



**Instituto Politécnico
Castelo Branco**
Escola Superior de Gestão



Relatório de Estágio

Auchan Retail Portugal S.A. - Loja de Castelo Branco

João Tati de Fátima Bungo

Nº 2023246

Orientador:

Ilda Gonçalves e Ana Ventura

Supervisor:

Professor Nuno José Martins Guerra

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova do Instituto Politécnico de Castelo Branco, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em gestão Comercial, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Nuno José Martins Guerra, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Julho, 2026

Composição do júri

Presidente do júri

Doutora Sara Margarida Isidoro Frade de Brito Filipe

Professor Adjunto, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Doutor Nuno José Martins Guerra

Professor Adjunto, Instituto politécnico de Castelo Branco

Doutor Pedro Manuel Rodrigues de Carvalho

Professor Coordenador, Instituto Politécnico de Castelo Branco

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado, com todo o meu carinho e gratidão, à minha família, que sempre esteve ao meu lado, oferecendo amor incondicional, na saúde e na doença, apoio e encorajamento em cada passo desta caminhada. Em especial aos meus pais, pela força, sacrifício e presença constante, mesmo nos momentos mais difíceis. Sem vós este percurso não teria o mesmo sentido.

Aos meus amigos, que com palavras de incentivo e gestos de amizade me ajudaram a não desistir, mesmo quando os desafios pareciam grandes demais. A vossa companhia e confiança foram fundamentais para que eu mantivesse o foco e a determinação.

Agradeço também, de forma muito especial, aos meus professores, que ao longo destes três anos compartilharam não apenas o seu conhecimento, mas também a sua dedicação e paixão pelo ensino. Cada aula, cada orientação e cada ensinamento foram pedras essenciais na construção do profissional em que hoje me torno.

A todos vocês, o meu sincero obrigado. Este relatório é fruto não só do meu esforço, mas do apoio inestimável que recebi de cada um ao longo desta jornada.

AGRADECIMENTOS

Ao alcançar o fim desta fase tão importante da minha formação em Gestão Comercial, como estudante internacional Angolano de Cabinda, é com imensa gratidão que reconheço todos que marcaram esta jornada. A Auchan Retail Portugal, loja em Castelo Branco, foi fundamental ao abrir-me as portas, permitindo uma experiência de estágio imensamente enriquecedora, onde pude unir teoria e prática, cercado por uma equipa acolhedora e dedicada.

À minha equipa, o meu sincero reconhecimento, pela colaboração, apoio constante e pela sensação de pertença desde o primeiro instante. À minha orientadora, Ilda Gonçalves, e ao professor Nuno José Martins Guerra, o meu mais profundo agradecimento. A vossa orientação, paciência e acompanhamento foram pilares na construção deste trabalho.

Não posso deixar de mencionar os meus colegas, com quem partilhei desafios, conquistas e momentos de leveza, tornando esta viagem mais motivadora. E, claro, aos meus familiares e amigos, que sempre acreditaram em mim, me escutaram nos momentos mais difíceis e me deram forças quando a vontade de desistir se aproximava.

A todos, o meu mais sincero e genuíno agradecimento.

RESUMO

O presente relatório tem como principal objetivo descrever as atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular da Licenciatura em Gestão Comercial, realizado no Grupo Auchan Retail Portugal, na loja de Castelo Branco, na área de Tecnologia e Online.

O estágio decorreu durante 12 semanas, entre os dias 23 de março e 12 de junho de 2026, proporcionando uma experiência prática enriquecedora no setor tecnológico e digital da organização, com especial enfoque no acompanhamento operacional da secção de tecnologias e no apoio aos serviços online disponibilizados pela empresa.

Ao longo deste percurso, foram desempenhadas diversas tarefas fundamentais para o funcionamento da área, nomeadamente a organização e exposição de produtos tecnológicos, gestão e controlo de stocks, análise da capacidade linear, reposição de artigos, realização de encomendas, atualização e verificação de preços, apoio ao serviço online, preparação de encomendas, bem como o atendimento e acompanhamento direto ao cliente, garantindo um serviço eficiente e orientado para a satisfação do consumidor.

O relatório evidencia ainda a importância da Auchan Retail Portugal no contexto económico e social local, destacando-se como uma referência no setor do retalho alimentar, tecnológico e digital em Portugal. A empresa tem vindo a reforçar a sua aposta na inovação, na transformação digital e na melhoria contínua da experiência do cliente, através da integração entre loja física e serviços online. Paralelamente, continua a contribuir para o desenvolvimento local através da geração de emprego, valorização de produtores regionais e participação em iniciativas de responsabilidade social.

A experiência de estágio permitiu consolidar conhecimentos adquiridos ao longo da formação académica, desenvolver competências técnicas e interpessoais, e compreender de forma mais aprofundada os desafios e estratégias associados à gestão comercial no contexto atual do retalho tecnológico e digital.

Palavras-chave

Tecnologia; Gestão de Stocks; Atendimento ao Cliente; Comércio Online; Gestão Comercial.

ABSTRACT

The purpose of this report is to describe the activities carried out during the curricular internship of the Degree in Commercial Management, undertaken at Auchan Retail Portugal, Castelo Branco store, in the Technology and Online department.

The internship lasted 12 weeks, from March 23 to June 12, 2026, providing a valuable practical experience in the technological and digital sector of the company, with a particular focus on the operational management of the technology, section and support for the online services offered by the organization.

Throughout this experience, several essential tasks were performed, including the organization and display of technological products, stock management and control, linear capacity analysis, product replenishment, order management, price verification and updating, support for online services, order preparation, as well as direct customer service and assistance, ensuring an efficient service focused on customer satisfaction.

This report also highlights the importance of Auchan Retail Portugal within the local economic and social context, as one of the leading references in the food, technology, and digital retail sector in Portugal. The company has strengthened its commitment to innovation, digital transformation, and continuous improvement of customer experience through the integration of physical stores and online services. In addition, it contributes to local development by creating employment opportunities, supporting regional producers, and participating in social responsibility initiatives.

This internship experience allowed the consolidation of academic knowledge, the development of technical and interpersonal skills, and a deeper understanding of the challenges and strategies associated with commercial management in the current technological and digital retail environment

Keywords

Technology; Stock Management; Customer Service; Online Commerce; Commercial Management.

