompanham a evolução das necessidades e gostos dos consumidores, mantendo a inovação como um dos objetivos de oferta. Além da marca DIA%, o grupo vende outros produtos de marca própria, como Bonté, especializada em produtos de higiene pessoal, cosméticos e maquilhagem, BabySmile dedicada a todas os artigos de puericultura, e a marca de alimentos e artigos para animais de estimação.

Para o desenvolvimento de um produto de marca Dia%, são cuidadosamente selecionados os melhores fornecedores que depois de auditados por normas internacionais, apresentam as suas melhores propostas de produtos. Todas as propostas são depois testadas, avaliadas e aprovadas por painéis de consumidores internos e/ou laboratórios externos independentes.

Cada armazém, dispõe ainda de laboratórios de controlo de qualidade que realizam diferentes controlos durante a receção dos produtos da marca DIA%, controlos esses que se estendem ao longo de toda a vida do produto, tanto nos armazéns como nas próprias lojas.

A marca Dia%, visa adequar-se corretamente a cada mercado, por isso em Portugal, o Minipreço, procura desenvolver não só produtos típicos e do gosto português, mas também garantir fornecedores nacionais. Assim, nas frutas e verduras, como nas carnes mais de 90% das vendas dos produtos frescos são de fornecedores nacionais.

De um modo geral cerca de 80% das compras efetuadas pela Dia Portugal para o Minipreço, corresponde a fornecedores nacionais, sendo que só a marca própria Dia% conta com mais de 100 fornecedores portugueses, representando mais de 45% das compras de marca própria.

No que respeita à sustentabilidade e responsabilidade social, o grupo DIA% em Portugal rege-se por princípios que visam o respeito pela envolvência social, económica e ambiental.

## **2.3 Atividade profissional**

O percurso profissional começou em maio de 2008 quando, terminou a licenciatura e começou a trabalhar numa frutaria situada no centro de Lisboa. A função desempenhada consistia em garantir que as diversas tarefas operacionais da loja eram executadas corretamente, de forma a servir o cliente com rapidez e profissionalismo, de acordo com os padrões de serviço estabelecidos na loja. As tarefas inerentes à função desempenhada consistiam em dirigir e coordenar as operações da loja, coordenar a gestão de equipas garantindo que os restantes colaboradores se mantêm motivados, assegurar o cumprimento dos níveis de serviço e a satisfação dos clientes, verificar a qualidade dos artigos expostos, efetuar operações de receção dos produtos, reposição, encomendas e caixa. Após um ano a desempenhar funções na frutaria procurou evoluir profissionalmente e pessoalmente, começado a trabalhar na área do controlo de qualidade.

No início de junho de 2009, e até ao momento, começou a exercer funções no controlo de qualidade do grupo Dia Portugal, cadeia de supermercados que em Portugal opera com a insígnia Minipreço. Atualmente exerce funções de gestão da equipa de controlo de qualidade dos produtos rececionados no armazém de distribuição em Alverca.

### **2.3.1 Controlo de qualidade do grupo Dia%**

Na indústria alimentar, os sistemas da qualidade têm diversas funções que vão desde a gestão documental até ao controlo de processos. No entanto, o principal objetivo destes sistemas é englobar um conjunto de atividades, que garantam o desenvolvimento e comercialização de alimentos, de acordo com os requisitos de qualidade e segurança impostos pela legislação, pelos clientes e pelos consumidores.

O modo de avaliação e validação dos requisitos de qualidade, ou seja, o controlo da qualidade varia consoante a posição que cada um dos intervenientes ocupa na cadeia de distribuição. Para os produtores, a medição é feita com base no valor de venda das matérias-primas, onde a composição e a aparência têm um peso relevante no preço final. As fábricas relacionam a qualidade do produto também com a sua composição, mas incluem nessa variável, as características que acreditam ser importantes para o consumidor. No caso das empresas de distribuição, a medição é feita através da aceitação que os consumidores têm aos produtos, ou seja, é feita através da velocidade com que um produto desaparece das prateleiras. Por fim o consumidor faz uma avaliação muito

complexa da qualidade, pois relaciona-a com vários fatores, muitos dos quais impossíveis de medir. A sua satisfação está ligada a sensações que variam de pessoa para pessoa, o preço, questões culturais, entre outros.

O objetivo do controlo da qualidade é prever e controlar a qualidade dos alimentos e o processo que permite obter, no final, um produto com as características esperadas. A maneira mais simples de o fazer é recorrendo a contratos ou cadernos de encargos, onde ficam descritos os atributos e as especificações que os alimentos e as matérias-primas devem apresentar. Isto significa, que as especificações relacionadas com a qualidade devem estar acordadas e escritas entre os fornecedores, distribuidores e clientes, e os seus pontos de controlo bem definidos. Esta forma de quantificação da qualidade dos produtos alimentares, é largamente utilizada pelas empresas distribuidoras relativamente à marca própria.

Os métodos de controlo da qualidade dos produtos alimentares podem ser divididos em duas categorias. Um baseado no julgamento humano, onde as características sensoriais são verificadas, e outro com base em análises laboratoriais. O primeiro tipo de controlo pode ser classificado de subjetivo, pois está dependente do conhecimento e da opinião do controlador, no entanto, a sua importância é relevante para o estudo da aceitação dos produtos por parte dos consumidores. O segundo tipo é feito com recurso a laboratórios internos, ou laboratórios acreditados, verificando-se assim o cumprimento dos parâmetros estabelecidos nos cadernos de encargos e na legislação em vigor.

