



# Comunicação Integrada para Movaço - Movimentação Industrial, Lda.

Carolina Isabel Gonçalves Azeitona  
20201345

## **Orientadora**

Professora especialista Isabel Lopes de Castro

Trabalho apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Audiovisual, realizada sob a orientação científica da Professora Isabel Lopes de Castro, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Julho e 2023**



## Composição do júri

Presidente do júri

Doutor Daniel Raposo Martins

Prof. Coordenador da Escola Superior de Artes Aplicadas

Vogais

Doutora Mafalda Sofia Tavares Gomes de Almeida

Prof. Adjunta convidada da Escola Superior de Artes Aplicadas

Especialista Isabel Lopes de Castro

Prof. Adjunta convidada da Escola Superior de Artes Aplicadas



## **Dedicatória**

Dedico este projeto aos meus pais porque graças ao esforço deles posso concluir a minha Licenciatura, tal como, aos meus familiares, namorado e todos os meus colegas que me apoiaram e ajudaram durante o meu percurso.



## **Agradecimentos**

Primeiramente agradeço à Empresa Movaço - Movimentação Industrial, Lda por me dar a oportunidade de fazer este projeto. Agradeço aos meus pais por nunca desistirem de mim e por me apoiarem em tudo, ao meu namorado por todo apoio e ajuda, tal como à professora Isabel de Castro por todo apoio e disponibilidade, a todos os professores envolvidos e aos meus colegas que ao longo destes 3 anos sempre me motivaram e não deixaram desistir.



## Resumo

O Presente projeto surge no âmbito da Unidade Curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual, do 3º ano da Licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual, da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Este Projeto consiste numa comunicação integrada na empresa Movaço – Movimentação Industrial, Lda. Abrange um *redesign* da identidade visual, envolvendo todos os elementos da mesma (sinalética, brindes, vestuário e veículos), tal como um novo *website*, juntamente com a criação de uma estratégia de comunicação eficiente para a empresa, com suportes impressos e digitais.

O desenvolvimento deste projeto divide-se em várias fases diferentes: contextualização do tema, enquadramento do problema, fundamentação teórica, pesquisa (objeto de estudo e análise dos concorrentes), casos de inspiração, análise e diagnóstico, desenvolvimento projetual e conclusões.

## Palavras chave

Comunicação Integrada, Estratégia de Comunicação, Webdesign, Setor Metalomecânico.



## **Abstract**

This project is part of the curricular unit of the 3rd year of the Degree in Communication and Audiovisual Design of the Escola Superior de Artes Aplicadas of the Instituto Politécnico de Castelo Branco.

This project consists in an integrated communication for the company Movaço - Movimentação Industrial, Lda. It covers a redesign of the visual identity, involving all elements of it (signage, gifts, clothing and vehicles), as well as a new website, along with the creation of an efficient communication strategy for the company, with print and digital media.

The development of this project is divided into several different phases: contextualization of the theme, framing of the problem, theoretical foundation, research (object of study and analysis of competitors), cases of inspiration, analysis and diagnosis, project development and conclusions.

## **Keywords**

Integrated Communication, Communication Strategy, Webdesign, Metalworking Sector.



# Índice geral

1. Introdução .....	1
1.1 Contextualização do tema.....	1
1.2 Enquadramento do Problema .....	2
1.3 Motivação.....	2
1.4 Objetivos .....	3
Objetivos Gerais .....	3
Objetivos Específicos .....	3
1.5 Estrutura e organização do relatório .....	3
1.6 Metodologia .....	3
1.7 Calendarização .....	4
2. Fundamentação teórica .....	6
2.1 Comunicação integrada.....	6
2.2 Estratégia de Comunicação .....	6
2.3 Identidade visual .....	7
2.3.1 Marca gráfica e logotipo .....	7
2.3.2 Símbolo.....	8
2.3.3 Tipografia .....	8
2.3.4 Cor .....	8
2.3.5 Descritivo.....	10
2.3.6 <i>Tagline</i> .....	10
2.4 Redesign .....	11
2.5 Webdesign.....	11
2.6 Rede social profissional – LinkedIn .....	12
2.7 Fotografia .....	12
2.8 Indústria Metalomecânica .....	13
3. Pesquisa.....	13
3.1 Objeto de estudo: Movaço-Movimentação Industrial, Lda .....	13
Contextualização .....	13
Missão e Visão.....	15
Valores e Objetivos .....	16
Marca gráfica.....	16
Registo da marca no INPI .....	18
Suportes de comunicação digitais.....	19
<i>Website</i> .....	19
Rede social profissional.....	25

Suportes de comunicação impressos .....	26
Estacionário .....	26
Brochuras .....	27
Manual de Acolhimento e Manual da Qualidade e Ambiente .....	29
Vestuário .....	30
Sinalética .....	30
3.2 Concorrentes .....	31
Poço – Equipamentos Industriais .....	31
Contextualização .....	31
Marca Gráfica .....	32
Suportes de comunicação digitais .....	33
<i>Website</i> .....	33
Redes sociais .....	37
Suportes de comunicação impressos .....	40
Brochuras .....	40
Vidromecânica .....	41
Contextualização .....	41
Marca Gráfica .....	42
Suportes de comunicação digitais .....	43
<i>Website</i> .....	43
Redes sociais .....	47
Suportes de comunicação impressos .....	54
Projetos .....	54
Icebel .....	55
Contextualização .....	55
Marca Gráfica .....	56
Suportes de comunicação digitais .....	57
<i>Website</i> .....	57
Rede social profissional .....	62
Análise dos concorrentes .....	64
3.3 Casos de inspiração .....	66
Motrinde .....	66
Contextualização .....	66
Marca Gráfica .....	68
Suportes de comunicação digitais .....	69
<i>Website</i> .....	69

Redes sociais .....	74
Suportes de comunicação impressos.....	76
Flyers .....	76
Brochuras .....	77
Consteel.....	78
Contextualização .....	78
Marca Gráfica .....	79
Suportes de comunicação digitais.....	80
Website .....	80
Redes Sociais .....	82
Hober.....	83
Contextualização .....	83
Logotipo.....	83
Suportes de comunicação digitais.....	84
<i>Website</i> .....	84
LinkedIn .....	86
Projemato Lda .....	87
Contextualização .....	87
Marca Gráfica .....	88
Suportes de comunicação digitais.....	89
<i>Website</i> .....	89
Redes sociais .....	93
Suportes de comunicação impressos.....	96
Análise dos casos de Inspiração .....	97
4. Análise e Diagnóstico .....	99
4.1 Análise SWOT .....	99
4.2 Público-Alvo.....	100
4.3 Personas .....	100
4.4 Estratégia de Comunicação .....	103
4.5 Mensagem.....	105
5. Desenvolvimento projetual.....	106
5.1 Conceito .....	106
5.2 Esboços e estudos da marca gráfica.....	106
5.2.1 Seleção da Marca Gráfica .....	108
5.2.2 Testes de resistência da marca gráfica.....	110
5.2.3 Cor, tipografia, grafismos .....	115

5.3 Suportes impressos .....	121
5.4 Suportes digitais .....	121
5.5 Manual de Normas Gráficas .....	126
6. Conclusão .....	127
6.1 Apresentação de Resultados .....	127
6.2 Conclusões.....	132
7. Bibliografia.....	134
7.1 Referências bibliográficas.....	134
Anexos .....	137
Apêndices .....	189

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> - Organograma da Metodologia. (Fonte: da Autora) .....	4
<b>Figura 2</b> - <i>RGB, Red, Green and Blue</i> (Fonte: da autora). .....	10
<b>Figura 3</b> - <i>CMYK: Cyan, Magenta, Yellow and Key</i> . (Fonte: da autora).....	10
<b>Figura 4</b> - Marca gráfica antiga da Movaço. (Fornecido pela empresa).....	16
<b>Figura 5</b> - Marca gráfica atual da Movaço. (Fornecido pela empresa) .....	17
<b>Figura 6</b> - Assinatura de email da Movaço. (Imagem da Autora). .....	17
<b>Figura 7</b> - Fita adesiva, <i>Movaço</i> . (Imagem da Autora).....	17
<b>Figura 8</b> - Paleta de cores da <i>Movaço</i> . (Fonte: da Autora).....	18
<b>Figura 9</b> - Registo da marca da Movaço. (Fonte: <a href="https://servicosonline.inpi.pt/pesquisas/main/marcas.jsp?lang=PT">https://servicosonline.inpi.pt/pesquisas/main/marcas.jsp?lang=PT</a> ) .....	18
<b>Figura 10</b> - Processo do Inpi. (Fonte: <a href="https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017906547">https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017906547</a> ). .....	19
<b>Figura 11</b> - Página inicial do <i>Website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=0&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=0&amp;lang=1</a> ).....	20
<b>Figura 12</b> - Página secundária sobre "A Empresa" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=458&amp;ixf=&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=458&amp;ixf=&amp;lang=1</a> ).....	20
<b>Figura 13</b> - Página secundária sobre os "Clientes" no <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=509&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=509&amp;lang=1</a> ).....	21
<b>Figura 14</b> - Página secundária do mercado do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=502&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=502&amp;lang=1</a> ).....	21
<b>Figura 15</b> - Página secundária sobre os "Equipamentos" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	22
<b>Figura 16</b> - Página secundária sobre a "Inovação" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	22
<b>Figura 17</b> - Página secundária sobre os "Serviços" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	23
<b>Figura 18</b> - Página secundária sobre a "Qualidade e Ambiente" do <i>website</i> da Movaço. (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	23
<b>Figura 19</b> - Página secundária sobre as "Parcerias" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	24
<b>Figura 20</b> - Página secundária sobre os "Contactos" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	24
<b>Figura 21</b> - Página secundária sobre o "Catálogo de Produtos" do <i>website, Movaço</i> . (Fonte: <a href="http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1">http://www.movaco.pt/?cix=516&amp;lang=1</a> ).....	25
<b>Figura 22</b> - Página do LinkedIn da Movaço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/about/">https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/about/</a> ).....	26
<b>Figura 23</b> - Cartão da empresa, <i>Movaço</i> . (Imagem da Autora).....	26
<b>Figura 24</b> - Brochura sobre a empresa Movaço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents</a> ).....	27

<b>Figura 25</b> - Brochura sobre a solução da Indústria do Vidro, Movaço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents</a> ). .....	27
<b>Figura 26</b> - Brochura sobre soluções para a Indústria da construção, Movaço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents</a> ). .....	28
<b>Figura 27</b> - Brochura sobre a empresa <i>Movaço</i> . (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents</a> ). .....	28
<b>Figura 28</b> - <i>Movaço</i> , Manual de Acolhimento. (Fornecido pela empresa). .....	29
<b>Figura 29</b> - Manual de Qualidade. (Fornecido pela <i>Movaço</i> ). .....	29
<b>Figura 30</b> - Colete de colaborador, <i>Movaço</i> . (Fonte: da Autora). .....	30
<b>Figura 31</b> - Sinalética na empresa <i>Movaço</i> . (Fonte: da Autora). .....	30
<b>Figura 32</b> - Marca gráfica, Poço. ....	32
<b>Figura 33</b> - Código cromático, Poço. (Fonte: da Autora). .....	33
<b>Figura 34</b> - Página principal, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/">https://www.eip.pt/eip.pt/</a> ). .....	33
<b>Figura 35</b> - Página secundária Apresentação, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/apresentacao">https://www.eip.pt/eip.pt/apresentacao</a> ). .....	34
<b>Figura 36</b> - Página secundária Soluções Industriais, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/solucoes-industriais">https://www.eip.pt/eip.pt/solucoes-industriais</a> ). .....	34
<b>Figura 37</b> - Página secundária Portfólio, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/portfolio">https://www.eip.pt/eip.pt/portfolio</a> ). .....	35
<b>Figura 38</b> - Página secundária Laser-3D, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/laser-3d">https://www.eip.pt/eip.pt/laser-3d</a> ). .....	35
<b>Figura 39</b> - Página secundária Contactos, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/contactos">https://www.eip.pt/eip.pt/contactos</a> ). .....	36
<b>Figura 40</b> - Página secundária Carreiras, <i>Website</i> , Poço. (Fonte: <a href="https://www.eip.pt/eip.pt/CARREIRAS">https://www.eip.pt/eip.pt/CARREIRAS</a> ). .....	36
<b>Figura 41</b> - Página inicial, LinkedIn, Poço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/">https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/</a> ). ..	37
<b>Figura 42</b> - Publicação de recrutamento, LinkedIn, Poço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=all</a> ). .....	37
<b>Figura 43</b> - Publicação campanha, LinkedIn, Poço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=all</a> ). .....	38
<b>Figura 44</b> - Página inicial, Facebook, Poço. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT">https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT</a> ). .....	38
<b>Figura 45</b> - Publicação recrutamento, Facebook, Poço. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT">https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT</a> ). .....	39
<b>Figura 46</b> - Publicação evento, Facebook, Poço. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT">https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT</a> ). .....	39

<b>Figura 47</b> - Página inicial, Youtube, Poço. (Fonte: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=kNM2BxXw154&amp;ab_channel=Po%C3%A7oGroup">https://www.youtube.com/watch?v=kNM2BxXw154&amp;ab_channel=Po%C3%A7oGroup</a> ).....	40
<b>Figura 48</b> - Brochura catálogo, Poço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=documents</a> ).....	40
<b>Figura 49</b> - Brochura informativa, Poço. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=documents</a> ).....	41
<b>Figura 50</b> - Marca gráfica, Vidromecânica.....	42
<b>Figura 51</b> - Código cromática, Vidromecânica. (Fonte: da Autora).....	43
<b>Figura 52</b> - Página inicial, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/home">https://www.vidromecanica.pt/pt/home</a> ).....	43
<b>Figura 53</b> - Página secundária Contactos, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/contactos">https://www.vidromecanica.pt/pt/contactos</a> ).....	44
<b>Figura 54</b> - Página secundária Quem Somos, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/quem-somos">https://www.vidromecanica.pt/pt/quem-somos</a> ).....	44
<b>Figura 55</b> - Página secundária Equipamentos, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/equipamentos">https://www.vidromecanica.pt/pt/equipamentos</a> ).....	45
<b>Figura 56</b> - Página secundária Layouts, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts">https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts</a> ).....	45
<b>Figura 57</b> - Página secundária Layouts, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts">https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts</a> ).....	46
<b>Figura 58</b> - Página secundária Apoios, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt">https://www.vidromecanica.pt</a> ).....	46
<b>Figura 59</b> - Subpágina Vidrotec, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/vidrotec-4-0">https://www.vidromecanica.pt/pt/vidrotec-4-0</a> ).....	46
<b>Figura 60</b> - Página secundária Notícias, <i>website</i> , Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/pt/noticias">https://www.vidromecanica.pt/pt/noticias</a> ).....	47
<b>Figura 61</b> - Página inicial, LinkedIn, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/">https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/</a> ).....	47
<b>Figura 62</b> - Publicação LinkedIn, campanha, Vidrocerâmica. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images">https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images</a> )... ..	48
<b>Figura 63</b> - Publicação LinkedIn, evento, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images">https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images</a> )... ..	48
<b>Figura 64</b> - Página principal, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/vidromecanica">https://www.facebook.com/vidromecanica</a> ).....	49
<b>Figura 65</b> -Publicação evento, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/vidromecanica">https://www.facebook.com/vidromecanica</a> ).....	49
<b>Figura 66</b> - Publicação institucional, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/vidromecanica">https://www.facebook.com/vidromecanica</a> ).....	50
<b>Figura 67</b> - Página inicial, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://twitter.com/VIDROMECHANICA">https://twitter.com/VIDROMECHANICA</a> ).....	50