ÍNDICE

Dedicatória.....	V
Agradecimentos	VII
Resumo	IX
Abstract.....	XI
Índice.....	XIII
Índice de figuras.....	XV
1 Introdução.....	1
2 Fundamentação Teórica	3
2.1 Compra e Aquisições.....	3
2.1.1 Gestão de stocks.....	3
2.2 Organização das gôndolas	4
2.2.1 Topos de gôndolas	4
2.3 Implementação de produtos em prateleiras e planogramas	5
3 Caracterização da Entidade Acolhedora	7
3.1 Informação sobre o Estágio	8
3.2 Objetivos do Estágio.....	8
3.3 Apresentação da Entidade Acolhedora.....	11
3.3.1 Breve História.....	11
3.3.2 A loja Auchan Retail Portugal, S.A. Em Castelo Branco	12
3.3.3 Estrutura Hierárquica da Auchan.....	13
3.3.4 Missão, visão e valores	13
3.3.5 o logótipo da auchan retail portugal.....	14
3.3.6 Caracterização da atividade da auchan	14
3.3.7 Caracterização dos recursos humanos	15
4 Atividades desenvolvidas.....	17
4.1 Atividades Desenvolvidas no Universo Tecnológico.....	17
4.2 Atividades Desenvolvidas no Serviço Online	19
5 Apreciação crítica	23
5.1.1 Integração na organização	23
5.1.2 Relações profissionais.....	23
5.1.3 Relação entre a teoria e a prática.....	23
5.1.4 Aquisição de competências.....	24

Conclusão	25
Referências Bibliográficas	27
Anexos	29

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Estrutura da Auchan Holding	7
Ilustração 2 - Estratégia de internacionalização.	12
Ilustração 3 - Organigrama da loja auchan em castelo branco.	13
Ilustração 4 - Logótipo da auchan retail portugal.....	14
Ilustração 5 -Universo Tecnológico da Loja Auchan Castelo Branco.....	18
Ilustração 6 - Plataforma OMS utilizada no serviço online.	20

1 INTRODUÇÃO

O presente estágio curricular insere-se no atual plano de estudos da Licenciatura de Gestão Comercial, lecionada na Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova., pertencente ao Instituto Politécnico de Castelo Branco. O estágio decorreu durante o período definido no plano curricular do curso, tendo como principal objetivo proporcionar o contacto direto do estagiário João Tati de F. Bungo com o contexto empresarial e permitir a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo da formação académica.

O estágio teve lugar na entidade acolhedora Auchan Retail Portugal S.A. situada em Castelo Branco, tendo tido a duração de três meses, no período compreendido entre 23 de Março e 12 de Junho de 2026.

O presente relatório visa apresentar alguns dos aspetos relacionados com as atividades desenvolvidas durante o estágio, pelo estudante João Tati de F. Bungo, do curso de Licenciatura em Gestão Comercial.

O processo de escolha da empresa foi bastante preciso tendo em conta que o estagiário sempre idealizou estar numa empresa que agrupa todos os formatos de retalho, por ser uma empresa com forte presença no mercado, e porque se tratar de uma empresa inovadora e de dimensão internacional.

Ao longo do estágio, o estagiário desenvolveu atividades no universo tecnológico da loja, e no serviço online.

O estágio curricular teve como principal objetivo aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da licenciatura em contexto profissional, permitindo desenvolver competências técnicas e pessoais relacionadas com a área da Gestão Comercial.

Como objetivos específicos destacam-se:

- compreender o funcionamento interno de uma grande superfície comercial;
- desenvolver competências na área da gestão de stocks e organização comercial;
- participar nas atividades operacionais da empresa;
- adquirir experiência profissional em ambiente real de trabalho;
- melhorar competências de comunicação, autonomia, responsabilidade e trabalho em equipa

O estágio permitiu ainda fortalecer a ligação entre a formação académica e a prática profissional, contribuindo significativamente para o desenvolvimento pessoal e profissional do estagiário.

O presente relatório encontra-se estruturado em 6 partes, estando a primeira relacionada com a Introdução, onde se apresenta o enquadramento do estágio, os seus objetivos e a organização do relatório.

Na segunda parte é apresentada a fundamentação teórica, abordando os principais conceitos relacionados com a gestão comercial e com as atividades desenvolvidas durante o estágio.

A terceira refere-se à caracterização da entidade acolhedora, onde é apresentada a Auchan Retail Portugal, S.A., bem como a sua história, estrutura organizacional, missão, visão, valores e atividade.

Na quarta parte descrevem-se as atividades que foram desenvolvidas ao longo do estágio curricular.

Segue-se a apreciação crítica, onde se apresenta uma reflexão crítica sobre a experiência vivida.

Por fim, surge a conclusão onde são apresentadas as principais aprendizagens adquiridas e os contributos do estágio para a formação académica e profissional do estagiário.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao longo dos anos, surgiram diversas tipologias de lojas para refletir as mudanças no comportamento do consumidor e na organização do espaço comercial. Prata e Brito (2019), definem hipermercados como estabelecimentos de livre-serviço com área de vendas igual ou superior a 2 500 m², que vendem produtos alimentares e não alimentares — critério que a Auchan satisfaz plenamente.

Levy e Weitz (2021) acrescentam que esses espaços devem oferecer pelo menos 40000 itens distintos em corredores amplos, enfatizando a variedade de sortimento e a conveniência.

Gonçalves e Ribeiro (2022) mostram que, entre 2021 e 2022, 65% dos hipermercados em Portugal já eram “omnicanal”, com quiosques “click & collect” e apps de scan-&-go e por fim a APED (2024) revela que, em 2023, o canal hipermercado respondeu por 32 % das vendas de Produtos de Grande Consumo em Portugal, consolidando seu papel estratégico, especialmente em regiões de porte médio-grande como Castelo Branco.

2.1 COMPRA E AQUISIÇÕES

A compra e aquisição de produtos consta entre as atividades mais cruciais de uma empresa, pois é através desse processo que se oferece aos clientes uma variedade de itens capaz de atender às suas necessidades. É fundamental que se saiba o que comprar e como comprar para que a empresa tenha sucesso.

Carvalho (2004) destaca a compra como um pilar central na cadeia de abastecimento. Apesar dos seus primeiros vínculos estarem relacionados com as áreas de produção e marketing, num modelo integrado de valor, a aquisição de bens mantém estreita ligação tanto com as negociações comerciais quanto com a logística de suprimentos, evidenciando seu papel fundamental no abastecimento.

Na visão de Prata e Brito (2019), ainda que as operações da cadeia de abastecimento acarretem custos elevados para o setor retalhista, elas são imprescindíveis para a execução diária das estratégias empresariais e para assegurar que os produtos alcancem efetivamente o consumidor final.

2.1.1 GESTÃO DE STOCKS

De acordo com Chopra e Meindl (2019), a gestão de stocks consiste no equilíbrio entre níveis de inventário e custos de armazenagem, utilizando modelos como o Lote Económico de Encomenda (EOQ) e a definição de stocks de segurança para assegurar a continuidade do serviço criar excessos que onerem a operação.