O Minipreço como responsável por assegurar que os produtos de marca própria que comercializa se encontram em conformidade com os parâmetros legais, com as exigências dos clientes e com o estabelecido no plano de qualidade (caderno de encargos) possui uma equipa de controlo de qualidade em cada um dos armazéns. As equipas de qualidade existentes em cada armazém são formadas por:

- um responsável de laboratório (que exerce funções de organização da equipa, verificação das horas de trabalho, realização de auditorias internas, verificação dos termómetros internos, gestão de conflitos, resolução de problemas, acompanhamento de fornecedores aquando da deslocação ao armazém e restantes atividades inerentes ao controlo dos artigos de marca própria);

- dois técnicos de frutas e verduras;

- um técnico de carnes;

- dois técnicos de laboratório (responsáveis pelo controlo dos restantes artigos de marca própria).

Estes reportam a sua atividade diária à coordenadora de laboratórios ou diretamente à responsável pelo controlo de qualidade e coordenadoras nacionais. Embora em cada armazém exista um laboratório para analisar os artigos de marca própria, o controlo de qualidade faz parte da estrutura comercial que se encontra centralizada nos escritórios de Oeiras.

Embora em Portugal o grupo Dia% opere com a insígnia Minipreço, as diretrizes de operação e atuação no mercado são definidas por Espanha (país líder da empresa), como tal, e por forma aos artigos de marca própria serem avaliados da mesma maneira em todos os países onde o grupo Dia% opera, internamente encontram-se definidos planos de análise, onde consta o material e o procedimento de análise de cada parâmetro.

Os parâmetros a analisar para cada artigo de marca própria encontram-se definidos no plano de qualidade. Plano esse que é acordado com os fornecedores aquando das negociações comerciais, posteriormente as coordenadoras nacionais inserem os dados negociados no sistema informático (AS400) permitindo assim a qualquer elemento do controlo de qualidade aceder aos dados definidos no plano de qualidade. Embora o Minipreço seja uma empresa de retalho ele é responsável por qualquer dano que os artigos de marca própria possam causar aos consumidores assim como tem a obrigação de avaliar os fornecedores com quem trabalha, sendo essa avaliação feita através:

- da realização de auditorias efetuadas pelas coordenadoras nacionais);
- da realização de análises sensoriais (estas análises são realizadas através de um painel interno dos escritórios de Oeiras ou por laboratórios externos);
- da realização de análises químicas e microbiológicas (realizadas por laboratórios externos (sub contratados));
- da realização de análises internas (análises rápidas a parâmetros facilmente detetáveis pelo consumidor e que interferem com o preço negociado com o fornecedor e de venda ao público).

É realizada uma verificação e registo interno diário de todos os equipamentos usados na realização das análises de controlo da qualidade. As ferramentas utilizadas para a verificação diária dos equipamentos (massas padrão), os paquímetros e termómetros são

anualmente verificados por um laboratório externo certificado, enquanto que as balanças são verificadas por uma entidade externa de 6 em 6 meses.

O controlo de qualidade realizado em cada armazém do Minipreço consiste em:

### **Controlo de qualidade frutas e verduras**

As frutas e verduras (produtos hortícolas) são procurados pelos consumidores por serem um complemento fundamental numa alimentação saudável e equilibrada. Destinam-se essencialmente ao consumo em fresco e podem entrar na alimentação de toda a população.

Quando os fornecedores de frutas e verduras chegam a um dos armazéns do Minipreço é feita uma primeira análise dos artigos, tendo em conta os parâmetros definidos no plano de qualidade, caso se encontrem conformes são rececionados e acompanhados durante o seu tempo de permanência na câmara do armazém (câmara de frutas e verduras). O controlo de qualidade desta secção consiste nas seguintes tarefas:

- medição da temperatura dos artigos dentro do veículo de transporte e verificação do estado de higiene do veículo;
- verificação do estado de maturação (textura e coloração),
- grau Brix,
- aspeto (danos causados por parasitas, danos causados durante o acondicionamento ou transporte, presença de bolores ou podridões, presença de sujidades, matérias estranhas),
- calibre,
- grau de frescura,
- rotulagem.

Esta primeira análise é feita com base em tabelas de amostragem, caso se verifique que na amostragem os artigos não cumprem com o estabelecido no plano de qualidade os artigos são rejeitados (não rececionados) e é gerada uma penalização (incidência) por fornecedor e por artigo. Quando os artigos estão conformes e são rececionados são armazenados na câmara de frutas e verduras, onde permanecem até serem enviados para as lojas. Diariamente os técnicos da secção das frutas e verduras verificam o stock existente na câmara para minimizar o envio de artigos que se possam ter deteriorado/perda

de frescura de um dia para o outro. Todas as análises e rejeições efetuadas aos artigos são inseridas no sistema informático para assim podermos avaliar os fornecedores e comparar as características de um mesmo artigo entregue por diferentes fornecedores.

Para além do controlo à receção é feita uma avaliação das devoluções efetuadas pelas lojas, resultantes da perda de qualidade dos artigos.

### **Controlo de qualidade das carnes**

O controlo de qualidade das carnes é feito aquando da receção em armazém, tratando-se de um artigo muito perecível e com elevado valor comercial é muito importante controlar rigorosamente as temperaturas de transporte até ao armazém assim como as condições de higiene do veículo de transporte.

A grande maioria dos artigos rececionados encontram-se embalados sendo a análise efetuada a estes artigos essencialmente visual, para que a avaliação não seja subjetiva e dependa de técnico para técnico existe uma *checklist* com os principais parâmetros a ter em conta, esta é feita de acordo com tabelas de amostragem. A análise a estes artigos consiste:

- medição da temperatura dos artigos dentro do veículo de transporte e verificação do estado de higiene do veículo;
- verificação da rotulagem,
- aspeto das embalagens (integridade e sujidade),
- Verificação da presença de hematomas, matérias estranhas, excesso de exsudado, coloração atípica, vestígios de gelo,
- aspeto das peças no interior das embalagens (ausência da uniformidade de tamanho),
- peso e espessura dos bifés.