<b>Figura 68</b> - Página principal, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://twitter.com/VIDROMECA">https://twitter.com/VIDROMECA</a> ).....	51
<b>Figura 69</b> - Publicação campanha, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://twitter.com/VIDROMECA">https://twitter.com/VIDROMECA</a> ).....	51
<b>Figura 70</b> - Página Youtube, Youtube, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.youtube.com/@vidromecanica/videos">https://www.youtube.com/@vidromecanica/videos</a> ).....	52
<b>Figura 71</b> - Página principal, Instragram, vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.instagram.com/vidromecanica/">https://www.instagram.com/vidromecanica/</a> ).....	52
<b>Figura 72</b> - Página inicial, Pinterest, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/vidromecanica/_created/">https://www.pinterest.pt/vidromecanica/_created/</a> ).....	53
<b>Figura 73</b> - Página principal, Vimeo, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://vimeo.com/vidromecanica">https://vimeo.com/vidromecanica</a> ).....	53
<b>Figura 74</b> - Projeto Retrofit, Vidromecânica. (Fonte: <a href="https://www.vidromecanica.pt/zArchives/Pages/29/Files/Retrofit-Arcas-de-Recozimento.pdf">https://www.vidromecanica.pt/zArchives/Pages/29/Files/Retrofit-Arcas-de-Recozimento.pdf</a> ).....	54
<b>Figura 75</b> - Marca gráfica, <i>website</i> , Icebel.....	56
<b>Figura 76</b> - Marca gráfica, LinkedIn, Icebel.....	56
<b>Figura 77</b> - Código cromático, Icebel. (Fonte: da Autora).....	57
<b>Figura 78</b> - Página inicial, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/home.html">https://www.icebel.com/pt/home.html</a> ).....	57
<b>Figura 79</b> - Página secundária Sobre nós, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/company/about-us.html">https://www.icebel.com/pt/company/about-us.html</a> ).....	58
<b>Figura 80</b> - Página secundária Qualidade, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/company/quality.html">https://www.icebel.com/pt/company/quality.html</a> ).....	58
<b>Figura 81</b> - Página secundária Estratégia de Sustentabilidade, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/company/sustainability.html">https://www.icebel.com/pt/company/sustainability.html</a> ).....	59
<b>Figura 82</b> - Página secundária Indústria do Vidro, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/solutions/glass-industry.html">https://www.icebel.com/pt/solutions/glass-industry.html</a> ).....	59
<b>Figura 83</b> - Página secundária Diferentes indústrias, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/solutions/other-industries.html">https://www.icebel.com/pt/solutions/other-industries.html</a> ).....	60
<b>Figura 84</b> - Página secundária Serviços, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/services/services.html">https://www.icebel.com/pt/services/services.html</a> ).....	60
<b>Figura 85</b> - Página secundária Contactos, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/contact/contact-us.html">https://www.icebel.com/pt/contact/contact-us.html</a> ).....	61
<b>Figura 86</b> - Página secundária Recrutamento, <i>website</i> , Icebel. (Fonte: <a href="https://www.icebel.com/pt/contact/work-with-us.html">https://www.icebel.com/pt/contact/work-with-us.html</a> ).....	61
<b>Figura 87</b> - Página inicial, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/icebel/">https://www.linkedin.com/company/icebel/</a> ).....	62
<b>Figura 88</b> - Publicação recrutamento, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/">https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/</a> ).....	63
<b>Figura 89</b> - Publicação campanha, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/">https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/</a> ).....	63
<b>Figura 90</b> - Análise dos concorrentes. (Fonte: da Autora).....	64

<b>Figura 91</b> - Análise das interfaces dos concorrentes. (Fonte: da Autora). .....	65
<b>Figura 92</b> - Marca gráfica da Montrinde. ....	68
<b>Figura 93</b> - Motrinde Espanha. ....	68
<b>Figura 94</b> - Código cromático, Motrinde. (Fonte: da Autora). ....	69
<b>Figura 95</b> - Motrinde - Página principal. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/">https://motrinde.pt/</a> ). ....	70
<b>Figura 96</b> - Motrinde - Continuação da página inicial. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/">https://motrinde.pt/</a> ). ....	70
<b>Figura 97</b> - Motrinde - Subpágina Empresa. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/empresa/">https://motrinde.pt/empresa/</a> ). ....	70
<b>Figura 98</b> - Motrinde - Subpágina Produção. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/producao/">https://motrinde.pt/producao/</a> ). ....	71
<b>Figura 99</b> - Motrinde- Subpágina Serviços (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/servicos/">https://motrinde.pt/servicos/</a> ). ....	71
<b>Figura 100</b> - Motrinde - Subpágina Projetos. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/projetos/">https://motrinde.pt/projetos/</a> ). ....	72
<b>Figura 101</b> - Motrinde - Subpágina Notícias. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/noticias/">https://motrinde.pt/noticias/</a> ). ....	72
<b>Figura 102</b> - Motrinde - Subpágina Contactos. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/contactos/">https://motrinde.pt/contactos/</a> ). ....	73
<b>Figura 103</b> - Motrinde - Subpágina Recrutamento. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/contactos/">https://motrinde.pt/contactos/</a> ). ....	73
<b>Figura 104</b> - Motrinde - Subpágina Pedido de Orçamento. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/pedido-de-orcamento/">https://motrinde.pt/pedido-de-orcamento/</a> ). ....	74
<b>Figura 105</b> - Página do LinkedIn da Motrinde. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all</a> ). ....	74
<b>Figura 106</b> - Publicação do LinkedIn, Motrinde, evento. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all</a> ). ....	75
<b>Figura 107</b> - Publicações do LinkedIn, Motrinde, campanha. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all</a> ). ....	75
<b>Figura 108</b> - Motrinde, página inicial do Youtube. (Fonte: <a href="https://www.youtube.com/@motrindes.a.6031/videos">https://www.youtube.com/@motrindes.a.6031/videos</a> ). ....	76
<b>Figura 109</b> - Motrinde - Flyer. (Fonte: <a href="https://motrinde.pt/downloads/flyers-brochuras/">https://motrinde.pt/downloads/flyers-brochuras/</a> ). ....	77
<b>Figura 110</b> - Motrinde - Brochura. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=documents">https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=documents</a> ). ....	77
<b>Figura 111</b> - Consteel - Marca gráfica. ....	79
<b>Figura 112</b> - Consteel- Paleta de cores. (Fonte: da Autora). ....	80
<b>Figura 113</b> - Consteel - Página principal. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	80
<b>Figura 114</b> - Consteel - Subpágina Empresa. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	80
<b>Figura 115</b> - Consteel - Subpágina Serviços. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	81
<b>Figura 116</b> - Consteel - Subpágina Notícias. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	81
<b>Figura 117</b> - Consteel - Subpágina Projetos. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	81
<b>Figura 118</b> - Consteel - Subpágina Contactos. (Fonte: <a href="https://consteel.pt/">https://consteel.pt/</a> ). ....	81

<b>Figura 119</b> - Facebook da Consteel. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/consteel.pt">https://www.facebook.com/consteel.pt</a> ).....	82
<b>Figura 120</b> - Publicação Facebook campanha Natal Consteel. (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/consteel.pt">https://www.facebook.com/consteel.pt</a> ).....	82
<b>Figura 121</b> - Logotipo, Hober. ....	83
<b>Figura 122</b> - Código cromático, Hober. (Fonte: da Autora). ....	84
<b>Figura 123</b> - <i>Website</i> , página inicial, <i>Hober</i> (Fonte: <a href="https://hober.pt/#">https://hober.pt/#</a> ). ....	85
<b>Figura 124</b> - <i>Website</i> , página secundária Serviços, <i>Hober</i> . (Fonte: <a href="https://hober.pt/services">https://hober.pt/services</a> ).....	85
<b>Figura 125</b> - <i>Website</i> , página secundária Projetos, <i>Hober</i> . (Fonte: <a href="https://hober.pt/projects">https://hober.pt/projects</a> ).....	85
<b>Figura 126</b> - <i>Website</i> , página secundária Contactos, <i>Hober</i> . (Fonte: <a href="https://hober.pt/contacts">https://hober.pt/contacts</a> ). ....	86
<b>Figura 127</b> - Página inicial do LinkedIn, <i>Hober</i> (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/">https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/</a> ). ....	86
<b>Figura 128</b> - Publicação LinkedIn, <i>Hober</i> . (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/posts/?feedView=images">https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/posts/?feedView=images</a> ).....	87
<b>Figura 129</b> - Cronograma, Projemato. (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/">https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/</a> ).....	88
<b>Figura 130</b> - Marca gráfica da Projemato.....	88
<b>Figura 131</b> - Código cromático, <i>Projemato</i> . (Fonte: da Autora). ....	89
<b>Figura 132</b> - <i>Website</i> , página inicial, Projemato. (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/">https://www.projemato.com/</a> ).....	90
<b>Figura 133</b> - <i>Website</i> , página secundária Sobre Nós, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/">https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/</a> ). ....	90
<b>Figura 134</b> - <i>Website</i> , página secundária Serviços, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Servi%C3%A7os/">https://www.projemato.com/Servi%C3%A7os/</a> ). ....	91
<b>Figura 135</b> - <i>Website</i> , página secundária Portfólio, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Portf%C3%B3lio/">https://www.projemato.com/Portf%C3%B3lio/</a> ).....	91
<b>Figura 136</b> - <i>Website</i> , página secundária Notícias, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Not%C3%ADcias/">https://www.projemato.com/Not%C3%ADcias/</a> ).....	92
<b>Figura 137</b> - <i>Website</i> , página secundária Recursos Humanos, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Recursos-Humanos/">https://www.projemato.com/Recursos-Humanos/</a> ).....	92
<b>Figura 138</b> - <i>Website</i> , página secundária Contacte-nos, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/Contate-nos/">https://www.projemato.com/Contate-nos/</a> ).....	93
<b>Figura 139</b> - Página do LinkedIn, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/projemato/">https://www.linkedin.com/company/projemato/</a> ).....	93
<b>Figura 140</b> - Publicação do LinkedIn de há 3 anos, Projemato. (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all</a> ).....	94
<b>Figura 141</b> - Publicação LinkedIn de há 1 ano, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all">https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all</a> ).....	94

<b>Figura 142</b> - Facebook, página inicial, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/Projemato">https://www.facebook.com/Projemato</a> ).....	95
<b>Figura 143</b> - Facebook, publicação, <i>Projemato</i> . (Fonte: <a href="https://www.facebook.com/photo?fbid=641008004497729&amp;set=a.525869386011592">https://www.facebook.com/photo?fbid=641008004497729&amp;set=a.525869386011592</a> ).....	95
<b>Figura 144</b> - <i>Projemato</i> , página inicial do Youtube. (Fonte: <a href="https://www.youtube.com/channel/UCGOza39_R7B8cu8uFPSKllw">https://www.youtube.com/channel/UCGOza39_R7B8cu8uFPSKllw</a> ). .....	96
<b>Figura 145</b> - <i>Projemato</i> - Brochura. (Fonte: <a href="https://www.projemato.com/gallery/Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20PT.pdf">https://www.projemato.com/gallery/Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20PT.pdf</a> )... ..	96
<b>Figura 146</b> - Análise dos casos de Inspiração. (Fonte: da Autora.) .....	97
<b>Figura 147</b> - Análise das Interfaces dos Casos de Inspiração. (Fonte: da Autora.)	98
<b>Figura 148</b> - Análise SWOT. (Fonte: da Autora.) .....	99
<b>Figura 149</b> - Persona 1, Indústria Pneus, Mercado externo. (Fonte: da Autora).	100
<b>Figura 150</b> - Persona 2, Indústria Pneus, Mercado Interno. (Fonte: da Autora).	101
<b>Figura 151</b> - Persona 3, Indústria Vidreira, Mercado Interno. (Fonte: da Autora). .....	101
<b>Figura 152</b> - Persona 4, Indústria Vidreira, Mercado Externo. (Fonte: da Autora). .....	102
<b>Figura 153</b> - Persona 5, Cliente atual, Indústria da Construção, Mercado Interno. (Fonte: da Autora). .....	102
<b>Figura 154</b> - Persona 6, Colaborador da Movaço. (Fonte: da Autora). .....	103
<b>Figura 155</b> - Organograma da comunicação B2B. (Fonte: da Autora). .....	104
<b>Figura 156</b> - Organograma da estratégia de comunicação. (Fonte: da Autora). ..	105
<b>Figura 157</b> - Esboços. (Fonte: da Autora).....	106
<b>Figura 158</b> - Tentativas dimensões e formas. (Fonte: da Autora). .....	107
<b>Figura 159</b> - Tentativas de disposição de símbolo, logótipo e <i>tagline</i> . (Fonte: da Autora). .....	107
<b>Figura 160</b> - tentativas de contorno, linhas e cor. (Fonte: da Autora). .....	108
<b>Figura 161</b> - Marca gráfica vertical com <i>tagline</i> e sem <i>tagline</i> . (Fonte: da Autora). .....	108
<b>Figura 162</b> - Marca gráfica horizontal com <i>tagline</i> e sem <i>tagline</i> . (Fonte: da Autora). .....	109
<b>Figura 163</b> - Marca gráfica vertical, versão negativa a cores, com <i>tagline</i> e sem <i>tagline</i> . (Fonte: da Autora). .....	109
<b>Figura 164</b> - Marca gráfica horizontal, com <i>tagline</i> e sem <i>tagline</i> . (Fonte: da Autora). .....	109
<b>Figura 165</b> - Teste de equilíbrio, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ). .....	110
<b>Figura 166</b> - Teste de cor, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ). .....	110
<b>Figura 167</b> - Teste cor para daltonismo, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ). .....	110
<b>Figura 168</b> - Teste de escala, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ). .....	111

<b>Figura 169</b> - Teste contentores, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	111
<b>Figura 170</b> - Teste de Pixéis, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	111
<b>Figura 171</b> - Teste de desfoque, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	112
<b>Figura 172</b> - Teste de divisão, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	112
<b>Figura 173</b> - Teste sobre ícones de aplicações, com <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	112
<b>Figura 174</b> - Teste equilíbrio, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	113
<b>Figura 175</b> - Teste cor, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	113
<b>Figura 176</b> - Teste cor para daltonismo, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	113
<b>Figura 177</b> - Teste de escala, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	113
<b>Figura 178</b> - Teste de contentores, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	114
<b>Figura 179</b> - Teste de pixéis, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	114
<b>Figura 180</b> - Teste de desfoque, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	114
<b>Figura 181</b> - Teste de divisão, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	114
<b>Figura 182</b> - Teste sobre ícones em aplicações, sem <i>tagline</i> . (Fonte: <a href="https://logolab.app/home">https://logolab.app/home</a> ).	115
<b>Figura 183</b> - Paleta Cromática da Marca gráfica. (Fonte: da Autora).	115
<b>Figura 184</b> - Paletas Cromática da Comunicação. (Fonte: da Autora).	116
<b>Figura 185</b> - Tipografia, marca gráfica. (Fonte: da Autora).	116
<b>Figura 186</b> - Tipografia, comunicação. (Fonte: da Autora).	117
<b>Figura 187</b> - Imagem presente no manual de acolhimento e na página secundária QUEM SOMOS do <i>website</i> .	117
<b>Figura 188</b> - Imagem presente no Manual de Qualidade e Ambiente e na página inicial do <i>website</i> .	118
<b>Figura 189</b> - Imagem de solução para a indústria dos pneus.	118
<b>Figura 190</b> - Imagem de solução para a indústria do vidro.	119
<b>Figura 191</b> - Imagem de solução para outras indústrias.	119
<b>Figura 192</b> - Linha e figuras para dias festivos. (Fonte: da Autora).	120
<b>Figura 193</b> - Pictogramas. (Fonte: da Autora).	120
<b>Figura 194</b> - Cartões de Visita. (Fonte: da Autora).	121
<b>Figura 195</b> - Página inicial, Novo <i>Webdesign</i> , Movaço. (Fonte: da Autora).	122
<b>Figura 196</b> - Página secundária SOBRE NÓS, Novo <i>Webdesign</i> , Movaço. (Fonte: da Autora).	122
<b>Figura 197</b> - Publicações para dias festivos, LinkedIn. (Fonte: da Autora).	123
<b>Figura 198</b> - Publicação para recrutamento. (Fonte: da Autora).	123
<b>Figura 199</b> - Publicações de projetos feitos pela Movaço. (Fonte: da Autora).	123