2.2 ORGANIZAÇÃO DAS GÔNDOLAS

Para garantir uma exposição eficiente dos produtos, é fundamental estruturar o espaço em gôndola considerando critérios de visibilidade, ergonomia e sinergias entre categorias (Prata & Brito, 2019). Os principais aspectos a definir são:

- Posicionamento e visibilidade – Importa determinar em que zona da loja cada categoria será instalada, privilegiando áreas de maior fluxo para produtos de alto giro. Por outro lado, deve decidir-se se a implantação será vertical (todas as variantes de uma marca empilhadas) ou horizontal (marcas distribuídas ao longo do corredor), de acordo com o comportamento de compra do cliente.
- Cross-selling e categorias adjacentes – Devem ser colocadas categorias complementares lado a lado (por exemplo, snacks junto a refrigerantes) para estimular compras adicionais e efetuar o mapeamento de “vizinhanças” estratégicas que facilitem o percurso do consumidor e aumentem o ticket médio.
- Dimensionamento do espaço – Devem ser definidos o número de metros quadrados ou metros lineares que cada categoria receberá, com base na rotatividade e na margem de contribuição e distribuir o “share-of-shelf” de cada marca segundo o seu desempenho de vendas, estabelecendo o número ideal de facings para cada SKU.
- Ergonomia e acessibilidade – Será necessário reservar as prateleiras na altura média de alcance (0,90 – 1,60 m) para os produtos de maior procura. Destinar a prateleira superior em gôndolas altas apenas para reposição, itens de exposição ou decoração temática, evitando frustrar a maioria dos clientes, já que a altura média das portuguesas é de cerca de 1,63 m (Prata & Brito, 2019). Por fim, nos equipamentos verticais ou arcas congeladoras, deve-se controlar a profundidade para que os produtos não fiquem inacessíveis.
- Repetição e comunicação visual – Devem utilizar-se facings extras nas gôndolas para reforçar a presença dos itens mais vendidos. Por outro lado, devem ser utilizados elementos visuais — como wobblers, bandeiras ou adesivos de piso para destacar promoções e facilitar a orientação do consumidor.

Ao seguir essas diretrizes, o retalhista assegura melhor aproveitamento do espaço, promove a descoberta de produtos e oferece uma experiência de compra mais fluida e ergonômica.

2.2.1 TOPOS DE GÔNDOLAS

Os topos de gôndolas, também chamados de ilhas promocionais, são uma ferramenta essencial de merchandising no ponto de venda, com papel estratégico

na promoção e aumento das vendas (Prata & Brito, 2019). A sua eficácia baseia-se em dois fatores principais:

- **Integração com ações promocionais** – São comumente utilizados junto a outras iniciativas como brindes, embalagens combinadas (banded packs), vales de desconto, concursos e animações no ponto de venda. Essa combinação reforça o impacto das promoções e torna o produto mais visível e acessível.
- **Associação automática a benefícios** – Mesmo sem promoção explícita, os consumidores tendem a associar os produtos expostos nesses locais a vantagens adicionais, devido à familiaridade com esse tipo de exposição como ponto de ofertas. Isso gera uma resposta automática de atração e valor percebido.

Além disso, a localização estratégica, situada geralmente nas extremidades dos corredores ou em áreas de grande tráfego, aumenta a visibilidade e favorece compras por impulso. Deste modo, os topos de gôndolas atuam como pontos-chave de ativação de marcas, lançamento de produtos e incremento de vendas, integrando-se à gestão de categorias e à experiência de compra.

2.3 IMPLEMENTAÇÃO DE PRODUTOS EM PRATELEIRAS E PLANOGRAMAS

De acordo com Marinho, (2001), especialista em varejo e merchandising, a implementação eficaz de produtos nas prateleiras é essencial para comunicar a estratégia comercial aos colaboradores e melhorar a experiência do cliente. Para esse fim, são utilizados os planogramas, representações gráficas que indicam a organização dos produtos nas prateleiras.

Marinho destaca que os planogramas devem incluir critérios claros de implantação do produto que geralmente se dividem em dois tipos principais:

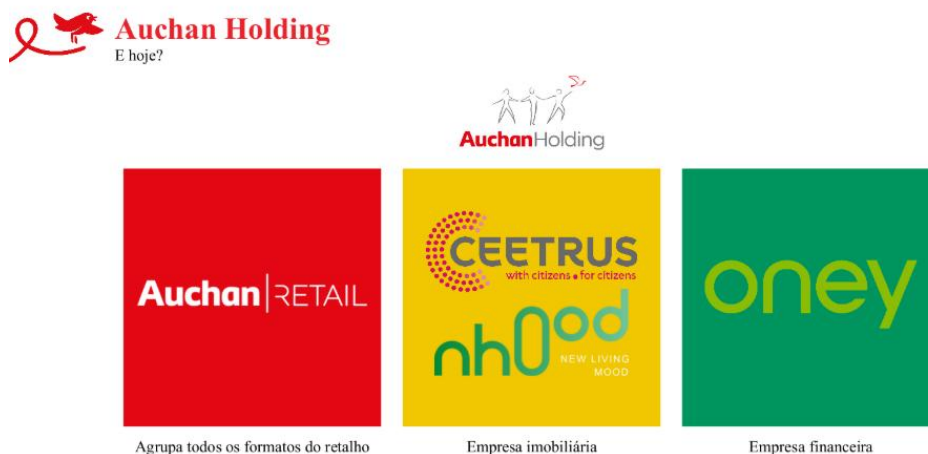
- **Visualização horizontal:** agrupa os produtos em blocos ou por categorias, facilitando a comparação e as compras cruzadas, uando uma categoria ou um produto está disposto ao longo de uma prateleira.
- **Visualização vertical:** organiza os produtos por altura, posicionando os itens mais estratégicos ao nível dos olhos, nde a mesma categoria ou produto é distribuído por todas as prateleiras, de cima para baixo

3 CARACTERIZAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA

A Auchan Retail Portugal, S.A. atua no setor do comércio e distribuição alimentar, desenvolvendo atividades relacionadas com venda de produtos alimentares, tecnologia, eletrodomésticos, saúde, Bem-estar e diversos serviços complementares. É uma das principais empresas de distribuição do país, com uma trajetória marcada pela inovação e crescimento sustentado.

A Auchan Retail Portugal, S.A. faz parte do grupo Auchan Holding, que está estruturado em três empresas autónomas com negócios complementares. Sendo ela uma das principais empresas de distribuição do país, com uma trajetória marcada pela inovação e crescimento sustentado.

- Auchan Retail: dedicada ao retalho, oferece aos seus clientes uma experiência de compra "phygital", combinando lojas físicas com um ecossistema digital e produtos exclusivos, de qualidade ao melhor preço.
- O Oney: uma empresa financeira especializada em pagamentos, projeta e implementa soluções inovadoras de pagamento e serviços financeiros.
- O Ceetrus: empresa imobiliária que gere, anima, desenvolve e transforma locais existentes em novos espaços de habitação.