Caso os artigos estejam conformes são rececionados e armazenados no interior da câmara de carnes, caso contrário os artigos são rejeitados e gerada uma penalização ao fornecedor. Para além do controlo à receção é feita uma avaliação das devoluções efetuadas pelas lojas, resultantes de reclamações de clientes ou então tendo como origem a falta de estabilidade dos artigos, que antes de terminar o seu prazo de validade começam a perder as suas características.

### **Controlo de qualidade dos restantes artigos de marca própria (Dia%)**

A análise dos restantes artigos de marca própria (artigos alimentares da secção de seco, artigos de higiene e limpeza (DPH), artigos de refrigerado e congelado) é feita no dia posterior à entrada em armazém, uma vez que, se trata de artigos com um prazo de validade superior (com maior vida útil), os artigos só são verificados no momento da receção caso seja detetada uma não conformidade. Quando os rececionistas estão a dar entrada dos artigos em armazém e caso detetem algum problema a nível de qualidade (problemas de rotulagem, temperatura, mau odor, embalagens mal seladas, presença de parasitas, caixas danificadas, derramamento de líquidos, entre outros) solicitam ao controlo de qualidade a verificação dos mesmos, caso a não conformidade seja confirmada os mesmos são rejeitados e devolvidos ao respetivo fornecedor. A verificação é feita aleatoriamente através de tabelas de verificação, em que na mesma palete são verificadas várias caixas de diferentes zonas.

A gestão das análises destes artigos é feita de forma automática através do sistema AS400, o sistema solicita as análises tendo em conta os resultados obtidos na última análise, a data em que a última análise foi feita, o índice de entrada em armazém e sempre que se trata de uma primeira entrada em armazém. Todos os meses deve-se analisar pelo menos, uma vez cada artigo, caso se tenha verificado uma não conformidade na última análise o artigo deve ser analisado até o mesmo estar de acordo com o plano de qualidade.

As análises internas numa primeira fase são efetuadas apenas em duas unidades, caso se verifique alguma não conformidade são analisadas mais unidades do mesmo lote, validade e entrada em armazém. As análises consistem essencialmente na verificação dos seguintes parâmetros:

- peso líquido, peso escorrido, volume, peso bruto e peso unitário;
- pH;
- °Brix;
- dimensões;
- % de componentes;
- calibres,
- presença de matérias estranhas, aspeto, sabor, odor e presença de defeitos.

Os resultados da análise são inseridos no sistema AS400 e os valores são comparados internamente, com os valores anteriormente estabelecidos com o fornecedor. Se os mesmos estiverem fora dos limites é gerada automaticamente uma incidência (penalização) que é comunicada diretamente ao fornecedor. Caso a anomalia verificada durante a análise seja impeditiva da venda do artigo, o mesmo é bloqueado (imobilizado) em armazém e devolvido ao fornecedor, caso o mesmo já tenha sido enviado para algumas lojas é solicitado às mesmas que procedam à devolução do artigo ao armazém para posterior devolução ao fornecedor.

Para além das análises internas são inseridos também em sistema os resultados obtidos nas análises realizadas pelos laboratórios externos, à semelhança do que acontece internamente, quando estes estão fora do acordado é também gerada uma penalização ao respetivo fornecedor.

Para além da realização das análises internas diárias e inserção em sistema dos resultados das análises externas é também feita uma análise das devoluções efetuadas pelas lojas e pelos clientes.

Enquanto responsável para além de realizar todas as atividades inerentes ao trabalho de qualquer elemento do controlo de qualidade também realiza a verificação diária das placas eutéticas de 10 arcas de congelado e carnes e aves que transportam artigos para as lojas, verificação mensal dos termómetros usados para a medição de temperaturas nas receções, de dois em dois meses auditorias internas à cadeia de frio (avaliação das condições das câmaras de frio e do transporte dos artigos de frio) e à limpeza/higiene do armazém e anualmente realiza uma auditoria de qualidade (conjuga as duas auditorias mencionadas anteriormente e consiste na avaliação das instalações, espaços exteriores, registos e planos de limpeza dos veículos de transporte dos artigos para as lojas, verificação se as empresas subcontratadas estão certificadas para a realização das atividades solicitadas, registos das análises efetuadas às torres de arrefecimento, entre outros aspetos, ...) e formação e integração de novos elementos na equipa da qualidade.

### **Capítulo III – Análise crítica da evolução da experiência profissional**

Ao longo do percurso académico adquiriu vários conhecimentos teóricos sobre as empresas alimentares, tendo estes sido fundamentais na inserção no mercado de trabalho, enquanto veículo de conhecimento. O curso frequentado deu a capacidade de, no mercado de trabalho, ao ouvir os termos técnicos saber o seu significado e poder aplicá-los no dia-a-dia, para além disso o curso dotou de espírito de equipa, capacidade crítica e motivação para a resolução de problemas.

Ao longo da atividade profissional tem colaborado com diferentes departamentos da empresa, o que permite conhecer melhor a estrutura onde está inserida, tendo adquirido conhecimento com as pessoas com quem interage.

O trabalho de coordenação de equipas proporcionou o desenvolvimento de práticas de liderança, comunicação e de orientação do relacionamento interpessoal, estimulando a aquisição de novas competências de carácter social e humano.

A procura de novos conhecimentos e desafios levou à criação de uma empresa para gerir de forma independente (regime de franchising) uma das lojas da insígnia Minipreço%, levando assim, à utilização dos conhecimentos de gestão e marketing adquiridos ao longo do percurso académico.

## **Bibliografia**

Collins, A. & S. Burt (2006), “Private Brands, Governance, and Relational Exchange Within Retailer–Manufacturer Relationships: Evidence from Irish Food Manufacturers Supplying the Irish and British Grocery Markets”, *Agribusiness*, Vol. 22, Nº 1, pp. 1-20.