<b>Figura 200</b> - Protótipo da assinatura de email, Movaço. (Fonte: da Autora). .....	124
<b>Figura 201</b> - Novo <i>layout</i> de Fatura, Movaço. (Fonte: da Autora). .....	124
<b>Figura 202</b> - Manual de Acolhimento. (Fonte: da Autora). .....	125
<b>Figura 203</b> - Manual da Qualidade e Ambiente. (Fonte: da Autora). .....	125
<b>Figura 204</b> - Manual de Marca, Movaço. (Fonte: da Autora). .....	126
<b>Figura 205</b> - Saco. (Fonte: da Autora). .....	127
<b>Figura 206</b> - Fitas métricas. (Fonte: da Autora). .....	127
Figura 207 - Veículo. (Fonte: da Autora). .....	128
<b>Figura 208</b> - Vestuário fabril. (Fonte: da Autora). .....	128
<b>Figura 209</b> - Sinalização exterior. (Fonte: da Autora). .....	128
<b>Figura 210</b> - Sinalização interna. (Fonte: da Autora). .....	129
<b>Figura 211</b> - <i>Mockup</i> , assinatura de email. (Fonte: da Autora). .....	129
<b>Figura 212</b> - <i>Mockup</i> , <i>website</i> . (Fonte: da Autora). .....	130
<b>Figura 213</b> - <i>Mockup</i> , <i>layout</i> fatura. (Fonte: da Autora). .....	130
<b>Figura 214</b> - <i>Mockup</i> , cartão visita de colaboradores. (Fonte: da Autora). .....	131
<b>Figura 215</b> - <i>Mockup</i> , cartão de visita geral. (Fonte: da Autora). .....	131



## Índice de Anexos

<b>Anexo 1</b> - Manual de acolhimento atual, p.1.....	137
<b>Anexo 2</b> - Manual de acolhimento atual, p.2.....	138
<b>Anexo 3</b> - Manual de acolhimento atual, p.3.....	139
<b>Anexo 4</b> - Manual de acolhimento atual, p.4.....	140
<b>Anexo 5</b> - Manual de acolhimento atual, p.5.....	141
<b>Anexo 6</b> - Manual de acolhimento atual, p.6.....	142
<b>Anexo 7</b> - Manual de acolhimento atual, p.7.....	143
<b>Anexo 8</b> - Manual de acolhimento atual, p.8.....	144
<b>Anexo 9</b> - Manual de acolhimento atual, p.9.....	145
<b>Anexo 10</b> - Manual de acolhimento atual, p.10.....	146
<b>Anexo 11</b> - Manual de acolhimento atual, p.11.....	147
<b>Anexo 12</b> - Manual de acolhimento atual, p.12.....	148
<b>Anexo 13</b> - Manual de acolhimento atual, p.13.....	149
<b>Anexo 14</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.1.....	150
<b>Anexo 15</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.2.....	151
<b>Anexo 16</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.3.....	152
<b>Anexo 17</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.4.....	153
<b>Anexo 18</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.5.....	154
<b>Anexo 19</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.6.....	155
<b>Anexo 20</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.7.....	156
<b>Anexo 21</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.8.....	157
<b>Anexo 22</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.9.....	158
<b>Anexo 23</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.10.....	159
<b>Anexo 24</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.11.....	160
<b>Anexo 25</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.12.....	161
<b>Anexo 26</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.13.....	162
<b>Anexo 27</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.14.....	163
<b>Anexo 28</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.15.....	164
<b>Anexo 29</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.16.....	165
<b>Anexo 30</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.17.....	166
<b>Anexo 31</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.18.....	167
<b>Anexo 32</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.19.....	168
<b>Anexo 33</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.20.....	169
<b>Anexo 34</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.21.....	170
<b>Anexo 35</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.22.....	171
<b>Anexo 36</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.23.....	172
<b>Anexo 37</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.24.....	173
<b>Anexo 38</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.25.....	174
<b>Anexo 39</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.26.....	175
<b>Anexo 40</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.27.....	176
<b>Anexo 41</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.28.....	177
<b>Anexo 42</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.29.....	178

<b>Anexo 43</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.30 .....	179
<b>Anexo 44</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.31 .....	180
<b>Anexo 45</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.32 .....	181
<b>Anexo 46</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.33 .....	182
<b>Anexo 47</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.34 .....	183
<b>Anexo 48</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.35 .....	184
<b>Anexo 49</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.36 .....	185
<b>Anexo 50</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.37 .....	186
<b>Anexo 51</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.38 .....	187
<b>Anexo 52</b> - manual da qualidade e ambiente atual, p.39 .....	188

## Índice de Apêndices

<b>Apêndice 1</b> - Questionário extra.....	189
<b>Apêndice 2</b> - Questionário, p.1.....	190
<b>Apêndice 3</b> - Questionário, p.2.....	191
<b>Apêndice 4</b> - Questionário, p.3.....	192
<b>Apêndice 5</b> - Questionário, p.4.....	193
<b>Apêndice 6</b> - Questionário, p.5.....	194
<b>Apêndice 7</b> - Questionário, p.6.....	194
<b>Apêndice 8</b> – Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, Capa.....	195
<b>Apêndice 9</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.2.....	196
<b>Apêndice 10</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.3.....	197
<b>Apêndice 11</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.4.....	198
<b>Apêndice 12</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.5.....	199
<b>Apêndice 13</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.6.....	200
<b>Apêndice 14</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.7.....	201
<b>Apêndice 15</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.8.....	202
<b>Apêndice 16</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.9.....	203
<b>Apêndice 17</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.10.....	204
<b>Apêndice 18</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.11.....	205
<b>Apêndice 19</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.12.....	206
<b>Apêndice 20</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.13.....	207
<b>Apêndice 21</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.14.....	208
<b>Apêndice 22</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.15.....	209
<b>Apêndice 23</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.16.....	210
<b>Apêndice 24</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.17.....	211
<b>Apêndice 25</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.18.....	212
<b>Apêndice 26</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.19.....	213
<b>Apêndice 27</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.20.....	214
<b>Apêndice 28</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.21.....	215
<b>Apêndice 29</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.22.....	216
<b>Apêndice 30</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.23.....	217
<b>Apêndice 31</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.24.....	218
<b>Apêndice 32</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.25.....	219
<b>Apêndice 33</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.26.....	220
<b>Apêndice 34</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.27.....	221
<b>Apêndice 35</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.28.....	222
<b>Apêndice 36</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.29.....	223
<b>Apêndice 37</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.30.....	224
<b>Apêndice 38</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.31.....	225
<b>Apêndice 39</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.32.....	226
<b>Apêndice 40</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.33.....	227
<b>Apêndice 41</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.34.....	228
<b>Apêndice 42</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.35.....	229

<b>Apêndice 43</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.36. ....	230
<b>Apêndice 44</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.37. ....	231
<b>Apêndice 45</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.38. ....	232
<b>Apêndice 46</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.39. ....	233
<b>Apêndice 47</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.40. ....	234
<b>Apêndice 48</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.41. ....	235
<b>Apêndice 49</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.42. ....	236
<b>Apêndice 50</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.43. ....	237
<b>Apêndice 51</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.44. ....	238
<b>Apêndice 52</b> - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, contracapa.....	239
<b>Apêndice 53</b> - Proposta de Acolhimento, capa.....	240
<b>Apêndice 54</b> - Proposta de Acolhimento, p.2.....	241
<b>Apêndice 55</b> - Proposta de Acolhimento, p.3.....	242
<b>Apêndice 56</b> - Proposta de Acolhimento, p.4.....	243
<b>Apêndice 57</b> - Proposta de Acolhimento, p.5.....	244
<b>Apêndice 58</b> - Proposta de Acolhimento, p.6.....	245
<b>Apêndice 59</b> - Proposta de Acolhimento, p.7.....	246
<b>Apêndice 60</b> - Proposta de Acolhimento, p.8.....	247
<b>Apêndice 61</b> - Proposta de Acolhimento, p.9.....	248
<b>Apêndice 62</b> - Proposta de Acolhimento, p.10.....	249
<b>Apêndice 63</b> - Proposta de Acolhimento, p.11.....	250
<b>Apêndice 64</b> - Proposta de Acolhimento, p.12.....	251
<b>Apêndice 65</b> - Proposta de Acolhimento, p.13.....	252
<b>Apêndice 66</b> - Proposta de Acolhimento, p.14.....	253
<b>Apêndice 67</b> - Proposta de Acolhimento, p.15.....	254
<b>Apêndice 68</b> - Proposta de Acolhimento, contracapa.....	255
<b>Apêndice 69</b> - Manual de Marca, Capa.....	256
<b>Apêndice 70</b> - Manual de Marca, índice.....	256
<b>Apêndice 71</b> - Manual de Marca, p.3.....	257
<b>Apêndice 72</b> - Manual de Marca, p.4.....	257
<b>Apêndice 73</b> - Manual de Marca, p.5.....	258
<b>Apêndice 74</b> - Manual de Marca, p.6.....	258
<b>Apêndice 75</b> - Manual de Marca, p.7.....	259
<b>Apêndice 76</b> - Manual de Marca, p.8.....	259
<b>Apêndice 77</b> - Manual de Marca, p.9.....	260
<b>Apêndice 78</b> - Manual de Marca, p.10.....	260
<b>Apêndice 79</b> - Manual de Marca, p.11.....	261
<b>Apêndice 80</b> - Manual de Marca, p.12.....	261
<b>Apêndice 81</b> - Manual de Marca, p.13.....	262
<b>Apêndice 82</b> - Manual de Marca, p.14.....	262
<b>Apêndice 83</b> - Manual de Marca, p.15.....	263
<b>Apêndice 84</b> - Manual de Marca, p.16.....	263
<b>Apêndice 85</b> - Manual de Marca, p.17.....	264

<b>Apêndice 86</b> - Manual de Marca, p.18. ....	264
<b>Apêndice 87</b> - Manual de Marca, p.19 .....	265
<b>Apêndice 88</b> - Manual de Marca, p.20. ....	265
<b>Apêndice 89</b> - Manual de Marca, p.21. ....	266
<b>Apêndice 90</b> - Manual de Marca, p.22. ....	266
<b>Apêndice 91</b> - Manual de Marca, p.23. ....	267
<b>Apêndice 92</b> - Manual de Marca, p.24. ....	267
<b>Apêndice 93</b> - Manual de Marca, p.25 .....	268
<b>Apêndice 94</b> - Manual de Marca, p.26. ....	268
<b>Apêndice 95</b> - Manual de Marca, contracapa.....	269
<b>Apêndice 96</b> - Página inicial. ....	270
<b>Apêndice 97</b> - Página inicial, 2. ....	271
<b>Apêndice 98</b> - Página inicial, 3. ....	272
<b>Apêndice 99</b> - Página inicial, 4. ....	273
<b>Apêndice 100</b> - Página secundária Empresa. ....	274
<b>Apêndice 101</b> - Página secundária Empresa, 2.....	275
<b>Apêndice 102</b> - Página secundária Empresa, 3.....	276
<b>Apêndice 103</b> - Página secundária Empresa,4.....	277
<b>Apêndice 104</b> - Página secundária Qualidade.....	278
<b>Apêndice 105</b> - Página secundária Qualidade, 2. ....	279
<b>Apêndice 106</b> - Página secundária Qualidade, 3.....	280
<b>Apêndice 107</b> - Página secundária Qualidade, 4.....	281
<b>Apêndice 108</b> - Página secundária Indústrias. ....	282
<b>Apêndice 109</b> - Página secundária Indústrias, 2.....	283
<b>Apêndice 110</b> - Página secundária Indústrias, 3.....	284
<b>Apêndice 111</b> - Página secundária Indústrias, 4.....	285
<b>Apêndice 112</b> - Página secundária Serviços. ....	286
<b>Apêndice 113</b> - Página secundária Serviços, 2.....	287
<b>Apêndice 114</b> - Página secundária Serviços, 3.....	288
<b>Apêndice 115</b> - Página secundária Serviços, 4.....	289
<b>Apêndice 116</b> - Página secundária Informações.....	290
<b>Apêndice 117</b> - Página secundária Informações, 2. ....	291
<b>Apêndice 118</b> - Página secundária Informações, 3. ....	292
<b>Apêndice 119</b> - Página secundária Informações, 4. ....	293
<b>Apêndice 120</b> - Página secundária Trabalhe Connosco. ....	294
<b>Apêndice 121</b> - Página secundária Trabalhe Connosco, 2.....	294
<b>Apêndice 122</b> - Página secundária Trabalhe Connosco, 3.....	295
<b>Apêndice 123</b> - Página secundária Trabalhe Connosco, 4.....	295
<b>Apêndice 124</b> - Página inicial LinkedIn.....	296
<b>Apêndice 125</b> - Página das publicações do LinkedIn. ....	297



## Lista de tabelas

<b>Tabela 1</b> - Cronograma das fases de planeamento do projeto. (Fonte: Da autora)..5	
<b>Tabela 2</b> - Sensação e perceção visual. (Fonte: Banks (2007) adaptado pela autora).....9	

## **Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos**

CYMK – Cyan, Yellow, Magenta and Black

RGB – Red, Green and Blue

B2B – Business to Business

B2C – Business to Consumer

## 1. Introdução

A comunicação é fundamental para que a humanidade consiga viver em sociedade. O conceito design é saber compreender e dar forma a ideias através do desenvolvimento de projetos. Atualmente o mundo vive de rivalidades e competitividades, a cada dia que passa o papel do Design de Comunicação e Audiovisual, como é uma área muito polivalente é essencial para o sucesso das empresas, sendo a comunicação e os produtos gráficos muito importantes para a sua representação, uma vez que podem dizer muito sobre a mesma.

Muitas das empresas pensam que ter uma boa marca gráfica é o bastante para terem sucesso, descartando a comunicação, porém a identidade visual não funciona sem haver uma boa comunicação da mesma, daí ser fundamental uma boa estratégia de comunicação e todos os elementos de comunicação para o sucesso de qualquer empresa.

A Movaço - Movimentação Industrial, Lda. não tem investido na sua comunicação, pelo que com este projeto se pretende melhorar a comunicação da empresa e consequentemente a sua imagem.

O presente trabalho no âmbito da unidade curricular de Projeto em Design de Comunicação e Audiovisual, tem como objetivo a criação de uma comunicação integrada para a empresa Movaço – Movimentação Industrial, Lda., de forma a melhorar a comunicação da empresa, para que possa crescer, inovar e ter um melhor alcance.

### 1.1 Contextualização do tema

A primeira fase deste projeto foi procurar e pesquisar possíveis empresas que pudessem necessitar da ajuda de um designer de comunicação e audiovisual para a melhoria da sua comunicação. Tentou-se sempre procurar empresas em que o cliente não fosse o consumidor final, mas sim outra empresa, o chamado “business to business”. É uma área que sempre chamou a atenção da aluna, porque o modo de comunicação tem que ser completamente diferente e com um grau de dificuldade mais desafiador. Tentou-se sempre procurar na cidade de Castelo Branco porque é uma cidade em que cada vez mais existe indústria, que por sua vez necessita de intervenção ao nível do design de comunicação.

A Dinefer foi a primeira opção, no entanto verificou-se que a empresa tinha atualizado recentemente a sua marca gráfica e o website, o que me levou que não se avançasse com a mesma. A empresa Frinox foi outra das opções, com a qual se teve uma reunião, mas a proposta foi recusada porque tinham realizado alterações à sua identidade visual.

Sem embargo continuou-se a procurar por empresas PME Líder, ainda na zona de Castelo Branco, que assumissem que tinham problemas de comunicação e que

necessitassem de uma estratégia de comunicação. Numa viagem pela zona industrial de Castelo Branco, a aluna deparou-se-me com um edifício em obras que despertou a sua atenção porque já tinha ouvido falar da empresa (Movaço - Movimentação Industrial, Lda.) e o negócio da mesma era “business to business”, tendo decidido contactar a empresa naquele momento e tendo sido bem recebida.