Auchan

ILUSTRAÇÃO 1 - ESTRUTURA DA AUCHAN HOLDING

3.1 INFORMAÇÃO SOBRE O ESTÁGIO

O estágio curricular foi realizado no âmbito da Licenciatura em Gestão Comercial da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, do Instituto Politécnico de Castelo Branco, constituindo uma componente fundamental da formação académica, ao permitir a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

O estágio decorreu entre 23 de março e 12 de junho de 2026, correspondendo a um período de 12 semanas, tendo sido desenvolvido na Auchan Retail Portugal, S.A. – Loja de Castelo Branco, localizada na cidade de Castelo Branco. Durante este período, as atividades foram desenvolvidas na área do Universo Tecnológico e Online, abrangendo os mercados de Informática, Telecomunicações, Áudio e Imagem, Pequeno Doméstico e Grande Doméstico.

A orientação na entidade acolhedora esteve a cargo das colaboradoras Ilda Gonçalves e Ana Ventura, responsáveis pelo acompanhamento das atividades desenvolvidas e pela integração do estagiário na organização. A supervisão académica foi assegurada pelo Professor Doutor Nuno José Martins Guerra, docente da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, responsável pelo acompanhamento científico e pedagógico do estágio e pela orientação da elaboração do presente relatório.

Ao longo do estágio foi possível participar nas atividades operacionais da secção tecnológica, desenvolvendo competências nas áreas da gestão comercial, gestão de stocks, organização de produtos, reposição, implementação de planogramas, atualização de etiquetas e preços, organização do armazém e apoio ao serviço prestado aos clientes, contribuindo para o funcionamento eficiente da loja.

3.2 OBJETIVOS DO ESTÁGIO

O estágio curricular teve como principal objetivo proporcionar a integração do estudante num contexto empresarial real, permitindo consolidar e aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura em Gestão Comercial, através da participação ativa nas diversas atividades desenvolvidas pela Auchan Retail Portugal.

Entre os objetivos específicos definidos para o estágio destacam-se:

- Compreender o funcionamento e a organização de uma grande superfície comercial;
- Aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos durante a licenciatura em contexto profissional;

- Desenvolver competências na gestão de stocks, organização comercial e merchandising;
- Participar nos processos de reposição, implementação de produtos e controlo de preços;
- Desenvolver capacidades de comunicação, relacionamento interpessoal e atendimento ao cliente;
- Adquirir autonomia, sentido de responsabilidade e capacidade de trabalho em equipa;
- Conhecer os procedimentos operacionais da área tecnológica e dos serviços online da organização.

A concretização destes objetivos permitiu estabelecer uma ligação efetiva entre a formação académica e a realidade empresarial, contribuindo para o desenvolvimento de competências técnicas, organizacionais e pessoais fundamentais para o exercício futuro da profissão na área da Gestão Comercial.

3.3 APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA

3.3.1 BREVE HISTÓRIA

A Auchan Retail Portugal, S.A. foi criada em julho de 1961 pela mão de Gérard Mulliez. O fundador, na época com apenas 29 anos, inaugurou o seu primeiro supermercado com 600 m² no distrito de Hauts-Champs, cidade onde nasceu. A designação da empresa deriva de uma adaptação do nome do distrito de Hauts-Champs. Foi a evolução deste conceito que permitiu a abertura do primeiro hipermercado em 1967, em Roncq, no norte de França.

Em 1977, foi lançado em França o sistema de acionistas denominado VALAUCHAN, permitindo a cada trabalhador deter ações da empresa e tornar-se coproprietário da mesma. Posteriormente, o sistema foi alargado a outros países onde a Auchan passou a operar.

Em Portugal, o sistema surgiu em 1999, tendo posteriormente evoluído para o atual sistema VALPORTUGAL, implementado em 2016. O objetivo deste sistema consistia em valorizar o empenho e a participação de cada colaborador no sucesso da empresa, promovendo igualmente a partilha de resultados e permitindo a construção, a longo prazo, de um ativo de poupança individual.

O primeiro logotipo surgiu em 1967, mas apenas em 1983 se tornou oficialmente o símbolo representativo da empresa.

Na década de 1990 registou-se um período de forte crescimento, fortalecendo a posição da empresa em França através da aquisição de outras insígnias, expandindo-se para vários países europeus e abrindo as primeiras lojas na China.

Em 1996, a Auchan entrou em Portugal através da aquisição do grupo Pão de Açúcar, detentor das marcas Jumbo e Pão de Açúcar.

Em 2019, as marcas Pão de Açúcar e Jumbo passaram oficialmente a utilizar a marca Auchan, unificando todos os formatos comerciais existentes em Portugal.

No dia 3 de agosto de 2023, a Auchan adquiriu toda a operação do grupo DIA Portugal, detentor da cadeia Mini Preço. Esta decisão resultou da estratégia de crescimento e reforço da presença da empresa no mercado português.

Esta aquisição reforçou significativamente a posição da empresa no formato de proximidade, bem como o valor da sua quota de mercado.

Em 2025, a Auchan Portugal encerrou o ano fiscal com receitas de aproximadamente 32,34 mil milhões de euros, representando um crescimento de cerca de 2,1% face ao ano anterior. Em Portugal, a empresa continuou a destacar-se como um dos mercados mais dinâmicos do grupo, registando receitas na ordem dos 2,63 mil milhões de euros.

Este crescimento foi impulsionado pela consolidação da integração das 481 lojas adquiridas ao Grupo DIA, reforçando a posição da Auchan como uma das

maiores redes de retalho do país em número de pontos de venda, alcançando uma quota de mercado estimada em cerca de 12,3%.

Auchan Retail Portugal, S.A. é composta por mais de:

- Mais de 270 lojas próprias.
- formatos de loja: Hiper, Super e Proximidade
- 2 My Auchan
- Saúde e Bem-estar.
- Mais de 300 lojas franchisadas Mais de 29 gasolinhas
- Mais de 11 mil colaboradores

No que diz respeito à sua estratégia de internacionalização, a Auchan contava, em 2024, com 2.354 lojas em 12 países, localizadas na Europa (França, Espanha, Hungria, Luxemburgo, Romênia, Portugal, Polónia, Rússia, Ucrânia), Ásia (Tajiquistão) e África (Senegal, Costa do Marfim) (Ilustração 2).



ILUSTRAÇÃO 2 - ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO.

3.3.2 A LOJA AUCHAN RETAIL PORTUGAL, S.A. EM CASTELO BRANCO

O primeiro hipermercado Jumbo em Castelo Branco foi fundada em 1 de dezembro do ano de 1991 encontra-se inserida na região da Beira Interior , em 12 de setembro de 2019 foi oficialmente rebatizada de Auchan, quando toda a rede Jumbo em Portugal adotou a nova insígnia.