Martineau, P. (1958), “The Personality of the Retail Store”, *Harvard Business Review*, Vol. 36, pp. 47-55.

Mazursky, D & J. Jacoby (1986), “Exploring the Development of Store Images”, *Journal of Retailing*, Vol. 62, Nº 2, pp. 145-165.

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Engenharia\\_de\\_alimentos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Engenharia_de_alimentos), consulta efetuada dia 04-01-2015; esta página foi modificada pela última vez à (s) 00h56min de 18 de outubro de 2014.

[http://si.esa.ipsantarem.pt/esa\\_si/cursos\\_geral.FormView?P\\_CUR\\_SIGLA=LEA\\_LB1](http://si.esa.ipsantarem.pt/esa_si/cursos_geral.FormView?P_CUR_SIGLA=LEA_LB1), consulta efetuada dia 04-01-2015, Última atualização: 2011-06-29 I Página gerada em: 2015-01-04 às 12:35:37

<http://www.grandeconsumo.com/noticia/1963/distribuicao-alimentar-fatura-100000-milhoes-no-mercado-iberico>, consulta efetuada dia 06-01-2015

[http://globadvantage.ipleiria.pt/files/2012/08/caso-de-estudo-8\\_pingo\\_doce.pdf](http://globadvantage.ipleiria.pt/files/2012/08/caso-de-estudo-8_pingo_doce.pdf), consulta efetuada dia 06-01-2015

[http://www.concorrencia.pt/SiteCollectionDocuments/Estudos\\_e\\_Publicacoes/Otros/AdC\\_Relatorio\\_Final\\_Distribuicao\\_Fornecedores\\_Outubro\\_2010.pdf](http://www.concorrencia.pt/SiteCollectionDocuments/Estudos_e_Publicacoes/Otros/AdC_Relatorio_Final_Distribuicao_Fornecedores_Outubro_2010.pdf), consulta efetuada dia 06-01-2015

[http://www.concorrencia.pt/SiteCollectionDocuments/Estudos\\_e\\_Publicacoes/Otros/02\\_GGR\\_Fornecedores\\_Dez2009.pdf](http://www.concorrencia.pt/SiteCollectionDocuments/Estudos_e_Publicacoes/Otros/02_GGR_Fornecedores_Dez2009.pdf), consulta efetuada dia 06-01-2015

<http://www.aped.pt/>, consulta efetuada dia 12-08-2015;

<http://mundodasmarcas.blogspot.pt/2011/05/dia.html>, consulta efetuada dia 11-01-2015,

<http://www.minipreco.pt>, consulta efetuada dia 11-01-2015;

<http://www.diacorporate.com>; consulta efetuada dia 06-01-2015;

<http://www.hipersuper.pt/2008/10/17/o-controlo-da-qualidade-na-industria-alimentar/>, consulta efetuada dia 14-02-2015;

[http://www.aped.pt/media/content/184\\_1\\_g.pdf](http://www.aped.pt/media/content/184_1_g.pdf), consulta efetuada dia 12-08-2015;

<http://repositorioaberto.up.pt/bitstream/10216/10797/2/As%20Vendas%20e%20Espaco%20no%20Retalho.pdf>, consulta efetuada dia 14-11-2015

## **Apêndice I – *Curriculum Vitae***



## Europass-Curriculum Vitae

### Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s) **Mendes, Daniela Marques**  
Morada(s) Casal de Todos os Santos - Sesmarias  
2070-225 Cartaxo  
Telemóvel (351) 917930395 Telefone: (351) 243770140  
Correio(s) electrónico(s) danielamarquesmendes@gmail.com  
Nacionalidade Portuguesa  
Data de nascimento 21/08/1984  
Sexo Feminino

### Educação e formação

Data Outubro de 2013  
Designação da formação Mestrado em Tecnologia Alimentar  
Nome da entidade formadora Escola Superior Agrária de Santarém.

Data 9 e 10 Julho 2008  
Designação da formação Curso de primeiros socorros – Suporte Básico de Vida  
Nome da entidade formadora fb- formação

Data 5 e 6 Junho 2008  
Designação da formação Atendimento e Venda – Adquirir competências e conhecimentos que potenciam a prestação de um serviço ao Cliente de Excelência, focalizando as técnicas de atendimento pessoal  
Nome da entidade formadora SDO Consultores – Sociedade para o Desenvolvimento das Organizações, S.A.

Data 9 Junho 2008  
Designação formação Gestão de Reclamações – Adquirir competências e conhecimentos que potenciam a gestão de situações de insatisfação por parte de Clientes, garantindo um encaminhamento correcto e a recuperação dos seus níveis de confiança  
Nome da entidade formadora SDO Consultores – Sociedade para o Desenvolvimento das Organizações, S.A.

Data Janeiro 2008 – Março 2008  
Designação da qualificação atribuída CAP – Certificado de aptidão de formador  
Nome da entidade formadora fb- formação

Data Outubro 2005 – Dezembro 2007  
Designação do curso Licenciatura em Engenharia Alimentar – ramo Qualidade Alimentar  
Nome da entidade de ensino Escola Superior Agrária de Santarém

Data Outubro 2002 – Setembro 2005  
Designação do curso Bacharelato em Engenharia Alimentar – Opção Tecnologia de Carnes  
Nome entidade de ensino Escola Superior Agrária de Santarém