Tal como referido anteriormente a Movaço - Movimentação Industrial, Lda. Não tem investido na sua comunicação, pelo que com este projeto se pretende melhorar a comunicação da empresa e conseqüentemente a sua imagem.

O design de comunicação foca-se principalmente na criação e transmissão de informação, no planeamento e na forma como os vários media comunicam com público. Site projeto abrange várias áreas da licenciatura de Design de Comunicação e Audiovisual, como o Design de Identidade Visual, Design Editorial, Medias digitais e o Design de interfaces e Usabilidades. Todas estas áreas permitem a realização de um projeto mais completo, que contribuirá para o sucesso da empresa e para o enriquecimento da aluna no que diz respeito a conhecimentos adquiridos.

## 1.2 Enquadramento do Problema

A empresa *Movaço-Movimentação Industrial, Lda* manifesta vários problemas ao nível da sua comunicação. Possui uma identidade visual desatualizada, o que dá origem a uma imagem que comunica incorretamente a empresa, colocando-a em desvantagem junto de empresas que operam no mesmo setor.

A marca gráfica é registada, porém não possui manual de normas. O website e rede social profissional *LinkedIn* estão muito desatualizados, o que não permite à empresa apresentar os seus serviços.

## 1.3 Motivação

O motivo que levou à escolha deste projeto foi o desafio, o gosto pessoal pela área do design de comunicação e a ambição de trabalhar com uma grande empresa. Desde jovem sempre gostei de desafios, de fazer algo que fosse diferente, difícil e que pusesse as minhas capacidades em prática. Sendo albicastrense, decidi optar pela escolha de uma empresa da região, que depois de vários contactos, pesquisas e viagens pela zona industrial de Castelo Branco, tomei conhecimento da existência da empresa *Movaço*, com a qual entrei em contacto e existia vontade de apostar em comunicação. Deste modo ao deparar-me com esta oportunidade achei uma boa escolha para o meu projeto final. A empresa não tem investido na sua comunicação, sendo esta uma boa ocasião para intervir nos vários aspetos necessários à sua divulgação.

## **1.4 Objetivos**

### **Objetivos Gerais**

Desenvolvimento de um projeto de comunicação integrada que permita à empresa comunicar eficazmente com os seus públicos.

### **Objetivos Específicos**

Para atingir o objetivo geral é necessário definir objetivos específicos, tais como:

- . Criação de identidade visual corporativa
- . Criação de suportes de comunicação impressos e digitais

## **1.5 Estrutura e organização do relatório**

O relatório é composto por o capítulo 1, a introdução, onde consta a contextualização do tema, enquadramento do problema, a motivação, os objetivos (gerais e específicos), a metodologia e a calendarização. O capítulo 2 é constituído pela fundamentação teórica. O capítulo 3, a pesquisa, contém o objeto de estudo, análise dos concorrentes e os casos de inspiração. O capítulo 4, análise e diagnóstico, abrange a análise SWOT, público-alvo, personas e estratégia de comunicação. O capítulo 5, desenvolvimento projetual, desenvolve o conceito, os esboços, estudos e seleção da marca gráfica, os suportes impressos e digitais, tal como o manual de marca. O capítulo 6, conclusões, apresenta os resultados e as conclusões finais. Por último contém uma bibliografia com as referências bibliográficas e todos os anexos desenvolvidos ao longo deste projeto.

## **1.6 Metodologia**

A metodologia é um aspeto muito importante para haver bons resultados. É fundamental ter todo o processo do projeto bem planeado e estruturado para que o desenvolvimento das diversas fases esteja bem planeado de forma e entender corretamente os métodos e as técnicas a utilizar.

Após a definição do problema e da área de atuação para a resolução do mesmo, o projeto divide-se em duas partes: pesquisa e desenvolvimento projetual:

A pesquisa considera a recolha de informações sobre o caso de estudo: contextualização, a missão, visão e valores, a comunicação, nomeadamente a identidade visual, com a verificação do registo de marca na INPI e os suportes de comunicação impressos e digitais que possui. Contém análise dos concorrentes com: a contextualização, identidade visual, suportes de comunicação digitais e impressos.

Por último apresenta casos de inspiração com: a contextualização, identidade visual, suportes de comunicação digitais e impressos.

A análise e diagnóstico considera a análise SWOT, o público-alvo, as personas e a estratégia de comunicação.

O desenvolvimento projetual é composto pelo conceito, esboços, testes e seleção da marca gráfica, os suportes impressos e digitais tal como o manual de marca.

A conclusão é constituída pela apresentação de resultados: *mockups* e as conclusões finais do projeto, de modo a entender o que poderia ter corrido melhor e o que correu bem.

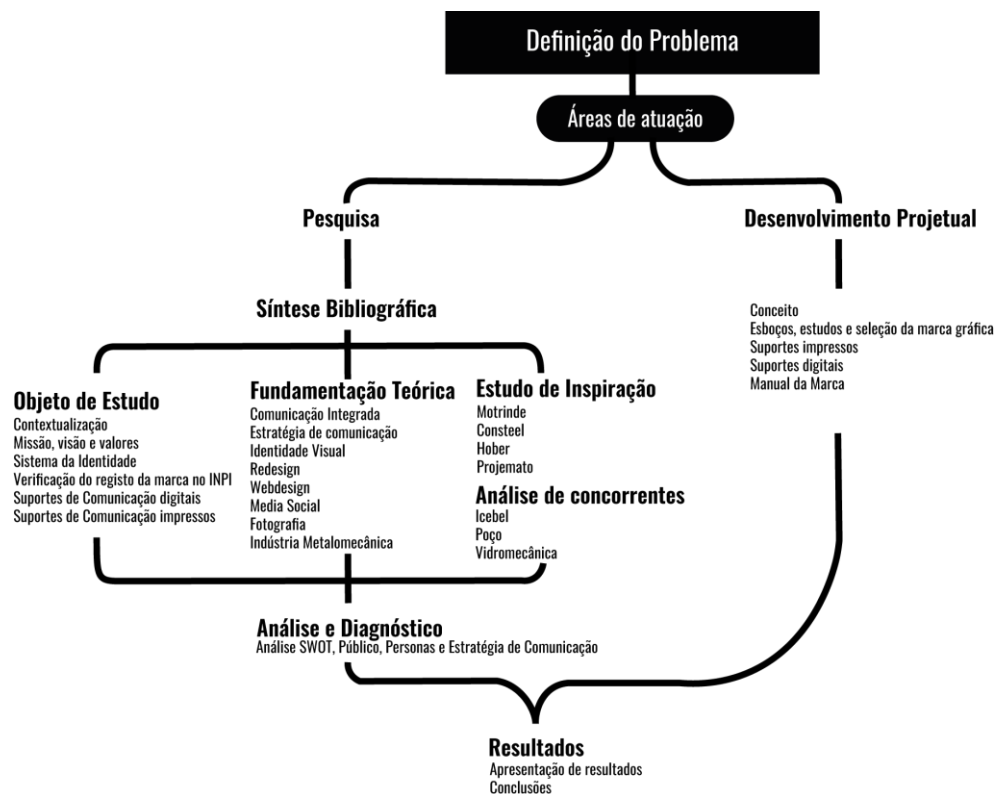


Figura 1 - Organograma da Metodologia. (Fonte: da Autora)

## 1.7 Calendarização

A calendarização é fundamental para planificar o projeto, que está dividida em 10 pontos diferentes:

- Pesquisa: consiste na análise de potenciais empresa que possam servir para fazer um projeto de comunicação e seguidamente da pesquisa aprofundada e minuciosa da empresa escolhida.

- Contextualização do Tema: depois de se fazer a pesquisa sobre a empresa, a contextualização do tema foi pegar na análise feita e transpor de forma completa o tema do projeto.

- **Enquadramento do Problema:** tal como a contextualização, a partir da análise foi feito o enquadramento dos problemas encontrados.

- **Metodologia:** abrange um planeamento de todo o processo do projeto.

- **Fundamentação Teórica:** é, de uma forma geral, a contribuição de teorias de outros autores para justificar a pesquisa feita, ou seja, serve para dar embasamento teórico ao projeto.

- **Caso de Inspiração:** consiste numa seleção de marcas, bons exemplos de design de comunicação, da mesma área de atuação do objeto de estudo.

- **Análise e Diagnóstico:** consiste na análise dos concorrentes, na análise dos casos de inspiração, a análise SWOT, a definição de públicos, a criação de personas e a criação da estratégia de comunicação.

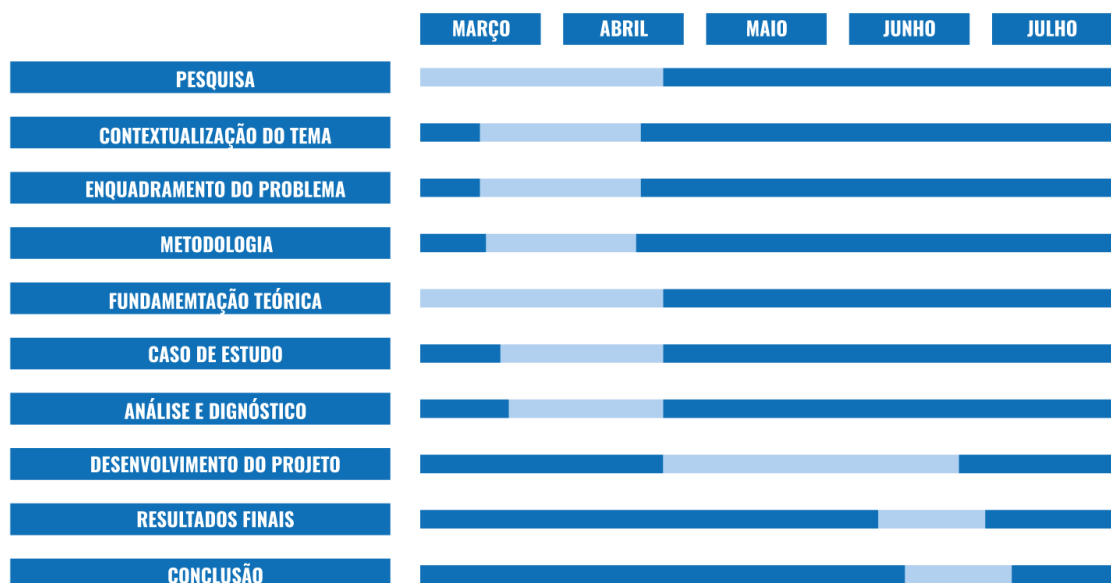
- **Desenvolvimento do Projeto:** consiste na execução das soluções para o projeto.

- **Resultados finais:** são escolhidas as melhores soluções do desenvolvimento do projeto.

- **Conclusão:** é uma das partes fundamentais do projeto, onde apresenta um resumo de como correu o projeto, onde está o desfecho de todo o desenvolvimento e o reforço da ideia principal.

A organização com este método do diagrama/gráfico de Gantt, sendo o cronograma em anexo é uma pequena parte de todo o gráfico de Gantt desenvolvido, dividindo em grupos de tarefas, fases e meses (março a julho).

**Tabela 1** - Cronograma das fases de planeamento do projeto. (Fonte: da autora).



## 2. Fundamentação teórica

### 2.1 Comunicação integrada

Maior parte das empresas pensam que ter uma identidade visual é o bastante para o sucesso mesma, mas para uma empresa ter sucesso, não é só necessário ter uma boa identidade visual é preciso *“saber comunicá-la à audiência, sendo que não há melhor forma de o fazer do que através duma estratégia de comunicação”*, (Oliveira, 2018, p. 24).

Um projeto de comunicação integrada necessita de vários componentes de investigação *“com o pensamento estratégico, passando pela uniformização de todas as ações comunicacionais”* (Oliveira, 2018, p. 24), necessitando realizar primeiramente uma análise estratégica da comunicação da *“e a forma como é exercida a sua comunicação dentro da empresa, com a finalidade de transmitir uma mensagem objetiva e sólida ao público”*, (Oliveira, 2018, p. 24).

Para que a evolução de qualquer empresa é necessário destacar que o redesign e a criação de novas estratégias de comunicação de uma empresa são uma *“mais valias para atrair novos clientes, novos mercados o que leva a uma maior dinamização dos seus produtos e serviços”* (Viana, 2016, p.2). Para transmitir qualidade de imagem, ser atrativa, criatividade com qualidade, pode ser muito compensador para a empresa do ponto de vista competitivo. A empresa deve sempre apresentar-se no *“mercado com uma atitude forte, vendendo produtos de qualidade e apostando fortemente na sua comunicação, esta é a base para o sucesso de qualquer identidade”* (Viana, 2016, p.2).

Concluindo, a comunicação integrada é a preparação de planos estratégicos, constituindo todos os elementos da identidade visual e a preservação da imagem com a audiência, transmitindo um discurso coerente e sólido ao público acerca da empresa, entidade ou organização.

### 2.2 Estratégia de Comunicação

A estratégia de comunicação é uma das ferramentas mais importantes comunicação de uma empresa. Um exímio fluxo de informações, uma boa persuasão do público-alvo, a construção de uma imagem positiva, a motivação das pessoas e diversos outros objetivos passam pela maneira como comunicamos.

As estratégias têm que variar conforme o público-alvo, por exemplo para um cliente em que o produto vendido é o final, o tipo de estratégia tem que se adequar de forma a alcançar esse público. No entanto o tipo de estratégia para um cliente não final, empresa entre empresa, a estratégia tem que se adequar de outra forma diferente para alcançar os mesmos. Tal como afirma a autora Genésio (2015, p.13) *“compreender as necessidades e comportamentos do consumidor, dentro de um determinado mercado, bem como perceber qual o posicionamento que a organização e*

*os seus concorrentes assumem nesse universo social*” é o primeiro fator a ser executado para que a empresa tenha sucesso. Sem comunicação os negócios não conseguiriam chegar aos clientes.

A área de clientes deste projeto é o *business to business*, cujo termo técnico é o conceito *B2B*, dirigindo a comunicação a clientes industriais, empresas entre empresas, cuja construção envolve um relacionamento de longo prazo. Atualmente são utilizadas estratégias nas redes sociais, em que têm que ser bem segmentadas e úteis, com o objetivo de venda estabelecer relacionamentos contínuos. Desta forma a toma de decisões através deste tipo de comunicação é algo em que o cliente antes de escolher qualquer empresa industrial, faz uma pesquisa detalhada de qual é a melhor. Os segmentos precisam de ter conteúdos detalhados e completos para demonstrar a experiência, informação e valorização de qualquer empresa.

Concluindo, as estratégias de comunicação neste setor, utilizando esta perspetiva *B2B*, como afirma a Genésio o “estabelecimento destas relações deve ser tido em conta no planeamento estratégico das empresas, e como fator de desenvolvimento” (2015, p.33), salientando-se desta forma que o trabalho de um designer de comunicação e audiovisual é muito importante para a evolução de qualquer empresa.

## **2.3 Identidade visual**

A identidade visual é muito importante e essencial para qualquer empresa, pois permite o seu reconhecimento e do seu valor. O principal fator é definir a forma visual, a “primeira impressão” de quem é a empresa. A identidade visual é não só um conjunto de elementos visuais e gráficos, é uma representação de qualquer organização, demonstrando os seus valores.

Tal como defende Daniel Raposo (2008, p.4), iniciar “*projectos de identidade visual sem dados suficientes sobre o objecto de estudo e convencidos de que vendem um projecto de identidade corporativa, o que quase nunca corresponde à verdade... tal como ocorre com a frequente redução das marcas a um mero exercício para aumentar as vendas*”.

Posto isto, é necessário reconhecer que a identidade visual é muito importante para o sucesso de uma empresa para que deste modo se consiga formar na mente do cliente a imagem da mesma.