Atualmente a Auchan Retail Portugal de Castelo Branco conta com mais de 300 colaboradores e tem como missão acolher e servir os Clientes em cada ponto de contato e ir ao encontro dos habitantes pela proximidade e através do canal digital

3.3.3 ESTRUTURA HIERÁRQUICA DA AUCHAN

Apresenta-se de seguida o organigrama da loja Auchan de Castelo Branco (Ilustração 3).

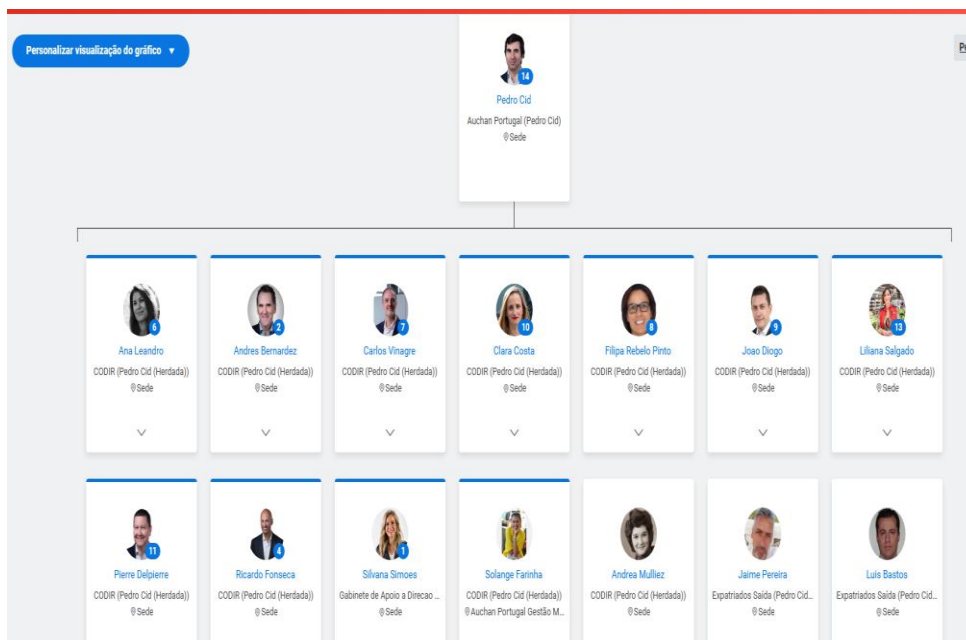


ILUSTRAÇÃO 3 - ORGANIGRAMA DA LOJA AUCHAN EM CASTELO BRANCO.

3.3.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Apresentam-se de seguida a Missão, a Visão e os Valores da Auchan Retail de Portugal.

- **A missão** consiste em tornar produtos e serviços alimentares saudáveis e ecológicos acessíveis ao maior número possível de pessoas.
- **A visão** da empresa centra-se em “alimentar uma vida melhor e preservar o planeta”, demonstrando preocupação com a sustentabilidade e responsabilidade social.
- **Valores:** Confiança, Abertura e Excelência

3.3.5 O LOGÓTIPO DA AUCHAN RETAIL PORTUGAL

O logótipo da Auchan constitui um dos principais elementos da identidade visual da empresa. O pássaro estilizado simboliza proximidade, liberdade e dinamismo, enquanto a cor vermelha reforça os valores de confiança, energia e inovação associados à marca. A sua utilização consistente contribui para o reconhecimento da Auchan no mercado e para a consolidação da sua imagem institucional (Ilustração 4).



ILUSTRAÇÃO 4 - LOGÓTIPO DA AUCHAN RETAIL PORTUGAL.

3.3.6 CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE DA AUCHAN

A Loja Auchan Retail Portugal, S.A. desenvolve a sua atividade no setor do comércio e distribuição a retalho, comercializando uma vasta gama de produtos alimentares e não alimentares. A empresa disponibiliza aos seus clientes uma oferta diversificada que inclui produtos alimentares frescos e embalados, produtos de higiene e limpeza, vestuário, artigos para o lar, saúde e bem-estar, eletrodomésticos, tecnologia, informática, telecomunicações, áudio e imagem, bem como diversos serviços complementares, como combustível, soluções financeiras através da Oney, comércio eletrónico e serviço Click & Collect.

A empresa distingue-se pela sua estratégia omnicanal, integrando os canais físico e digital, permitindo aos clientes realizar compras tanto nas lojas como através da plataforma online, proporcionando uma experiência de compra mais cómoda, rápida e adaptada às necessidades atuais dos consumidores.

A Auchan Retail Portugal é uma das maiores empresas do setor da distribuição em Portugal, contando com centenas de lojas distribuídas por todo o território nacional, entre hipermercados, supermercados e lojas de proximidade. A

organização emprega mais de 11 000 colaboradores e continua a reforçar a sua presença no mercado nacional através da expansão da sua rede comercial, da modernização das lojas e do investimento contínuo na inovação tecnológica e digital.

No âmbito do estágio curricular, as atividades foram desenvolvidas no Universo Tecnológico da loja Auchan de Castelo Branco, envolvendo os mercados de Informática, Telecomunicações, Áudio e Imagem, Pequeno Doméstico e Grande Doméstico. Durante este período foram executadas tarefas relacionadas com a gestão de stocks, reposição de mercadorias, organização e implementação de produtos nas prateleiras, aplicação e substituição de etiquetas técnicas e de gôndola, controlo de preços, organização do armazém e apoio às operações comerciais da secção tecnológica. Estas atividades permitiram compreender o funcionamento operacional de uma grande superfície comercial e aplicar, em contexto real, os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Gestão Comercial.

3.3.7 CARACTERIZAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS

A Auchan Retail Portugal atribui uma importância estratégica aos seus recursos humanos, considerando os colaboradores um dos principais fatores para o sucesso da organização. A empresa investe continuamente na formação, no desenvolvimento profissional e na valorização das competências dos seus trabalhadores, promovendo um ambiente de trabalho colaborativo, inclusivo e orientado para a satisfação do cliente.

Atualmente, a Auchan Retail Portugal conta com mais de 11 000 colaboradores distribuídos pelas diversas lojas, plataformas logísticas e serviços de apoio existentes em Portugal. Na loja de Castelo Branco, onde decorreu o estágio curricular, exercem funções mais de 300 colaboradores, distribuídos pelas diferentes secções comerciais e áreas de suporte da organização.