## Experiência profissional

<b>Data</b>	Junho de 2009
Função ou cargo ocupado	<b>Responsável pelo controlo de qualidade do armazém do Minipreço - Alverca</b>
Actividades e responsabilidades	Realização de análises de controlo de qualidade dos artigos de marca própria, gestão de equipa e de tempo, realização de auditorias internas e acompanhamento de fornecedores. Gestão de loja.
Nome e morada do empregador	Dia Portugal – Supermercados, S.A Estrada Alfarrobeira Vialonga 2625-244 Vialonga
<b>Data</b>	Agosto 2008 - Novembro 2014
Função ou cargo ocupado	<b>Colaboração na vindima</b>
Actividades e responsabilidades	Participo voluntariamente na vindima de espumantes e vinhos realizada no Douro, durante a qual exerço funções na área de vinificação, escolha de uvas e inoculação de cubas, determinação da data de vindima, análise aos mostos e respectivas correcções, apoio na área de engarrafamento.
<b>Data</b>	Maior de 2008 – Maio 2009
Função ou cargo ocupado	<b>Sub-gerente de loja no Mercado de São Vicente - grupo Luís Vicente, S.A</b>
Actividades e responsabilidades	Gestão da equipa e distribuição de funções, conferência das mercadorias encomendadas, operações de caixa, reposição, serviço de mesas, serviço de balcão, assistência à cozinha e limpeza.
Nome e morada do empregador	Sabores Coloridos – Retalho Especializado Alimentar, S.A Avenida D. João II Lote 1.03.2.1 A – 6ªA 1990-092 Lisboa
<b>Data</b>	Outubro – Novembro de 2007
Função ou cargo ocupado	<b>Consultora Alimentar - EngeAlimentar</b>
Actividades e responsabilidades	Auditorias aos restaurantes e stands de alimentos no 27º Festival de Gastronomia Nacional.
Nome e morada do empregador	EngeAlimentar – Higiene Alimentar, Lda Sede: Rua Serpa Pinto, n.º 18 - 2.º. 2560 Torres Vedras
<b>Data</b>	Fevereiro – Junho 2007
Função ou cargo ocupado	<b>Estágio curricular na queijaria Ribeiro &amp; Guimarães, Lda</b>
Actividades e responsabilidades	Estágio que consistia na revisão do plano HACCP e no controlo de qualidade microbiológico e químico do leite de ovelha e dos queijos elaborados.
Nome e morada do empregador	Queijaria Ribeiro & Guimarães, Lda. Apartado 560 6270-908 São Romão Seia
<b>Data</b>	Agosto – Setembro 2006
Função ou cargo ocupado	<b>Trabalhadora de adegas – Casa de Santa Vitória do grupo Vila Galé</b>
Actividades e responsabilidades	Participação em todo o processo de vinificação e controle de qualidade do vinho produzido durante a vindima de 2006

Nome e morada do empregador	Casa de Santa Vitória - Sociedade Agro-Industrial, SA Herdade da Malhada 7800 - 730 Santa Vitória																																								
<b>Data</b>	Maio – Julho 2005																																								
Função ou cargo ocupado	<b>Estágio curricular na empresa Henricarnes – Salsicharia tradicional</b>																																								
Actividades e responsabilidades	Revisão do plano HACCP, controlo da temperatura da carne recepcionada e do produto acabado.  Henricarnes - Salsicharia Tradicional Portuguesa Comércio e Indústria, Lda Zona Industrial de Rio Maior																																								
Nome e morada do empregador	2040-000 Rio Maior Santarém																																								
<b>Data</b>	Julho – Setembro 2004																																								
Função ou cargo ocupado	<b>Controlo de qualidade Campil - Empresa de processamento de tomate</b>																																								
Actividades e responsabilidades	Estágio que consistia na determinação de 30 em 30 minutos do grau «Brix» do concentrado de tomate dos evaporadores contínuos e de hora a hora verificação de: grau «Brix», «pH», consistência, bolores e cor do produto final.																																								
Nome e morada do empregador	Campil, Agro-Industrial do Tejo, Lda Vale da Pedra - Cartaxo																																								
<b>Aptidões e competências pessoais</b>																																									
Língua(s) materna(s)	Português																																								
Outra(s) língua(s)																																									
Auto-avaliação																																									
Nível europeu (*)																																									
<b>Inglês</b>																																									
<b>Francês</b>																																									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Compreensão</th> <th colspan="4">Conversação</th> <th colspan="2">Escrita</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Compreensão oral</th> <th colspan="2">Leitura</th> <th colspan="2">Interacção oral</th> <th colspan="2">Produção oral</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>C1</td> <td>Utilizador experiente</td> <td>C1</td> <td>Utilizador experiente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> </tr> <tr> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B2</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> <td>B1</td> <td>Utilizador independente</td> </tr> </tbody> </table>	Compreensão				Conversação				Escrita		Compreensão oral		Leitura		Interacção oral		Produção oral				C1	Utilizador experiente	C1	Utilizador experiente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B2	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente
Compreensão				Conversação				Escrita																																	
Compreensão oral		Leitura		Interacção oral		Produção oral																																			
C1	Utilizador experiente	C1	Utilizador experiente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente																																
B1	Utilizador independente	B2	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente																																
	(*) Nível do Quadro Europeu Comum de Referência (CECR)																																								
Aptidões e competências sociais	Espírito de equipa; liderança, gestão de tempo, capacidade de comunicação e organização. Capacidade de adaptação a ambientes multiculturais;																																								
Aptidões e competências técnicas	Conhecimento dos requisitos da norma ISO 9001:2000; 22000:2005; 17025:2005;14001:2004; e do regulamento 852 e 853-2004; <i>Codex Alimentarius</i> .																																								
Aptidões e competências informáticas	Conhecimentos de informática na óptica do utilizador (Word, Excel, PowerPoint, Access, Internet), AS 400.																																								
Tempos livres	Praticar natação, pilatesr, ler livros, ir ao cinema/teatro, estar com os amigos.																																								
Carta de condução	Carta de veículos ligeiros (B)																																								