### **2.3.1 Marca gráfica e logotipo**

A marca gráfica, como afirma Daniel Raposo “*tem de ser forte o bastante para se destacar em um mercado densamente povoado*” (2008, p.16), para que na primeira impressão do cliente, ele consiga entender o que a empresa traduz. Clarificando “a

marca gráfica pode ser composta por um signo símbolo que procura sintetizar visualmente a essência dos valores corporativos de modo descritivo, metafórico ou casual”, a marca gráfica deverá ser aplicada sobre todos os suportes de comunicação de forma garantir coerência.

O logotipo pode existir por si só, ou pode fazer parte de uma marca gráfica. O logotipo é segundo Raposo “*uma abreviatura, uma sigla ou nome projectado graficamente de forma única*” (2008, p.16). É necessário sempre que o logotipo seja de fácil legibilidade e conforme à identidade a ser representada.

### **2.3.2 Símbolo**

Qualquer símbolo sendo muito vago e nem sempre útil, normalmente, pode tornar-se Daniel Raposo “*símbolos: objectos (desde um anel a um edifício, de objectos construídos a naturais); comportamentos (do comportamento individual aos rituais comunitários); textos (ao nível do discurso, desde palavras individuais até ciclos históricos); ideias (conceitos, imagens); pessoas (reais ou imaginárias).*” (p.11, 2008), ou seja, como a evolução da tecnologia e do aumento significativo de marcas, nos olhos do mundo qualquer coisa pode ser um símbolo. No entanto quando se executa um tem que ser bem pensado para que a primeira impressão seja logo a correta. O Símbolo pode ter vários significados, por isso é muito importante saber exatamente o que se pretende com ele.

### **2.3.3 Tipografia**

A tipografia é essencial par a comunicação e para qualquer Identidade Visual, faz nos saber quais são os valores da identidade tal como sentir o que a mesma pretende transmitir. Tal como afirma Daniel Raposo na Codificação e Descodificação Gráfica, a “*interpretação dos significados conotativos da tipografia corporativa atenda à estratégia de comunicação corporativa e ao contexto ou mercado onde as marcas estudadas operam*” (2011, p.3).

### **2.3.4 Cor**

A psicologia da cor demonstra-nos que a cor é capaz de demonstrar emoções, ligações e demonstrar personalidades ao cliente, sendo assim um fator muito importante para a Identidade Visual. Tal como afirma Heller, todos nós “*conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Dessa forma, cada cor pode produzir muitos efeitos, frequentemente contraditórios. Cada cor atua de modo diferente, dependendo da ocasião*” (2014, p.22).

De acordo Banks (2007) a percepção visual da cor tem associadas sensações. Conforme a tabela abaixo.

**Tabela 2 - Sensação e percepção visual.** (Fonte: Banks (2007) adaptado pela autora).

	<b>Cinza:</b> elegância, humildade, respeito, reverência, sutileza;
	<b>Vermelho:</b> Paixão, força, energia, amor, liderança, masculinidade, alegria(china), perigo, fogo, raiva, revolução, "pare";
	<b>Azul:</b> harmonia, confiança, conservadorismo, austeridade, monotonia, dependência, tecnologia, liberdade, saúde;
	<b>Ciano:</b> tranquilidade, paz, sossego, limpeza, frescor;
	<b>Verde:</b> natureza, primavera, fertilidade, juventude, desenvolvimento, riqueza, dinheiro, boa sorte, ciúme, ganância, esperança;
	<b>Roxo:</b> velocidade, concentração, otimismo, alegria, felicidade, idealismo, riqueza (ouro), franqueza, dinheiro;
	<b>Magenta:</b> luxúria, sofisticação, sensualidade, feminilidade, desejo;
	<b>Violeta:</b> espiritualidade, criatividade, realeza, sabedoria, resplandecência, dor;
	<b>Alaranjado:</b> energia, criatividade, equilíbrio, entusiasmo, ludismo;
	<b>Branco:</b> pureza, inocência, reverência, paz, simplicidade, esterilidade, rendição, união;
	<b>Preto:</b> poder, modernidade, sofisticação, formalidade, morte, medo, anonimato, raiva, mistério, azar;
	<b>Castanho:</b> sólido, seguro, calmo, natureza, rústico, estabilidade, estagnação, peso, aspereza.

A escolha da cor é sem dúvida alguma um fator de importância para o sucesso sendo desta forma um apoio para as necessidades da comunicação. Ou seja, a percepção visual é não só importante para o registo no nosso cérebro como também para a compreensão feita através delas.

Segundo Wheeler, *“na sequência da percepção visual, o cérebro lê a cor depois que regista a forma e antes que leia o conteúdo. A escolha da cor para uma nova identidade requer uma compreensão essencial da teoria das cores, uma visão clara de como a marca precisa ser percebida e diferenciada, bem como uma habilidade em comandar a consistência e o significado na amplitude da mídia”* (2008, p.118).

Os sistemas de cores são apoios às necessidades da comunicação. O sistema CMYK (Cyan, Magenta, Yellow and Key, em português Ciano, Magenta, Amarelo e Preto) é usado em impressão, para assegurar a reprodução de cores precisas, existindo também o sistema RGB (Red, Green and Blue, em português Vermelho, Verde e Azul) que é utilizado para a reproduzir cor em ecrã.



**Figura 2 - RGB, Red, Green and Blue** (Fonte: da autora).



**Figura 3 - CMYK: Cyan, Magenta, Yellow and Key.** (Fonte: da autora).

Concluindo, Wheller afirma que “além das cores essenciais da marca, há um sistema de paletas de cores para dar apoio às necessidades de comunicação. Assegurar a reprodução da cor da marca com ótima precisão é uma das diretrizes que integram a padronização básica e é parte do desafio que apresenta a proliferação de novas ferramentas da mídia” (2008, p.118).

### **2.3.5 Descritivo**

A principal função do descritivo é auxiliar o público de forma que entenda o que a empresa faz, informando sobre a área em que atua e locais. Por isso a linguagem utilizada tem que ser clara e curta.

### **2.3.6 Tagline**

A *tagline* é uma frase curta que fala sobre a alma de um negócio. O propósito é transmitir a essência e os valores da marca em poucas palavras, mas de forma a impactar, de fácil compreensão e que seja memorável. Para Wheller “*as taglines influenciam o comportamento de compra do consumidor ao evocarem uma resposta emocional*” (2008, p.59). Como também “*uma tagline captura a essência, a personalidade e o posicionamento da marca de uma empresa e a diferencia de seus concorrentes*” (Wheeler, 2008, p.59).

## 2.4 Redesign

O Redesign é *“um elemento central na política de inovação e fidelidade com os clientes”* (Erlhoff, 2008, p.329), sendo a reformulação, refazer ou redesenhar o design de algo. Fazendo *“parte da estratégia de comunicação e marketing de uma marca que já está presente no mercado e busca se reposicionar”* (Mioto, 2023, par.8), o que torna a essencial para a visão do público-alvo.

Como afirma Mioto *“adianta pouco uma empresa ter produtos de qualidade se ela não consegue atingir seus clientes ou faz isso sem se atentar a reformulação da identidade visual com o passar do tempo”* (Mioto, 2023, par.10). Ou seja, transmitir a qualidade de uma empresa é muito importante, pois sem ela o cliente não tem a preceção da mesma.

Da mesma forma que houve a evolução tecnológica, *“a forma com que empresas vendem seus produtos e serviços através da internet, a forma de se comunicar com o cliente também sofreu alterações”* (Mioto, 2023, par.13). Atualmente a comunicação visual é sem dúvida alguma um fator decisivo para o reconhecimento de qualquer marca, por isso a atualização da identidade visual através do redesign é essencial para o reconhecimento dos novos clientes. Sendo também importante *“identificar se os produtos ou serviços oferecidos pela sua empresa também mudaram com o passar do tempo”* (Mioto, 2023, par.15).

Concluindo o redesign sendo a recriação de algo que já esteja feito, por vezes tem que considerar a alteração de paletas cromáticas, tipografias ou pictogramas de forma radical para que os objetivos e metas da empresa sejam alcançados.

## 2.5 Webdesign

Um bom *webdesign* possibilita que qualquer empresa, produto, ou serviço tenha presença no maior mercado de todos, a “Esfera Digital”. Através de um *website* bem estruturado, consegue-se transmitir qualidade e ter uma enorme projeção.

Segundo Wheeler, os melhores *websites* compreendem os consumidores, respeitando as suas necessidades e preferências, desta forma uma empresa deverá responder imediatamente a estas questões, *“Quem é essa empresa? O que há nela para mim?”* (Wheeler, 2008, p.144). A forma de expressar uma identidade visual de forma autêntica num *website* é ainda uma *“nova fronteira que os arquitetos da comunicação, arquitetos da informação, designers e engenheiros estão apenas começando a conquistar”* (Wheeler, 2008, p.144). Os *websites* a cada dia que passa são cada vez mais usados como portais e instrumentos de redes sociais.

As fases de desenvolvimento de um *website* podem ser divididas em 4 fases distintas: a Recolha de Informação, o Planeamento, o Design e o Desenvolvimento. *“Na recolha de informação, determina-se o público-alvo, o propósito e as metas. Depois*

*de determinar estes pontos, faz-se uma análise de concorrentes/sites similares nesta, analisa-se a estrutura do website, os seus conteúdos e o estudo de cores” (Costa e Brunner, 2022, p.17).*

*Na fase de planeamento “cria-se um mapa do site, determina-se o número de páginas e o conteúdo de cada, nesta fase desenvolve-se, também, os wireframes do website. Na fase do design determina-se as cores a ser utilizadas e cria-se o layout, os wireframes com cores e imagens escolhidas” (Costa e Brunner, 2022, p.17).*

*Na fase de desenvolvimento “faz-se o desenvolvimento do website” (Costa e Brunner, 2022, p.17).*

*Concluindo “um bom Web Design é importante para a marca, visto que o Website representa a marca e a sua presença online. O design chama a atenção do cliente e cria interesse. Um Web Design bem concebido pode também transmitir confiança e credibilidade” (Costa e Brunner, 2022, p.16).*

## **2.6 Rede social profissional - LinkedIn**

*O LinkedIn é um resumo “das competências individuais, experiência, educação, semelhante a um currículo profissional” (Araújo, 2018, p.7), O facto de o ambiente online permitir ser mais flexível e promover a criatividade, torna que o perfil revele mais informações “que uma carta de apresentação ou currículo” (Araújo, 2018, p.7), enquanto que um currículo tradicional limite a indicação da formação do indivíduo e a experiência adequada para a função, por outro lado, no “LinkedIn os utilizadores podem incluir uma fotografia, escrever uma short blurb para comprovar a sua expertise e adicionar links relacionados com apresentações e portfólios digitais” (Araújo, 2018, p.7).*

*Concluindo, esta plataforma social profissional é uma das principais alavancas da comunicação industrial, proporciona a comunicação entre empresas e o recrutamento de pessoas.*

## **2.7 Fotografia**

*A imagem fotográfica aparenta ser “uma palavra tão fácil de definir, no entanto, a verdade é que engloba uma complexidade e multiplicidade de sentidos. Isto porque a imagem não é apenas o “desenho” que vemos num livro, ou a “fotografia” que acompanha uma notícia de primeira página num jornal, ou o anúncio publicitário que está na paragem do autocarro ou até, a cena de um filme muito conhecido. O vocábulo imagem abrange muito mais do que os exemplos referidos. Definir esta palavra exige pensar, recorrer às nossas memórias e conhecimentos sobre tudo e todos, implica conhecer o mundo e a aparente realidade que nos rodeia” (Martins, 2010, p.3).*

*“Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diferentes tipos de signos, é o mesmo que considerá-la como uma espécie de linguagem universal, visto que*

*é um instrumento de expressão e comunicação facilmente reconhecido por todos” (Martins, 2010, p.4).*

*Concluindo “a fotografia funciona como um instrumento de comunicação que tem como objectivo informar” (Martins, 2010, p.11).*

## **2.8 Indústria Metalomecânica**

Segundo Moreira a indústria metalomecânica é responsável pela *“transformação de metais em produtos desejados, desde a produção de bens e serviços, incluindo máquinas, veículos e equipamentos, com recurso a processos de transformação mecânica (deformação plástica, soldadura, fundição e maquinagem).” (Moreira, 2012, p.3).*

Com a evolução da tecnologia, o ramo industrial teve um enorme avanço. A cada dia que passa as indústrias estão cada vez mais optam pela automatização da produção, retirando alguma mão de obra ao nível da confeção, mas dando por outro lado emprego noutros setores, sendo as máquinas a fazer o papel principal, o que reduz os custos, aumentando a qualidade e reduzindo prazos de confeção/entrega. Todos estes aspetos anteriores são os principais fatores do setor industrial.

Concluindo, a definição geral deste setor é a transformação de metais num produto para várias finalidades diferentes, ou seja, esta área aos ser tão polivalente, torna a sua comunicação muito variada, o que necessidade de uma atenção redobrada e pesquisas muito detalhadas.

## **3. Pesquisa**

### **3.1 Objeto de estudo: Movaço-Movimentação Industrial, Lda**

#### **Contextualização**

A Movaço foi criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, é uma das mais dinâmicas empresas do sector metalomecânico especializada no desenvolvimento de soluções de fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais, de movimentação e outras estruturas metálicas.

Após a iniciativa da sua criação, as formações do Centro de Formação de Castelo Branco e uma obra de apoio à atual Aptiv, impulsionaram a criação final da empresa, sendo assim o primeiro projeto da mesma. Numa conversa informal entre os sócios da empresa, propuseram alguns nomes, chegando à conclusão de juntar a palavra movimentação e aço de forma a formar Movaço (MOV+AÇO).

Desde início sempre obteve uma boa associação relativamente aos clientes, a dimensão e relevo devido à boa relação qualidade/preço que os produtos oferecem, tal como a seriedade nas negociações e ao cumprimento de prazos de entrega.

Alicerçada na experiência, *know-how* e seriedade de uma equipa de quadros técnicos com elevadas qualificações. Através de várias formações, a empresa criou as condições para materializar uma estratégia assente na inovação e para a qual dispõe da mais recente tecnologia.

A empresa tem autonomia financeira, é uma PME Lider, contém as certificações pela norma ISO 9001:2015 (modelo de gestão da qualidade); a 14001:2015 (Sistema de Gestão Ambiental) e a EN1090-2 (Execução de estruturas metálicas), contendo também um parque de máquinas e instalações fabris.

O espírito empreendedor dos sócios tem determinado a dimensão e modernização constante da empresa. Assim, em 1994 e posteriormente em, 2009, 2013 e 2022/2023 foram ampliadas as instalações de modo a dar resposta mais adequada às solicitações do mercado. Atualmente as áreas de soluções que atuam é as soluções de movimentação de cargas, soluções para a indústria do vidro e soluções para a indústria dos pneus.

Havendo uma forte ligação com o cliente, a *Movaço* garante a assistência técnica às soluções implementadas, respondendo de forma afirmativa sempre que o cliente assim o requeira, garantindo a satisfação dos mesmos e o pleno funcionamento dos seus equipamentos, oferecendo os seguintes serviços:

- Soluções à medida do cliente, existindo uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projeto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.

- Montagem e manutenção, proporcionando às suas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico, prestando serviços na área da mecânica, na área elétrica e na automação.

- Apoio ao cliente, oferecendo ao cliente um serviço onde pode obter ajuda nas seguintes áreas: Assistência pós-venda, peças de reserva/reposição, aconselhamento na tomada de decisão e esclarecimento de eventuais dúvidas.

- Estudos de exequibilidade e propostas com soluções técnicas *Lay Out's*.

- Projetos de conjunto e detalhe, fabrico de estruturas e equipamentos, montagem global.

- Quadros elétricos de potência e comando, eletrificação: cablagem potencia e comando.

- Comissionamento, formação de operadora, serviços pós-venda e análise de riscos.

- Incluindo sempre um Estudo do PSS - Plano de Segurança e Saúde, com: análise de riscos, tal como cenário de acidentes possíveis e plano de urgência.