A distribuição dos trabalhadores é efetuada de acordo com as necessidades operacionais da empresa, existindo colaboradores afetos às áreas alimentar e não alimentar, caixas, atendimento ao cliente, logística, receção de mercadorias, reposição, Universo Tecnológico, administração, recursos humanos, segurança e manutenção. Cada departamento possui responsáveis de secção que coordenam as equipas, assegurando o cumprimento dos objetivos comerciais e operacionais.

Relativamente às habilitações literárias, a empresa integra profissionais com diferentes níveis de formação, desde o ensino secundário até ao ensino superior, privilegiando igualmente a formação contínua e o desenvolvimento das competências técnicas e comportamentais dos seus colaboradores. Durante o período de estágio foi possível observar a participação frequente dos trabalhadores

em ações de formação relacionadas com procedimentos internos, atendimento ao cliente, segurança no trabalho e utilização de novas ferramentas de gestão comercial.

No que respeita à antiguidade, a Auchan apresenta uma equipa composta por colaboradores com vários anos de experiência, que coexistem com trabalhadores recentemente integrados. Esta combinação permite conciliar a experiência profissional dos colaboradores mais antigos com novas competências e métodos de trabalho, promovendo um ambiente favorável à aprendizagem, à cooperação e à melhoria contínua dos processos organizacionais.

Durante o estágio foi possível verificar a forte cultura de trabalho em equipa existente na organização, bem como a disponibilidade dos colaboradores para apoiar os novos elementos, contribuindo para uma integração rápida e para o desenvolvimento das competências necessárias ao desempenho das funções atribuídas.

4 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O presente capítulo visa apresentar as respectivas atividades e tarefas desenvolvidas ao longo o estágio.

O estágio curricular decorreu na Auchan Retail Portugal, S.A., Loja de Castelo Branco, durante o período compreendido entre 23 de março e 12 de junho de 2026, integrado na Licenciatura em Gestão Comercial da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova. O estágio foi desenvolvido em duas áreas complementares da organização: o Universo Tecnológico e o serviço Online, permitindo um contacto direto com diferentes processos operacionais da Auchan Retail Portugal. No Universo Tecnológico, as atividades incidiram sobretudo na organização e reposição de produtos, gestão de stocks, implementação de artigos nas prateleiras, atualização de etiquetas técnicas e de gôndola, controlo de preços e organização do armazém.

Paralelamente, na área Online, foram desenvolvidas tarefas relacionadas com a preparação de encomendas efetuadas pelos clientes através da plataforma digital da empresa OMS, verificação da disponibilidade dos artigos, separação e acondicionamento dos produtos, bem como o apoio ao processo de entrega das encomendas, garantindo o cumprimento dos padrões de qualidade e dos prazos definidos pela organização. Estas atividades proporcionaram uma visão mais abrangente da estratégia omnicanal da Auchan, permitindo compreender a integração entre a loja física e os serviços digitais disponibilizados aos clientes.

4.1 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO UNIVERSO TECNOLÓGICO

Uma das principais atividades desenvolvidas durante o estágio consistiu na organização e implementação dos produtos nas diferentes secções do Universo Tecnológico. Esta tarefa incluía a reposição de mercadorias nas prateleiras, reorganização dos lineares, implementação de novos artigos, reorganização dos produtos de acordo com os planogramas definidos pela empresa e manutenção da correta apresentação das gôndolas.

Sempre que chegavam novas mercadorias provenientes do armazém, era efetuada a conferência dos produtos, seguida da sua implementação nas respetivas prateleiras, respeitando critérios de organização de esquerda para direita, categoria, marca, dimensão e preço. Paralelamente, era realizada a reposição dos produtos em rotura, garantindo que os clientes encontrassem os artigos disponíveis de forma numeradas os stocks dos artigos em exposição durante todo o horário de funcionamento da loja.

Esta atividade exigia uma observação constante dos níveis de stock existentes na área de venda e uma permanente colaboração com os restantes colaboradores

da secção, contribuindo para manter um espaço comercial organizado, limpo e apelativo (Ilustração 5).



ILUSTRAÇÃO 5 -UNIVERSO TECNOLÓGICO DA LOJA AUCHAN CASTELO BRANCO.

Ferramentas utilizadas

- Sistema SÍRIOS interno de gestão da Auchan;
- Planogramas;
- Etiquetas técnicas e etiquetas de gôndola;
- Porta-paletes e equipamentos de movimentação de mercadorias, teoura e estilete.

O meu contributo consistiu na organização diária das prateleiras, implementação de novos produtos, reposição de artigos, reorganização dos lineares e apoio na manutenção da imagem comercial da secção tecnológica.

Esta atividade permitiu melhorar a disponibilidade dos produtos para os clientes, contribuir para uma exposição mais organizada dos artigos e desenvolver competências relacionadas com merchandising, organização comercial e gestão operacional do ponto de venda.

Inicialmente foi necessário adquirir conhecimento sobre a localização dos produtos e compreender a organização dos diferentes mercados tecnológicos. Com o acompanhamento da equipa e a experiência adquirida ao longo do estágio, estas dificuldades foram progressivamente ultrapassadas.

Esta atividade permitiu aplicar conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares de Gestão Comercial, Merchandising, Marketing Comercial e Gestão de Stocks, consolidando competências relacionadas com a organização do espaço de venda, comportamento do consumidor e gestão operacional do retalho.

Resumo das principais atividades realizadas:

- Aplicação e substituição de etiquetas técnicas;
- Gestão de stocks;
- Controlo de preços;
- Organização do armazém;
- Implementação de planogramas;
- Gestão de artigos em rotura;
- Encomendas e pedidos ao armazém;
- Organização dos mercados de Informática, Telecomunicações, Áudio e Imagem e Pequeno/Grande Doméstico.

4.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO SERVIÇO ONLINE

Objetivo da atividade

A preparação de encomendas online teve como principal objetivo garantir que todos os produtos solicitados pelos clientes através da plataforma digital da Auchan fossem corretamente separados, conferidos e preparados para entrega, assegurando elevados padrões de qualidade, rigor e eficiência.

Descrição da atividade

Durante o estágio, uma das atividades desenvolvidas consistiu no apoio ao serviço Online da Auchan Retail Portugal, através da preparação das encomendas efetuadas pelos clientes na plataforma digital OMS da empresa. Esta tarefa iniciava-se com a receção da lista de produtos solicitados, sendo posteriormente efetuada a recolha dos artigos nas diferentes secções da loja.

Ao longo deste processo era essencial confirmar a referência, quantidade, marca, características e estado de conservação de cada produto, garantindo que todos os artigos correspondiam exatamente ao pedido realizado pelo cliente. Sempre que algum produto se encontrava indisponível, era comunicada essa situação ao responsável da secção, procedendo-se à procura de alternativas autorizadas ou à atualização do sistema, de acordo com os procedimentos internos da empresa.