## CERTIFICADO

-----António Oliveira Louro Almeirão, Secretário da ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA DE SANTARÉM, dando cumprimento ao despacho exarado no requerimento arquivado nestes Serviços, certifica que **Daniela Marques Mendes**, portadora do Bilhete de Identidade nº12580963, emitido a 05 de Maio de 2005 em Santarém, natural do Concelho de Alvaiázere, do Distrito de Leiria, filha de Jacinto de Jesus Mendes e de Rosa Marques Mendes, concluiu nesta Escola o 2º ciclo do Curso bietápico de Licenciatura em **Engenharia Alimentar**, ramo **Qualidade Alimentar**, no dia 13 de Dezembro de 2007, com a classificação final de 15 (**Quinze valores**), tendo obtido aprovação nas disciplinas que abaixo se mencionam e com as seguintes classificações:-----

Disciplina	Duração	Tipo Disciplina	Nota	Data
<b>4º Ano</b>				
Física Aplicada II	S1	Normal	16	Dezasseis Valores
Análise Química de Alimentos I	S1	Normal	15	Quinze Valores
Análise Microbiológica de Alimentos I	S1	Normal	13	Treze Valores
Controlo da Qualidade I	S1	Normal	15	Quinze Valores
Matemática Aplicada	S1	Normal	11	Onze Valores
Instalações e Equipamentos Laboratoriais I	S1	Normal	16	Dezasseis Valores
Nutrição e Alimentação	S1	Normal	15	Quinze Valores
Reologia Alimentar I	S2	Normal	14	Catorze Valores
Análise Química de Alimentos II	S2	Normal	12	Doze Valores
Análise Microbiológica de Alimentos II	S2	Normal	13	Treze Valores
Controlo da Qualidade II	S2	Normal	15	Quinze Valores
Análise e Tratamento de Águas	S2	Normal	15	Quinze Valores
Instalações e Equipamentos Laboratoriais II	S2	Normal	15	Quinze Valores
Embalagem	S2	Normal	14	Catorze Valores
<b>5º Ano</b>				
Análise Química de Alimentos III	S1	Normal	13	Treze Valores
Análise Microbiológica de Alimentos III	S1	Normal	15	Quinze Valores
Gestão de Laboratórios	S1	Normal	12	Doze Valores
Reologia Alimentar II	S1	Normal	14	Catorze Valores
Qualidade e Ambiente	S1	Normal	16	Dezasseis Valores
Seminário	S1	Normal	14	Catorze Valores
Desenvolvimento Experimental	S2	Normal	16	Dezasseis Valores
Estágio III	S2	Normal	16	Dezasseis Valores

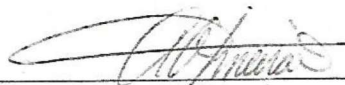
-----Mais se certifica que a **média final do grau de Licenciado** é de 15 (**Quinze valores**). --

-----Requereu o respectivo Diploma em 18 de Dezembro de 2007.-----

-----O presente certificado é assinado e autenticado com o selo branco em uso nesta

Escola Superior Agrária de Santarém, 21 de Dezembro de 2007

O Secretário



(Mestre, António Oliveira Louro Almeirão)

Conferi em 21/12/2007

Rosa Neto

Emolumentos: € 13,00

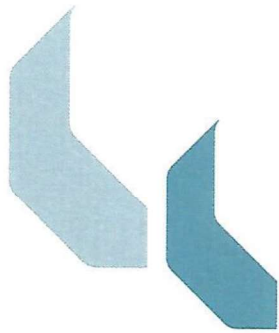
## **Apêndice II – Formações complementares**



MINISTÉRIO DO TRABALHO E DA SOLIDARIEDADE SOCIAL



INSTITUTO DE EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, I. P.



## CERTIFICADO DE APTIDÃO PROFISSIONAL

[Decretos Regulamentares n.º 26/97, de 18 de Junho e n.º 66/94, de 18 de Novembro]


Certifica-se que **DANIELA MARQUES MENDES** nascida em 1984.08.21, natural de Alvaiázere, portadora de Bilhete de Identidade n.º 12580963 emitido pelo Arquivo de Identificação de Santarém, em 2005.05.05, possui, desde 2008.05.14, competências pedagógicas para exercer a profissão de **FORMADOR (M/F)**, conforme as que são definidas no respectivo perfil profissional.



IEFP I.P.

Instituto do Emprego e Formação Profissional, entidade certificadora competente ao abrigo Decretos Regulamentares 66/94, de 18 de Novembro e 26/97 de 18 de Junho.

Lisboa, 14 de Maio de 2008

 O Subdelegado Regional

(Vitor Hugo Coelho)



## Certificado de Formação Profissional

(Dec. Reg. nº 35/2002)

**SDO Consultores – Sociedade para o Desenvolvimento das Organizações:**

Av. Eng. Duarte Pacheco, Amoreiras, Torre 1, 8º Andar Salas 3,4 e 5, 1070-101 Lisboa  
NIF: 502279443, Entidade Formadora acreditada pelo DGERI – Processo nº 2203.

Certifica-se que **Daniela Marques Mendes**, natural de Alvalázere, nascido(a) 21/08/1984, nacionalidade Portuguesa, portador(a) do Bilhete de Identificação nº 12580963, concluiu a 09/06/2008, o Curso de “Gestão de Reclamações” decorreu a 09/06/2008, com a duração total de 8 horas, tendo obtido a classificação final de **Muito Bom**, numa escala de Muito Insuficiente a Muito Bom.