Desta forma, produzem o seguinte:

Sistemas integrados de armazenagem de cargas:

- Paletizadores;
- Despaletizadores;
- Transportadores de rolos e transportadores de correntes;
- Elevadores industriais;
- Carros transportadores de paletes;
- Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados.

Equipamentos e movimentação de cargas:

- Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas;
- Transportadores de tela e corrente,
- Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres;
- Skips.

Equipamentos de pesagem industrial:

- Básculas de camiões;
- Básculas de vagons-caminhos de ferro;
- Plataformas de pesagem;
- Pesagem em tolvas, silos ou transportadores;
- Sistemas de composição e dosificação.

Estruturas metálicas;

- Pontes Rolantes Automáticas;
- Sistemas de Transporte;Me
- Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos);
- Edifícios Industriais;
- Torres Metálicas de Processo.

## **Missão e Visão**

A missão é o propósito, é a finalidade peculiar que diferencia a organização de outra semelhante. É a razão da existência da organização. A missão deve responder à questão “*Qual é o nosso negócio?*” (Ventura, 2023, par.23).

A missão da Movaço consiste em transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que lhe permitem obter elevado nível de automação.

A visão é “aquilo que determina o sucesso de uma organização é a sua capacidade de conceber uma visão e fazer dela uma fonte de inspiração para as pessoas que nela trabalham “(Ventura, 2023, par.2). A visão refere-se aos objetivos de mais longo prazo e mais gerais. A visão descreve as aspirações para o futuro. Para definir a visão de uma empresa deve responder à seguinte questão: “O que queremos ser? Como pretende que a sua empresa seja vista no futuro?” (Ventura, 2023, par.38).

A visão da Movaço é em pertencer a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.

### Valores e Objetivos

“Os valores são qualidades ou características que criam identidade e representam as prioridades da organização assemelhando-se aos valores de uma pessoa. As ações e decisões de uma empresa devem reger-se pelos valores definidos” (Ventura, 2023, par.29).

Os seus valores são seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

Os objetivos da empresa são construir e vender equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade, consolidação da presença no Mercado Nacional e Europeu, entrada nos mercados externos (Comunitário, Palop, Rússia, USS e América Latina), manter uma estrutura de recursos humanos qualificada, estável e dinâmica e manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

### Marca gráfica

A marca gráfica da empresa *Movaço* é registada, porém não contém manual de normas. A marca gráfica atual não demonstra corretamente o valor da empresa. Embora haja uma evolução da marca gráfica antiga para a atual, não é o suficiente.



Figura 4 - Marca gráfica antiga da Movaço. (Fornecido pela empresa).



**Figura 5** -Marca gráfica atual da Movaço. (Fornecido pela empresa)

Por baixo do símbolo encontra-se outro elemento textual, a *tagline*, com um tamanho mais reduzido, de cor azul, notando-se aqui uma hierarquia de informação. Sendo a frase *Your industrial solutions*, traduzindo para o português as suas soluções industriais. É uma frase simples e curta que transmite sobretudo a ideia de que as soluções são feitas à medida do cliente.

A marca gráfica antiga ainda continua a ser utilizada em simultâneo com atual, por exemplo via email e em fita cola, utilizada internamente.



**Figura 6** -Assinatura de email da Movaço. (Imagem da Autora).



**Figura 7** - Fita adesiva, *Movaço*. (Imagem da Autora).

A fonte é utilizada na marca gráfica é "*Gardens Outline*", segundo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderna linear.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

A paleta cromática utilizada são as cores principais: preto, branco, amarelo e o azul.

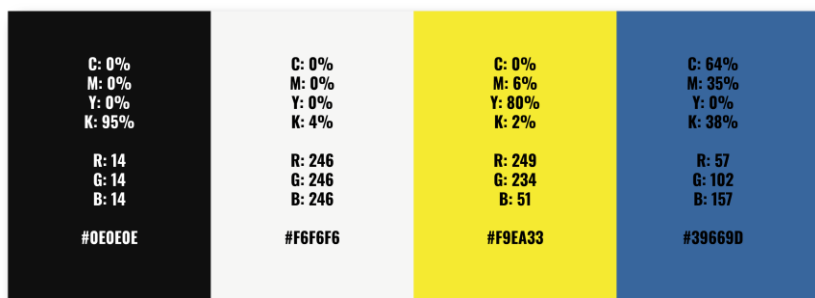


Figura 8 - Paleta de cores da Movaço. (Fonte: da Autora).

## Registo da marca no INPI

De acordo com o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) a Movaço teve o seu primeiro registo como marca nacional em 2012 (tipo de sinal misto), tendo em 2018 voltado a ser registada, porém como marca da união europeia.

Nome da Marca\*: Movaço

Classificação de Produtos/Serviços:

Pesquisar

Modalidade	Nº do Proce...	Nome da Marca	Data do Pe...	Classificação de Nice	Senioridade
marca nacional	280807	MOVACO	27-02-1992	05	
marca nacional	280808	MOVACO	27-02-1992	10	
marca nacional	280809	MOVACO	27-02-1992	35	
marca nacional	500469	MOVAÇO	31-05-2012	07	
marca da união europeia	17306547	MOVAÇO	25-05-2018	06 07 11 37 40 42	

Página 1 de 1 | Processos 1 a 5 de 5

Figura 9 - Registo da marca da Movaço. (Fonte: <https://servicosonline.inpi.pt/pesquisas/main/marcas.jsp?lang=PT>)

## MARCA NACIONAL Nº 500469

### Síntese do Processo

Nº do Pedido	1000043367
Data de Apresentação	31-05-2012
Data do Pedido	31-05-2012
Tipo de Modalidade	Não aplicável a esta modalidade
Fase Actual	REGISTO CONCEDIDO
Data de Início da Fase	22-08-2012
Data de Fim Previsto	---
Situação de Taxas	NÃO HÁ RENOVAÇÕES A PAGAMENTO
Data de Início da Sit.	18-02-2022
Data de Fim Previsto da Sit.	02-12-2031
Taxas Pagas	2
Taxas Devidas	0
Data da Última DIU	---
BPI 1ª Publicação	11/06/2012
Data do Despacho	17-08-2012
BPI do Despacho	22/08/2012
Data de Início de Vigência	31-05-2012
Data Limite de Vigência	---
Titulares	MOVAÇO - MOVIMENTAÇÃO INDUSTRIAL ,LDA.
Mandatário	---
Classificação de Nice	07
Processo em Tribunal	NÃO
Tribunal	---
Data de Envio	---



MOVAÇO

Tipo de Sinal: MISTO

**Figura 10** - Processo do Inpi. (Fonte: <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017906547>).

## Suportes de comunicação digitais

### Website

O *Website* está muito desatualizado, há conteúdos aos quais não é possível aceder, tal como ligações para redes sociais que não possuem, o Facebook e o Twitter. Algumas das funcionalidades não têm utilidade, como o calendário e as notícias. A página inicial contém um menu vertical no lado esquerdo, imagens em *loop* no topo da página, do lado esquerdo apresenta o calendário e o resto das funcionalidades que não funcionam. Abrange no centro da página imagens em grelha que mudam em *loop* fazendo com que apareçam as mesmas imagens algumas partes da grelha. Quanto à parte exterior da página apresenta um xadrez de imagens.

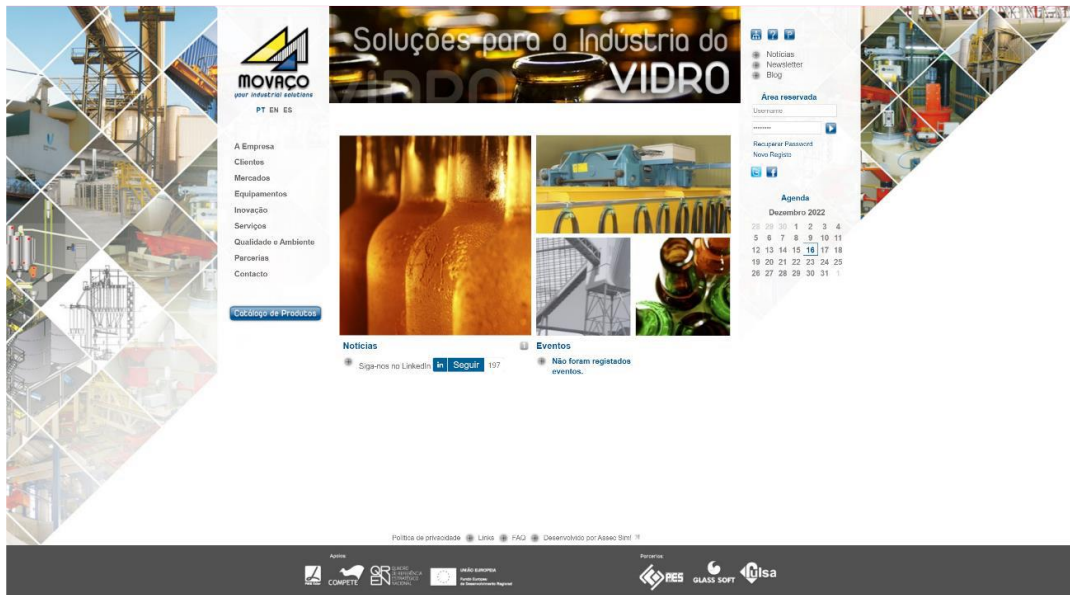


Figura 11 - Página inicial do Website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=0&lang=1>).

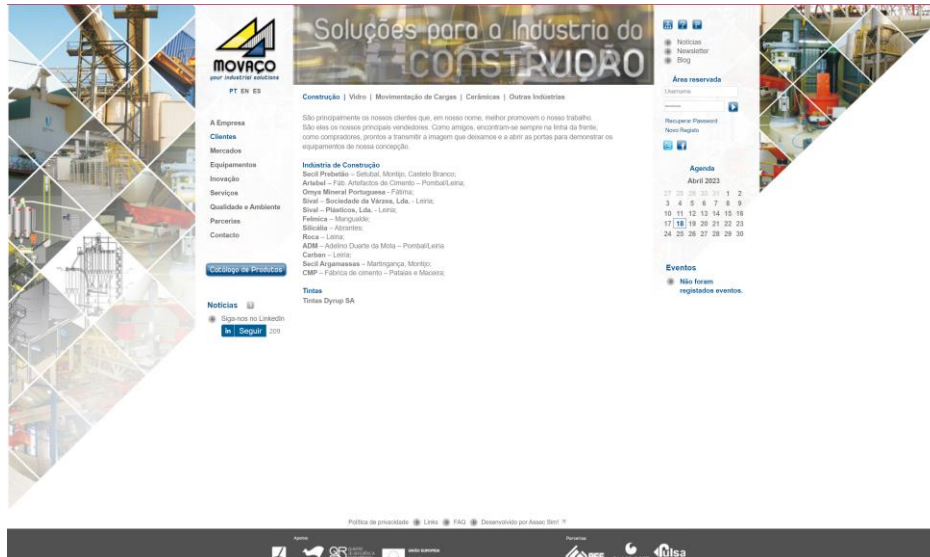
Tem cerca de 10 páginas secundárias. Sendo as seguintes:

- A página secundária relacionada à Empresa, fala sobre a história, os princípios, a visão, a missão e apresenta um organograma do conselho de gestão. O organograma é não é o mais indicado porque não dá entender corretamente o que quer transmitir. O texto tem algumas lacunas e o alinhamento é à esquerda, o que provoca desconforto visual.



Figura 12 - Página secundária sobre "A Empresa" do website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=458&ixf=&lang=1>).

- A página secundária dos Clientes, apresenta os vários ramos em que a empresa atua, estando desatualizado.



**Figura 13** - Página secundária sobre os "Clientes" no *website*, *Movaço*. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=509&lang=1>).

- A página secundária relacionada com o Mercado, apresenta um mapa global onde é possível observar as suas zonas de exportação, que atualmente encontram-se desatualizadas, pois os clientes internacionais atuais são a Bulgária, Alemanha e Estados Unidos da América.



**Figura 14** - Página secundária do mercado do *website*, *Movaço*. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=502&lang=1>).

- A página secundária dos Equipamentos apresenta os diversos produtos que soluciona para as diferentes indústrias: Construção, vidro, movimentação de cargas e outras indústrias, estando igualmente desatualizado.



Figura 15 - Página secundária sobre os "Equipamentos" do website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página secundária relacionada com a Inovação mostra um breve texto explicativo da forma como esta empresa procura inovar e integrar os seus serviços no mercado atual.



Figura 16 - Página secundária sobre a "Inovação" do website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página secundária Serviços clarifica o modo de como a empresa presta o seu trabalho, os diferentes tipos de apoio ao cliente.

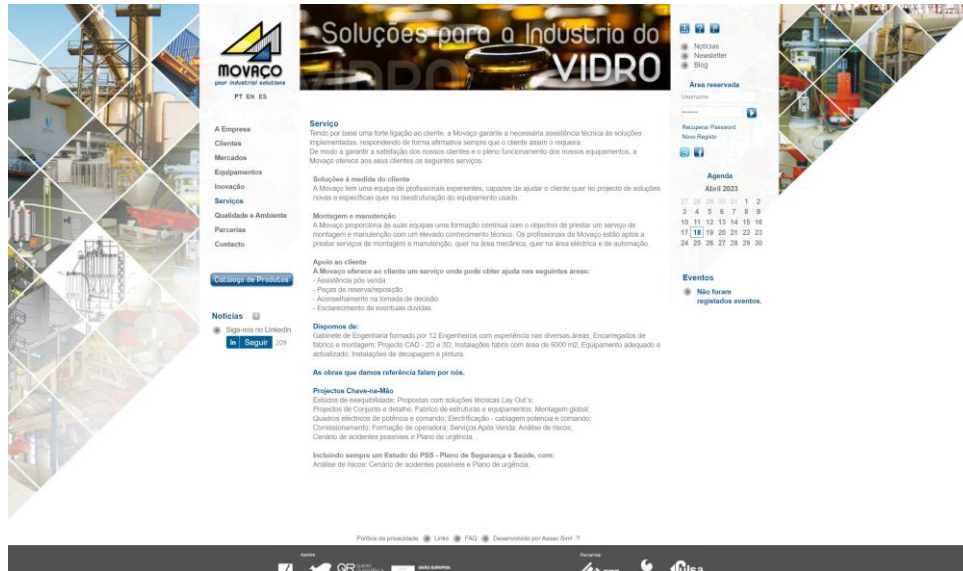


Figura 17 - Página secundária sobre os "Serviços" do website, Movaço. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página secundária Qualidade e Ambiente mostrar ao usuário um breve excerto sobre a empresa e as suas políticas relativamente às parcerias, à eficácia e eficiência e quanto à satisfação dos clientes.



Figura 18 - Página secundária sobre a "Qualidade e Ambiente" do website da Movaço. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página secundária Parcerias mostra as atuais e principais parcerias da empresa. A Glass Soft atualmente ainda é parceria, porém não há informações de que os restantes sejam os mesmos).

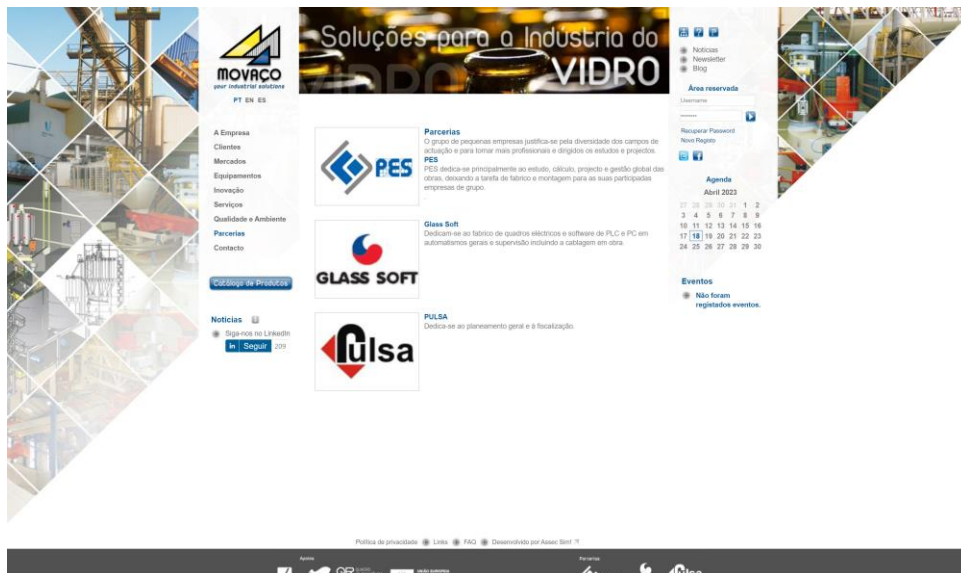


Figura 19 - Página secundária sobre as "Parcerias" do website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página secundária Contacto dá ao visitante informações de todos os contactos telefónicos da empresa, a localização, as coordenadas geográficas, os emails e o fax, que já não é utilizado.