Após a recolha dos produtos, as encomendas eram cuidadosamente organizadas e acondicionadas, respeitando a separação entre produtos alimentares, produtos de limpeza, artigos tecnológicos e restantes mercadorias, e eram conservados por categorias que são Congelados e refrigerados assegurando a conservação e integridade dos produtos até ao momento da entrega. Que também está dividida por Encomenda ao Domicílio, Drive, Glovo e Hd (Ilustração 6).

Esta atividade exigia rapidez, organização, atenção ao detalhe e um elevado sentido de responsabilidade, uma vez que qualquer erro na preparação poderia comprometer a satisfação do cliente e a qualidade do serviço prestado.

ENCOMENDA	ESTADO	VAR.	LINHAS ENC.	LINHAS PREPARADAS	ARTIGOS	ROTA	PREPARAÇÃO
25-05-2026 07:00 - 09:00 Castelo Branco - Normal Total de Encomendas: 5							
ONL202605250001	Preparado	1	10	10	17	—	100%
ONL202605250002	Preparado	1	24	24	35	—	100%
ONL202605250003	Preparado	1	42	42	105	—	100%
ONL202605250004	Preparado	1	36	36	125	—	100%
ONL202605250005	Em preparação	1	8	3	14	—	38%
25-05-2026 09:00 - 11:00 Castelo Branco - Recolha Total de Encomendas: 3							
ONL202605250006	Preparado	1	6	6	12	—	100%
ONL202605250007	Em preparação	1	18	9	27	—	50%
ONL202605250008	Em preparação	1	9	2	16	—	22%
25-05-2026 11:00 - 13:00 Castelo Branco - Normal Total de Encomendas: 2							
ONL202605250009	Em preparação	1	15	4	22	—	27%
ONL202605250010	Em preparação	1	7	1	11	—	14%
25-05-2026 13:00 - 15:00 Castelo Branco - Drive Total de Encomendas: 0							
ENCOMENDA	ESTADO	VAR.	LINHAS ENC.	LINHAS PREPARADAS	ARTIGOS	ROTA	PREPARAÇÃO
Não existem encomendas para este período.							

Última atualização: 25/05/2026 08:45 | Total de encomendas: 10

ILUSTRAÇÃO 6 - PLATAFORMA OMS UTILIZADA NO SERVIÇO ONLINE.

Ferramentas utilizadas

- Plataforma interna de gestão das encomendas Online;
- Leitor de códigos de barras;
- Equipamentos de transporte interno;
- Carrinhos de preparação de encomendas;
- Sistema informático de gestão de stocks.

O meu contributo consistiu na preparação diária das encomendas online, conferência dos artigos, organização das mercadorias, verificação da disponibilidade dos produtos e colaboração com a equipa responsável pelo serviço digital da loja, contribuindo para que as encomendas fossem entregues dentro dos prazos estabelecidos.

A participação nesta atividade permitiu desenvolver competências de organização, gestão do tempo, trabalho sob pressão, atenção ao detalhe e capacidade de resolução de problemas, contribuindo simultaneamente para a melhoria da eficiência operacional do serviço Online.

Inicialmente, a principal dificuldade consistiu na rápida identificação da localização de alguns produtos nas diferentes secções da loja e na utilização do sistema interno de preparação das encomendas. Com o acompanhamento da equipa e a prática diária, estas dificuldades foram progressivamente ultrapassadas.

Esta atividade permitiu aplicar conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares de Gestão Comercial, Logística, Gestão de Stocks, Marketing e Comércio Eletrónico, permitindo compreender a importância da integração entre os canais físico e digital na estratégia omnicanal da Auchan Retail Portugal.

Resumo das principais atividades realizadas:

1. Organização e implementação de produtos;
2. Aplicação de etiquetas técnicas;
3. Etiquetas de gôndola;
4. Gestão de stocks;
5. Organização do armazém;
6. Controlo de preços;

7. Gestão de artigos em rotura;
8. Preparação de encomendas Online (*Picking*);
9. Serviço Click & Collect e apoio ao cliente;
10. Organização dos mercados de Informática, Telecomunicações, Áudio e Imagem, Pequeno e Grande Doméstico.

5 APRECIÇÃO CRÍTICA

O estágio curricular realizado na Auchan Retail Portugal, S.A., Loja de Castelo Branco, constituiu uma etapa fundamental da minha formação académica e do meu desenvolvimento profissional. Ao longo das doze semanas de estágio tive a oportunidade de aplicar, em contexto real de trabalho, os conhecimentos adquiridos durante a Licenciatura em Gestão Comercial, bem como desenvolver novas competências técnicas, organizacionais e interpessoais.

5.1.1 INTEGRAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO

A integração na empresa decorreu de forma bastante positiva desde o primeiro dia de estágio. Fui recebido pela equipa do Universo Tecnológico e pelas orientadoras de estágio, que me apresentaram a estrutura da loja, os diferentes mercados existentes, as normas internas e os procedimentos de trabalho. Este processo de acolhimento facilitou a minha adaptação ao ambiente profissional e permitiu que rapidamente me sentisse integrado na organização.

Ao longo do estágio recebi sempre apoio por parte dos colaboradores, que se mostraram disponíveis para esclarecer dúvidas, transmitir conhecimentos e acompanhar a execução das diversas tarefas. Este espírito de cooperação contribuiu significativamente para a minha aprendizagem e para a realização das atividades com maior confiança e autonomia.

5.1.2 RELAÇÕES PROFISSIONAIS

As relações estabelecidas com os colegas e responsáveis da empresa foram marcadas pelo respeito, colaboração e espírito de equipa. A comunicação entre todos os colaboradores revelou-se fundamental para assegurar o bom funcionamento das atividades diárias, sobretudo nos períodos de maior afluência de clientes e nas operações de reposição de mercadorias.

O trabalho em equipa permitiu-me compreender a importância da cooperação entre os diferentes departamentos da loja, bem como desenvolver competências de comunicação, responsabilidade e capacidade de adaptação a diferentes situações de trabalho.

5.1.3 RELAÇÃO ENTRE A TEORIA E A PRÁTICA

O estágio permitiu colocar em prática diversos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura, nomeadamente nas áreas da Gestão Comercial, Gestão de Stocks, Merchandising, Marketing, Logística e Atendimento ao Cliente.

A realização de tarefas como a organização das prateleiras, implementação de planogramas, gestão de stocks, atualização de preços, preparação de encomendas online e apoio ao cliente permitiu consolidar os conteúdos abordados nas unidades curriculares, demonstrando a importância da componente prática na formação académica.

Ao mesmo tempo, o contacto direto com a realidade empresarial possibilitou compreender que muitas decisões operacionais exigem rapidez, capacidade de adaptação e trabalho em equipa, competências que apenas podem ser plenamente desenvolvidas em contexto profissional.