Lisboa, 19 de Junho de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

  
para o Desenvolvimento  
das Organizações, S.A.  
**Dr. João Gonçalves**

**Tipo de Formação:**  
Formação presencial

**MODALIDADE DE FORMAÇÃO**  
Formação Inicial

**ÁREA DE FORMAÇÃO**  
090 – Desenvolvimento Pessoal

**DURAÇÃO TOTAL**  
8 Horas

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

- O Conceito de Reclamação como oportunidade de melhoria
- A Importância da atitude na Gestão de Reclamações
- O Modelo de Gestão de Reclamações
- Treino de boas práticas em *role-playing*

**COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS:**

- Adquirir competências e conhecimentos que potenciam a gestão de situações de insatisfação por parte de Clientes, garantindo um encaminhamento correcto e a recuperação dos seus níveis de confiança.

Certificado n.º 118:

## Certificado de Formação Profissional

(Dec. Reg. nº 35/2002)

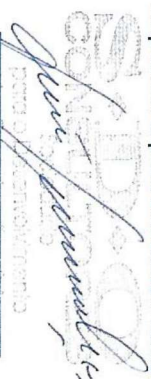
**SDO Consultores – Sociedade para o Desenvolvimento das Organizações**

Av. Eng. Duarte Pacheco, Amoreiras, Torre 1, 8º Andar Salas 3,4 e 5, 1070-101 Lisboa  
NIF: 502279443, Entidade Formadora acreditada pelo DGERT – Processo nº 2203.

Certifica-se que **Daniela Marques Mendes**, natural de Alvalázere, nascido(a) em 21/08/1984, nacionalidade Portuguesa, portador(a) do Bilhete de Identificação nº 12580963, concluiu a 06/06/2008, o Curso de “Atendimento e Venda” decorrido de 05/06/2008 a 06/06/2008, com a duração total de 16 horas, tendo obtido a classificação final de Muito Bom, numa escala de Muito Insuficiente a Muito Bom.

Lisboa, 17 de Junho de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora

  
Dr. João Gonçalves

**Tipo de Formação:**  
Formação presencial

**MODALIDADE DE FORMAÇÃO**  
Formação Inicial

**ÁREA DE FORMAÇÃO**  
341 – Comércio

**DURAÇÃO TOTAL**  
16 Horas

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

- A Importância do Serviço ao Cliente
- A Missão do Profissional MSV
- O Modelo de Atendimento MSV
- Treino de boas práticas em *role-playing*

**COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS:**

- Adquirir competências e conhecimentos que potencializam a prestação de um Serviço ao Cliente de Excelência e de acordo com o conceito específico da loja, focalizando nas técnicas de atendimento presencial.



## CERTIFICADO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Dec. Reg. Nº 35/2002

Certifica-se que DANIELA MARQUES MENDES  
natural de ALVAIZERE , nascida a  
21-08-1984, portadora do Bilhete Identidade 12580963 , emitido por  
SANTARÉM em 05-05-2005 , concluiu com aproveitamento,  
em 11-12-2009, o seguinte curso:

**Curso Europeu de Primeiros Socorros**

**500/CEPS/2009**

que decorreu de 09-12-2009 a 11-12-2009, com a duração total de 12  
horas, tendo obtido a classificação final de APROVADO.

Lisboa, 23-12-2009

O Responsável pela Entidade Formadora

**MODALIDADE DE FORMAÇÃO:** Inicial

**ÁREA DE FORMAÇÃO:** 722-Serviços de Saúde

**COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS:** Socorrista

**PLANO CURRICULAR:**

TEMAS	CEPS	HORAS
Apresentação/SIEM		0,4
Princípios Básicos/4 passos em Primeiros Socorros		0,8
Suporte Básico de Vida		3
Desfibrilhação Automática Externa		3
Hemorragias, Feridas e Queimaduras		1
Lesões na cabeça, pescoço ou costas (TCE ou TVM)		1
Lesões nos Ossos, Músculos ou Articulações		0,3
Intoxicações, Dor Pordial e Acidente Vascular Cerebral		0,5
Avaliação e encerramento		2



**DIA PORTUGAL – Supermercados**

**Sociedade Unipessoal, Lda.**

Rua Carlos Mardel, N.º 49 – 1.º, 1900-117 Lisboa

Contribuinte N.º 503 003 808

## **CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO**

(Dec. Reg. N.º 35/2002)

*Certifica-se que DANIELA MARQUES MENDES, natural de PELMA, nascido(a) a 21-08-1984, de nacionalidade PORTUGUESA, sexo FEMININO, portador(a) do B.I. N.º 12580963, emitido pelo Arquivo de Identificação de SANTAREM, em 05-05-2005, frequentou o curso de formação profissional de:*

### **PREPARAÇÃO DE PERECÍVEIS**

*que decorreu a 12-05-2010, com a duração total de 2 horas.*

*Lisboa, 12 de Maio de 2010.*

**DIA PORTUGAL Supermercados**  
Florbela Pereira 1.1ª  
Sociedade Unipessoal, Lda.  
Contribuinte N.º 503 003 808  
Coordenadora da Formação 119  
Telef 218 452 240 - Fax 218 452 241  
Rua Carlos Mardel, N.º 49-1.º  
1900-117 LISBOA



Certificado N.º OP - 1991/10



Modalidade de Formação: Contínua

Área de Formação: Industrias Alimentares

Competências Adquiridas:

- Compreender a importância dos Perecíveis para a DIA PORTUGAL;
- Conhecer os requisitos necessários para ser um bom Preparador de Perecíveis;
- Identificar os vários Tipos de Não Conformidades (Critérios de Selecção: Preparar vs Rejeitar) quer na secção das F&V, quer na secção das C&A, para poder aplicar no seu dia laboral;
- Conhecer os locais onde deve colocar os artigos perecíveis, com defeito.