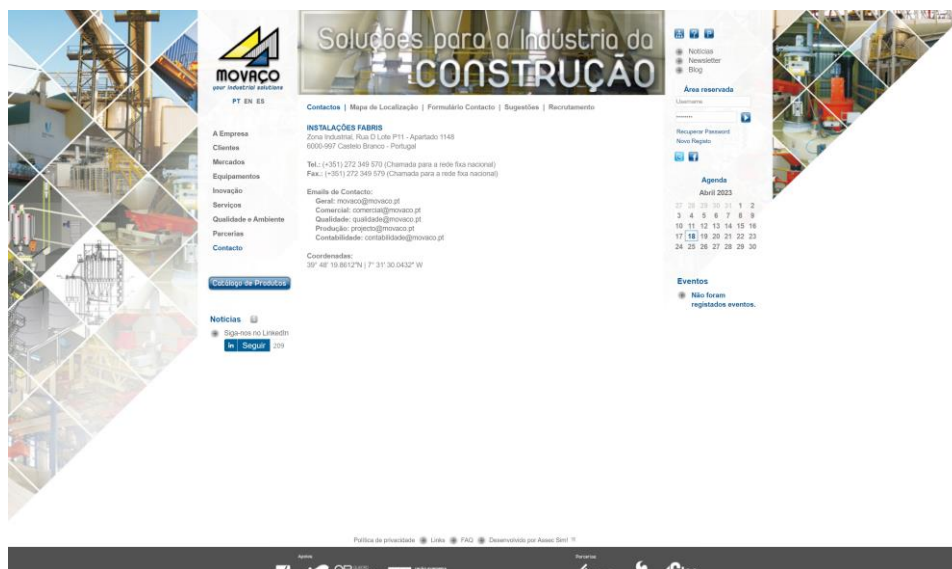
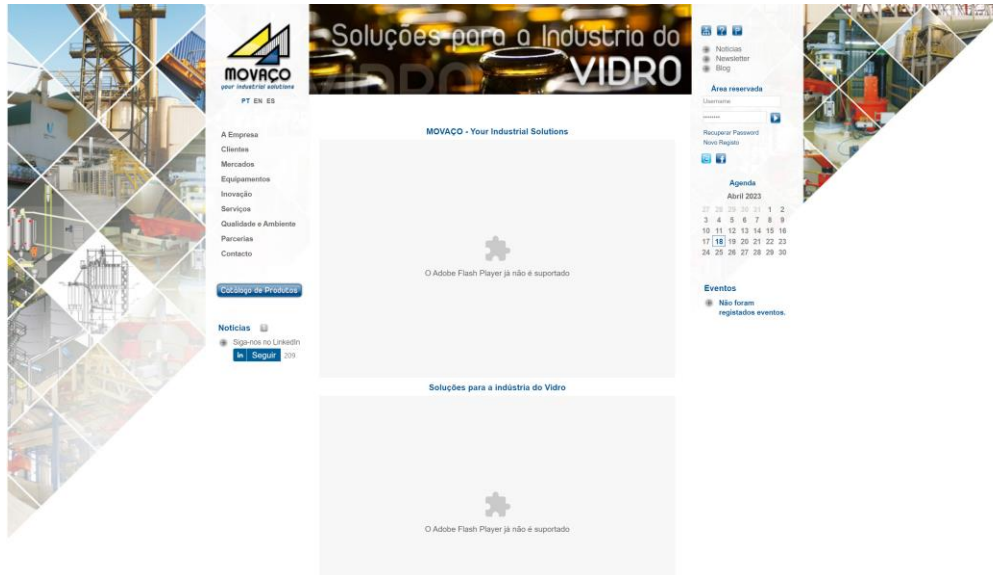


Figura 20 - Página secundária sobre os "Contactos" do website, Movaco. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

- A página Catálogo de produtos mostra os títulos dos produtos, porém sem nenhuma imagem a funcionar.



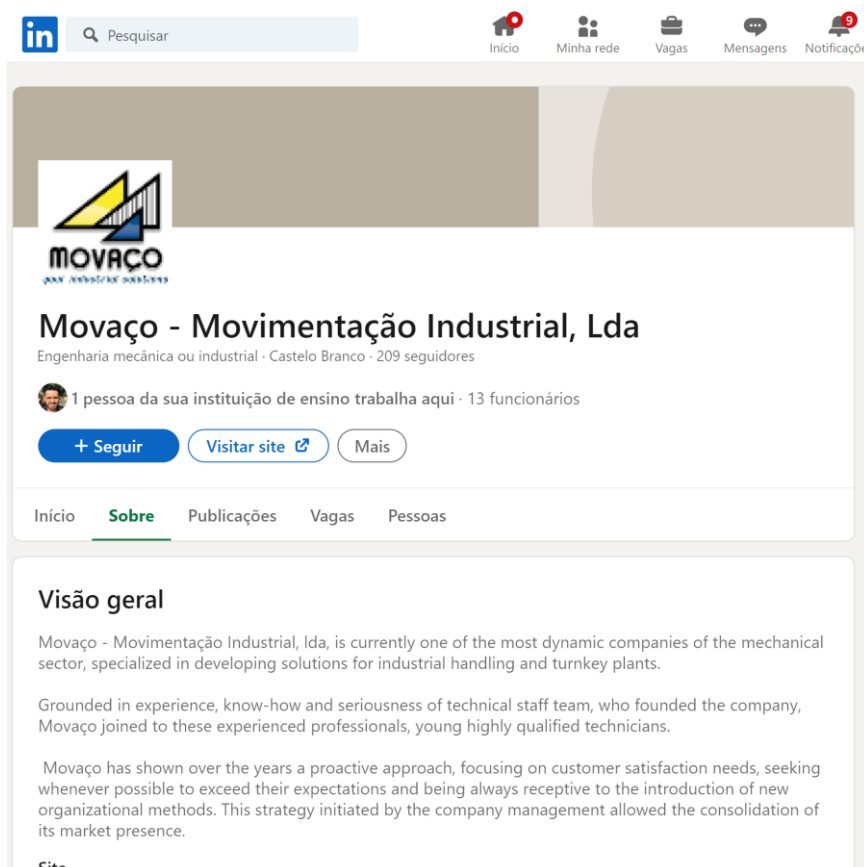
**Figura 21** - Página secundária sobre o "Catálogo de Produtos" do *website*, *Movaço*. (Fonte: <http://www.movaco.pt/?cix=516&lang=1>).

## Rede social profissional

A página oficial do LinkedIn da *Movaço* não é empregue da forma correta, contém uma foto de perfil da marca gráfica sem qualidade e não tem foto de capa. As últimas publicações a foram feitas há cerca de oito anos, não tendo atividade desde então. As informações da empresa encontram-se desatualizadas.

No que toca às publicações feitas e os seus conteúdos, a maior parte são artigos criados pela empresa e partilhados no LinkedIn, comunicando ao público determinados assuntos sobre a empresa. Podemos observar os temas no ponto seguinte relativamente às brochuras.

A empresa tem cerca de 200 seguidores, porém o alcance e interação é o esperado relativamente à quantidade de seguidores.



**Figura 22** - Página do LinkedIn da Movaço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/about/>).

## Suportes de comunicação impressos

### Estacionário

O Cartão de visita encontra-se com os elementos textuais desorganizados, a marca gráfica é a antiga e contém informações desnecessárias, como o fax. Esta desarmonia cria uma má gestão de todos os elementos, criando desconforto visual.



**Figura 23** - Cartão da empresa, Movaço. (Imagem da Autora).

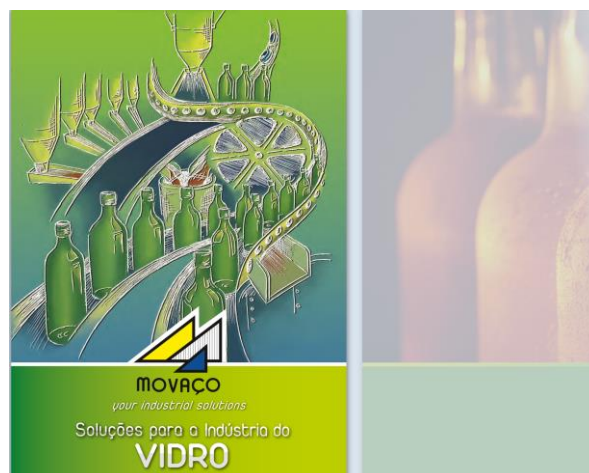
## Brochuras

Os documentos seguintes constam no LinkedIn. A brochura abaixo apresenta maioritariamente a mesma tipografia, letras com cores diferentes, imagens com tamanho incorreto e colocação dos elementos de forma pouco consonante, causando a sensação de informação excessiva em cada página.



**Figura 24** - Brochura sobre a empresa Movaço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents>).

A capa do documento seguinte destaca-se dos restantes, por conter uma linguagem diferente, sendo uma ilustração. A posição dos elementos textuais está comparado com os restantes, mais correta, tal como a disposição das imagens e a cor que utilizam nas letras, sendo apenas o preto, verde e branco.



**Figura 25** - Brochura sobre a solução da Indústria do Vidro, Movaço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents>).

Este documento tem uma linguagem idêntica ao anterior, relativamente à posição dos elementos textuais, que estão melhor posicionados, tal como a disposição das imagens e a cor que utilizam nas letras, sendo preto, branco e azul.



**Figura 26** - Brochura sobre soluções para a Indústria da construção, Movaço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents>).

O seguinte documento tem a mesma grelha de imagens que o *website*, as disposições dos elementos textuais estão bem posicionadas, mas contém muita informação visual devido às imagens de fundo.



**Figura 27** - Brochura sobre a empresa Movaço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/mova%C3%A7o---movimenta%C3%A7%C3%A3o-industrial-lda/posts/?feedView=documents>).

## Manual de Acolhimento e Manual da Qualidade e Ambiente

A *Movaço* disponibilizou o Manual de Acolhimento da empresa que é dado aos colaboradores. Este documento encontra-se com pouca qualidade de imagem, mas a informação é atualizada.

O Manual da qualidade e ambiente apresenta caixas de texto longas com muita informação seguida, torna-o com pouca legibilidade e confuso.

Ambos os manuais podem ser observados na totalidade nos anexos.



Figura 28 - *Movaço*, Manual de Acolhimento. (Fornecido pela empresa).

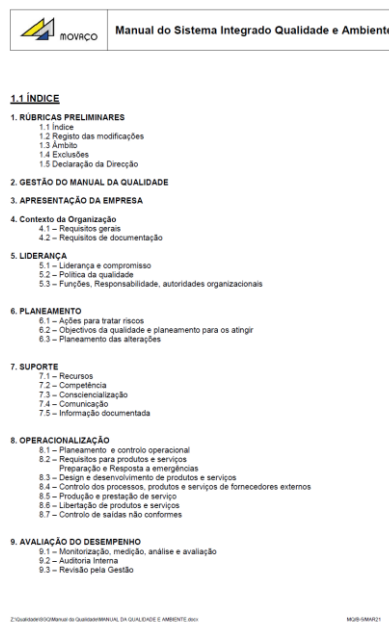


Figura 29 - Manual de Qualidade. (Fornecido pela *Movaço*).

## Vestuário

O colete e o restante vestuário da empresa são majoritariamente azuis, com apenas o logótipo da empresa.



Figura 30 - Colete de colaborador, *Movaço*. (Fonte: da Autora).

## Sinalética

Alguma da sinalética da empresa são folhas A4 impressas com pouca visibilidade, e designações ilegíveis, não funcionando como suportes de sinalização.

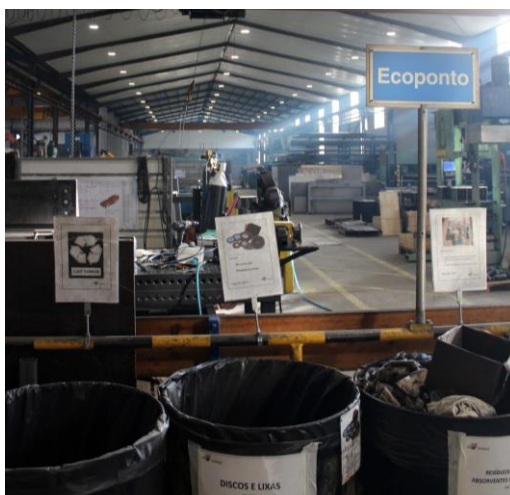


Figura 31 - Sinalética na empresa *Movaço*. (Fonte: da Autora).

## 3.2 Concorrentes

As empresas apresentadas de seguida foram fornecidas pela empresa Movação como possíveis concorrentes diretos.

### Poço - Equipamentos Industriais

#### Contextualização

A empresa Poço foi fundada em 1991, localiza-se em Leiria, e é reconhecida no *“panorama empresarial português e um caso de sucesso no segmento de projetos industriais”* (Poço, 2020, par.1). O ramo da empresa é a metalomecânica, estruturas metálicas e serralharia. A experiência adquirida ao longo dos anos, associada à determinação em abraçar grandes desafios, conduziu a empresa a *“grandes obras, de elevada complexidade, exigência de qualidade e cumprimento de prazos”* (Poço, 2020, par.1).

A mensagem do CEO apresenta com base na experiência acumulada, *“na inovação tecnológica e na criatividade”* (Poço, 2020, par.3), encontrando *“a melhor solução para satisfazer o cliente, criando valor económico, social e ambiental”* (Poço, 2020, par.5), tem como objetivo comprometerem-se com todos os parceiros de negócio. Com uma equipa competente, conhecedora e experiente conseguem *“transportar os mais difíceis obstáculos, com o objetivo de garantir ao cliente as melhores soluções nos prazos acordados”* (Poço, 2020, par.5). A determinação, entusiasmo e espírito de desafio foram crescendo e hoje tem *dimensão, “conhecimento e capacidade para aceitar grandes projetos além-fronteiras e conquistar a quota de mercados como fornecedores da indústria”* (Poço, 2020, par.6). A capacidade de conceção, engenharia, desenvolvimento fabríco e montagem, permitem à empresa um auto titular como a *“Fábrica das fábricas”* (Poço, 2020, par.6).

A missão é a construção *“com base na experiência acumulada, na inovação tecnológica e na criatividade para encontrar a melhor solução para satisfazer o cliente, criando valor económico, social e ambiental”* (Poço, 2020, par.7). A visão é ser reconhecido como *“referência global em estruturas metálicas, equipamentos industriais, soluções completas chave-na-mão e em soluções integradas de desenvolvimento sócio-económico”* (Poço, 2020, par.7). A empresa leva como valores a ambição, orientação para o cliente e as pessoas, a responsabilidade Social e Ambiental, inovação, liderança e geração de valor.

As instalações tiveram um aumento significativo na capacidade de conceção, engenharia e produção, graças a um investimento em meios humanos, novo layout e um conjunto de equipamentos dos mais modernos e tecnológicos do setor, colocando a empresa muito mais competitiva, com *“12.500m<sup>2</sup> de instalações com capacidade de transformação de 1.200 toneladas por mês”* (Poço, 2020, par.3).