5.1.4 AQUISIÇÃO DE COMPETÊNCIAS

Durante o estágio desenvolvi diversas competências técnicas e pessoais que serão fundamentais para o meu futuro profissional.

Ao nível técnico, adquiri conhecimentos relacionados com a gestão de stocks, organização do espaço comercial, implementação de produtos, utilização dos sistemas informáticos internos da Auchan, preparação de encomendas online e gestão operacional de uma grande superfície comercial.

Ao nível das competências pessoais, destaquei a melhoria da comunicação, da capacidade de organização, da gestão do tempo, da autonomia, do sentido de responsabilidade e da resolução de problemas. O contacto permanente com clientes e colegas permitiu igualmente reforçar a capacidade de relacionamento interpessoal e de adaptação a diferentes contextos de trabalho.

CONCLUSÃO

A experiência de estágio revelou-se extremamente positiva, tanto do ponto de vista académico como profissional. Para além da consolidação dos conhecimentos adquiridos durante a licenciatura, o estágio proporcionou o desenvolvimento de competências práticas que dificilmente poderiam ser alcançadas apenas em contexto de sala de aula.

O contacto direto com a realidade empresarial permitiu compreender melhor o funcionamento de uma grande organização de distribuição, a importância da satisfação do cliente, da gestão eficiente dos recursos e do trabalho em equipa.

Considero que esta experiência contribuiu significativamente para o meu crescimento pessoal e profissional, reforçando o interesse pela área da Gestão Comercial e preparando-me para enfrentar futuros desafios no mercado de trabalho com maior confiança, responsabilidade e capacidade de adaptação

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APED – Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição. (2024). *Relatório anual do setor da distribuição em Portugal*. APED.

Auchan Retail Portugal. (2025). *Relatório e informação institucional da Auchan Retail Portugal*. Auchan Retail Portugal.

Carvalho, J. C. (2004). *Logística* (3.^a ed.). Edições Sílabo.

Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (7th ed.). Pearson.

Gonçalves, A., & Ribeiro, P. (2022). *Transformação digital no retalho alimentar português*. Editora Académica.

Levy, M., & Weitz, B. A. (2021). *Retailing management* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Marinho, J. (2001). *Merchandising: A estratégia da exposição no ponto de venda*. Atlas.

Prata, A., & Brito, C. (2019). *Gestão do retalho e merchandising*. Lidel.

ANEXOS

Anexo I – Plano e Cronograma de Estágio Curricular

Anexo II – Parecer de Admissibilidade

Anexo I – Plano e Cronograma de Estágio Curricular



PLANO E CRONOGRAMA DE ESTÁGIO CURRICULAR

GESTÃO COMERCIAL

I – IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

Nome:

João Tati Bungo

II – ESTÁGIO

Entidade Acolhedora:

Auchan Retail Portugal, S.A.

Contactos da Entidade
Acolhedora:

Cecilia.santos@auchan.pt
+351 969 692 380

Orientador:

Ilda Gonçalves

Supervisor:

Nuno Guerra

Data de Início:

23 de Março de 2026

Data de Conclusão:

12 de Junho de 2026

Breve histórico da Entidade Acolhedora:

A Auchan Retail Portugal, S.A. é uma das principais empresas de distribuição em Portugal, integrada no grupo internacional Auchan, fundado em França em 1961. A empresa atua no setor do retalho alimentar e não alimentar, oferecendo uma vasta

gama de produtos que incluem bens de consumo diário, tecnologia, vestuário e serviços.

Em Portugal, a Auchan consolidou a sua presença após a aquisição do grupo Pão de Açúcar, tendo posteriormente unificado todas as suas insígnias sob a marca Auchan em 2019. Atualmente, apresenta um modelo de negócio omnicanal, combinando lojas físicas com plataformas digitais, permitindo uma experiência de compra integrada.

A empresa destaca-se pela sua forte aposta na inovação, proximidade com o cliente e responsabilidade social, contribuindo também para o desenvolvimento económico local e criação de emprego. A loja de Castelo Branco assume um papel relevante na região, oferecendo serviços diversificados e promovendo a relação com produtores locais.

Missão

Tornar acessíveis ao maior número de pessoas produtos de qualidade, saudáveis e sustentáveis.

Visão 2032

Alimentar uma vida melhor e preservar o planeta.

Valores

- > Confiança
- > Abertura
- > Excelência

A Auchan destaca-se ainda pelo seu compromisso com a inovação, sustentabilidade e proximidade com o cliente.

Atividades a desenvolver em Estágio:

- > Reposição de produtos
- > Gestão de stock
- > Realização de inventários

- Alteração e verificação de preços
- Armazenagem de mercadorias
- Organização da loja e do espaço comercial
- Aprovisionamento
- Elaboração e colocação de cartaz (material promocional)
- Implementação de etiquetas técnicas e de gôndola
- Implantação de produtos em loja (planogramas)
- Montagem de topos de gôndola
- Montagem de ilhas promocionais
- Participação em reuniões de equipa

Cronograma das atividades a desenvolver:

Atividades a desenvolver (adicionar colunas/linhas, se necessário)	ANO			
	MÊS	MÊS	MÊS	MÊS
Integração na empresa e formação inicial	X			
Conhecimento da estrutura organizacional e funcionamento da loja	X			
Reposição de produtos	X	X	X	
Gestão de stock	X	X	X	
Realização de inventários		X	X	
Alteração e verificação de preços	X	X	X	
Encomenda e armazenagem de mercadorias	X	X	X	
Organização da loja e espaço comercial	X	X	X	
Aprovisionamento		X	X	
Elaboração e colocação de cartaz (material promocional)			X	
Implementação de etiquetas técnicas e de gôndola	X	X	X	
Implantação de produtos (planogramas)	X	X	X	
Montagem de topos de gôndola		X	X	

Reposição, arrumação e segmentação do armazém por mercado e dentro do mercado por tipologia de artigo		X	X	
Participação em reuniões de equipa			X	
Consolidação de competências			X	X
Elaboração do relatório final de estágio				X

Idanha-a-Nova, 20 de Abril de 2026

O Estagiário

O Supervisor

O Orientador



Assinado por: **Nuno José Martins Guerra**
 Num. de identificação: 07509500
 Data: 2026.04.23 10:18:50 +0100



Anexo II – Parecer de Admissibilidade



PARECER DE ADMISSIBILIDADE A PROVAS PÚBLICAS

LICENCIATURA EM GESTÃO COMERCIAL

Após leitura e análise do Relatório Final de Estágio do estagiário João Tati de Fátima Bungo.

☒ Concordo

Com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final.

☐ Não concordo

Com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final.

Porque:

Idanha-a-Nova, 10 de julho de 2026

O Supervisor

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal line, representing the signature of the Supervisor.