### PREPARAÇÃO DE PERECÍVEIS

Estrutura Curricular/Temas:	Carga Horária/ Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Porque estamos aqui?</li><li>▪ A importância dos Perecíveis (F&amp;V + C&amp;A).</li></ul>	10 Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conhecer o Projecto dos Perecíveis (F&amp;V + C&amp;A) e qual o papel da Qualidade.</li></ul>	15 Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ O que estamos a mudar?</li></ul>	15 Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A Preparação dos Perecíveis – A sua importância;</li><li>▪ Compreender a importância do novo papel de Preparador de Perecíveis.</li></ul>	15 Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Critérios de Selecção: Preparar vs Rejeitar.</li></ul>	45 Minutos
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A Preparação de Combis de F&amp;V e Arcas Isotérmicas de C&amp;A.</li></ul>	20 Minutos

OBSERVAÇÕES: O curso não prevê nenhum processo de avaliação.



**DIA PORTUGAL – Supermercados**

**Sociedade Unipessoal, Lda.**

Rua Carlos Mardel, N.º 49 – 1.º, 1900-117 Lisboa

Contribuinte N.º 503 003 808

## **CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO**

(Dec. Reg. N.º 35/2002)

*Certifica-se que Daniela Marques Mendes, natural de Pelma, nascido(a) a 21-08-1984, de nacionalidade Portuguesa, sexo Feminino, portador(a) do B.I. N.º 12580963, emitido pelo Arquivo de Identificação de Santarém, em 05-05-2005, frequentou o curso de formação profissional de:*

### **FORMAÇÃO GESTÃO DO DESEMPENHO – AVALIADOS**

*que decorreu a 06/01/10, com a duração total de 4 Horas.*

*Lisboa, 15 de Janeiro de 2010.*

DIA PORTUGAL - Supermercados  
Sociedade Unipessoal, Lda  
Contribuinte n.º 503 003 808  
Tele 211 74 11 00 - Fax 211 74 11 10  
Coordenadora da Formação  
Rua Carlos Mardel, N.º 49-1  
1900-117 LISBOA



Certificado N.º Lx 17/2010



**Área de Formação:** Comércio

**Competências Adquiridas:**

- **Conhecimento do processo e ferramenta de Gestão de Desempenho da DIA Portugal.**
- **Como elaborar objectivos S.M.A.R.T.**
- **Aplicação da Política Salarial na avaliação do desempenho**
- **Como elaborar planos de desenvolvimento individual**
- **Principais etapas da reunião de desempenho**

**Modalidade de Formação:**

### **Formação Gestão do Desempenho – Avaliados**

**Estrutura Curricular/Temas:**

**Carga Horária/  
Horas**

#### **AVALIADOS**

Enquadramento do Processo e da Ferramenta de Gestão de Desempenho da Dia Portugal

1H

Critérios para a elaboração de Objectivos S.M.A.R.T

1.30

A Avaliação

0.45

O Plano de Desenvolvimento: Diferentes Modalidades de Desenvolvimento

0.30

Condução da Reunião Final de Ano

0.15

**OBSERVAÇÕES:** O curso não prevê nenhum processo de avaliação.



**DIA PORTUGAL – Supermercados**

**Sociedade Unipessoal, Lda.**

Rua Carlos Mardel, N.º 49 – 1.º, 1900-117 Lisboa

Contribuinte N.º 503 003 808

## **CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO**

(Dec. Reg. N.º 35/2002)

*Certifica-se que DANIELA MARQUES MENDES, natural de PELMA, nascido(a) a 21-08-1984, de nacionalidade PORTUGUESA, sexo FEMININO, portador(a) do B.I. N.º 12580963, emitido pelo Arquivo de Identificação de SANTAREM, em 05-05-2005, frequentou o curso de formação profissional de:*

### **Valores Carrefour**

*que decorreu a 18-05-2010, com a duração total de 2 horas.*

*Lisboa, 18 de Maio de 2010.*

**DIA PORTUGAL - Supermercados**  
Sociedade Unipessoal, Lda  
Contribuinte N.º 503 003 808  
Telef. 218 451 210, Fax 218 499 119  
Coordenadora da Formação  
Rua Carlos Mardel, N.º 49-1.º  
1900-117 LISBOA



Certificado N.º IG - 716/10



**Modalidade de Formação:** Contínua

**Área de Formação:** Enquadramento na Organização / Empresa

**Competências Adquiridas:**

- Identificar os novos Valores do Grupo Carrefour;
- Clarificar o que se espera de cada colaborador ao nível da relação com Clientes / Consumidores; Colaboradores / Empresa e Parceiros / Fornecedores;
- Identificar palavras e expressões que traduzam os Valores do Carrefour.

**Valores Carrefour**

<b>Estrutura Curricular/Temas:</b>	<b>Carga Horária/ Horas</b>
<b>Plano de Comunicação Novos Valores;</b>	2H
<b>O Nosso Sonho;</b>	
<b>As nossa Convicções;</b>	
<b>Os nossos Valores;</b> - Comprometidos - Atenciosos; - Positivos	
<b>Exercícios prático Valores</b>	

**OBSERVAÇÕES:** O curso não prevê nenhum processo de avaliação.

## DECLARAÇÃO

### DIA PORTUGAL - SUPERMERCADOS, SOCIEDADE UNIPESSOAL, LDA.

Para os devidos efeitos e a pedido da própria se declara que, **DANIELA MARQUES MENDES**, prestou serviço nesta Empresa entre 01 de Junho de 2009 e 06 de Novembro de 2015, tendo contrato de trabalho sem termo.

Mais se informa que a mesma exerceu funções na área do Controlo de Qualidade da Empresa. Estas mesmas funções compreendiam realização de análises internas, gravação das análises externas, auditorias de frio, limpeza e higiene, referente às instalações do armazém, verificação e controlo diário dos stocks, acompanhamento e coordenação quer do laboratório geral, quer do laboratório de perecíveis (secção de Frutas & Verduras e Carnes & Aves).

Oeiras, 21 de Julho de de 2016

DIA PORTUGAL - Supermercados  
Sociedade Unipessoal, Lda