Sendo a Poço altamente especializada em projetos industriais de grande envergadura e complexidade, com capacidade estrutural para um grande

envolvimento, graças ao know-how, tecnologias e competências técnicas que imprime na sua execução, produz:

- Estruturas metálicas: pavilhões, edifícios, estruturas para fornos, silo automóveis, estádios e diversos desafios nesta categoria.
- Equipamentos industriais: pórticos rolantes, pontes rolantes, pesagem, transportes de matérias-primas e tratamento de resíduos.
- Engenharia criar e desenvolve indústrias de raiz, na “vertente operacional, Investigação e Desenvolvimento, Engenharia e Projeto, Produção e Montagem e Assistência Técnica” (Poço, 2020, par.4), a produtividade garante e supervisiona por quadros técnicos altamente qualificados nas várias especialidades: engenharia mecânica, engenharia civil, engenharia eletrotécnica, engenharia de polímeros, arquitetura, entre outras.
- Soluções completas: reciclagem de vidro, fábrica de argamassas, fábrica de tubo, plataforma logística, fábrica de estruturas metálicas e armazém frigorífico.

### Marca Gráfica

A marca gráfica composta por logotipo, símbolo e descritivo. É uma marca simples e desatualizada para o ramo em que se encontra. O símbolo é formado por linhas curva, fazendo a alusão à letra P. Utiliza uma linguagem simples, utilizando 3 cores, formas geométricas curvas.



Figura 32 - Marca gráfica, Poço.

A fonte utilizada na marca gráfica é *Bokeseni Extra Bold Expanded* seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear grotesco.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica da *Poço* são o azul, o branco e o laranja. Todas as cores aqui colocada estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

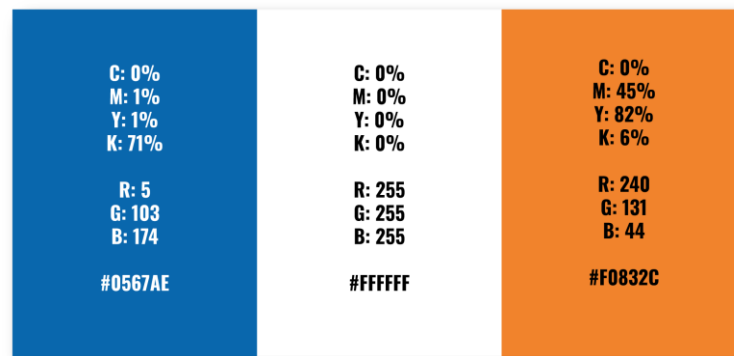


Figura 33 - Código cromático, Poço. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### Website

A página inicial da Poço tem um menu no topo, fixo em todas as páginas, seguidamente mostra uma grelha de imagens em *loop*, apresentando mais a baixo uma breve frase as áreas onde a empresa opera e os principais mercados, através de um gráfico percentual, trabalhando 48% em Portugal, 49% na Europa e 3% no resto do mundo. No fim da página, tal como nas páginas restantes, mostra as empresas associadas à Poço, os principais contactos e as coordenadas GPS. Por fim contém 3 hiperligações para as redes sociais, O Facebook, o LinkedIn e o Youtube.

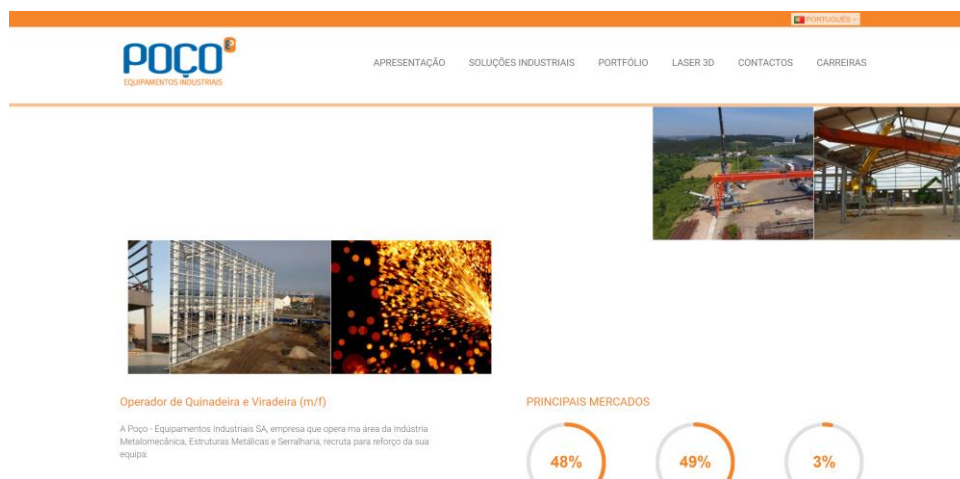
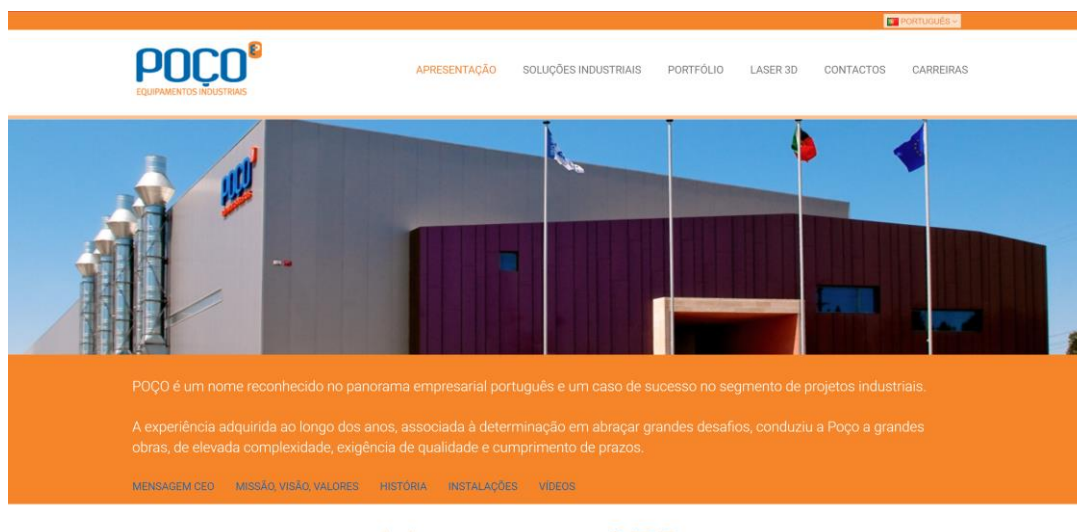


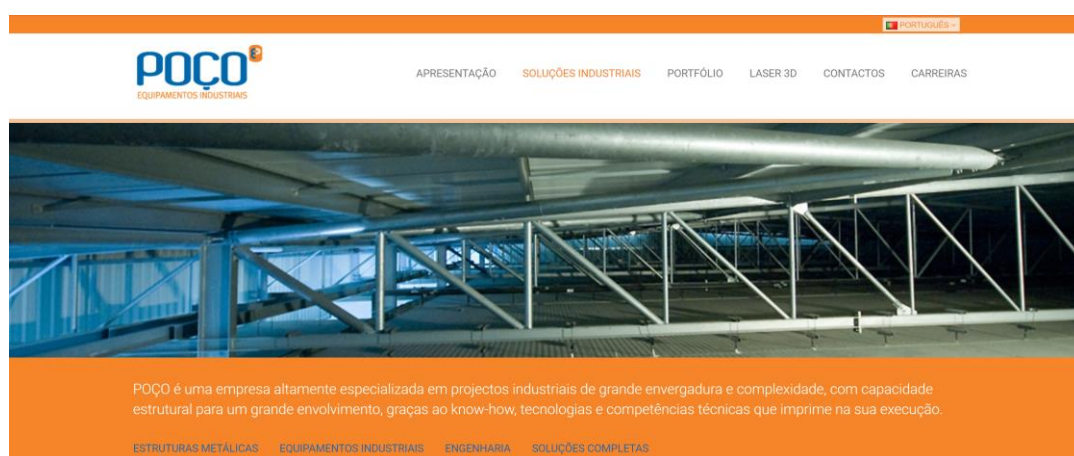
Figura 34 - Página principal, Website, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/>).

A página secundária Apresentação exhibe o reconhecimento da empresa, apresentando de seguida a mensagem do CEO. Depois demonstra a missão, visão e valores da empresa e a história, através de uma *timeline* que não carrega. Seguidamente descreve as dimensões da empresa com texto e imagens e por fim partilha 8 vídeos com hiperligação ao Youtube da empresa.



**Figura 35** - Página secundária Apresentação, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/apresentacao>).

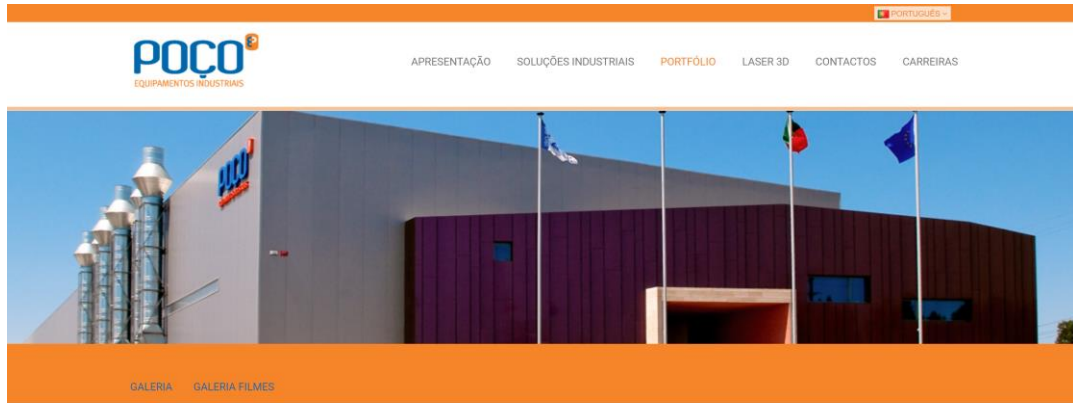
Na página secundária Soluções Industriais, começa por demonstrar uma imagem e seguidamente um excerto sobre a empresa e as suas especialidades. Depois descreve as estruturas metálicas e o que produzem nesse setor com texto e imagens. Mais a baixo fala acerca dos Equipamentos Industriais, descrevendo da mesma forma o que produzem nesse setor. Quanto à engenharia depois de descrever apenas apresenta as respetivas imagens. Por último quando explica as soluções completas, apresenta para que setores as produz.



## Estruturas Metálicas

**Figura 36** - Página secundária Soluções Industriais, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/solucoes-industriais>).

Na página secundária Portfólio apresenta uma galeria de imagens e no fim uma galeria de vídeos, em que os vídeos não estão disponíveis porque é privado.



## Galeria

Figura 37 - Página secundária Portfólio, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/portfolio>).

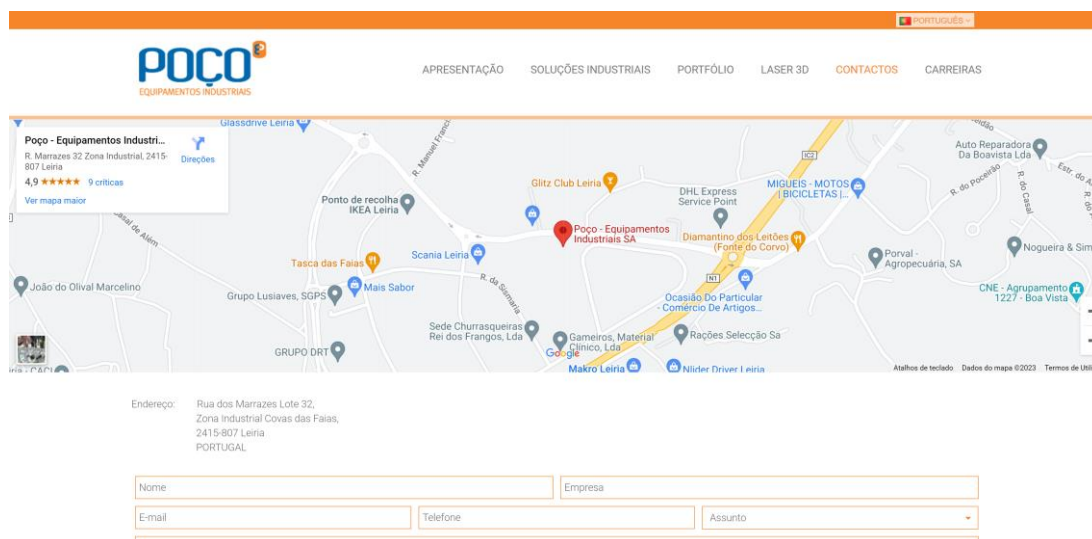
Na página secundária Laser-3D começa por expor uma imagem da máquina e uma explicação da empresa nessa área e como proceder para pedir um orçamento. Depois descreve a máquina e as áreas de aplicação, apresentado depois imagens do mesmo. Por fim mostra um vídeo do procedimento, com ligação ao Youtube e uma galeria de imagens.



## Descrição da Máquina

Figura 38 - Página secundária Laser-3D, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/laser-3d>).

Na página secundária Contactos começa por apresentar um mapa com a localização e seguidamente uma caixa de mensagem.



**Figura 39** - Página secundária Contactos, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/contactos>).

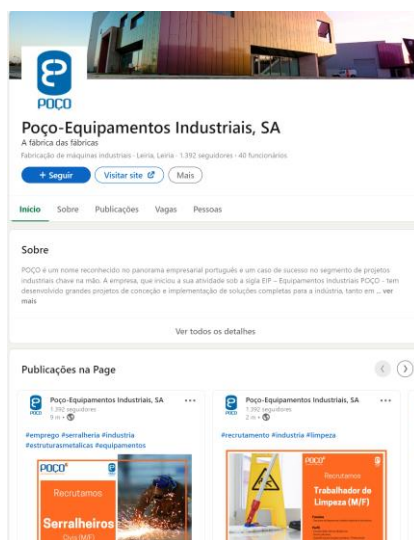
A página secundária Carreiras é uma página de recrutamento, começando por apresentar uma imagem do banco de imagens e um texto sobre o assunto. Fala da missão de captar e formar talentos, como sendo uma das maiores motivações e descreve as oportunidades, demonstrando os requisitos necessários. Por fim apresentam duas imagens de algumas áreas em que é necessário colaborar e descreve como se faz a candidatura.



**Figura 40** - Página secundária Carreiras, *Website*, Poço. (Fonte: <https://www.eip.pt/eip.pt/CARREIRAS>).

## Redes sociais

A página oficial do LinkedIn da *Poço* está apresenta muitas informações necessárias relativamente à empresa, a sua localização, quem são e onde setor onde atuam. A foto de perfil apresenta a marca gráfica da empresa, e a foto de capa uma foto da sede. A *Poço* coloca na página algumas publicações mensais. Tem cerca de 1392 seguidores, porém as publicações não têm muito alcance.

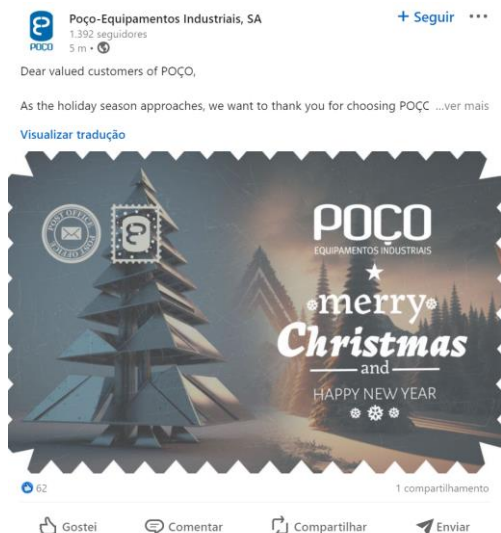


**Figura 41** - Página inicial, LinkedIn, Poço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/>).

As publicações são maioritariamente para o recrutamento de colaboradores, informativas e de campanhas.

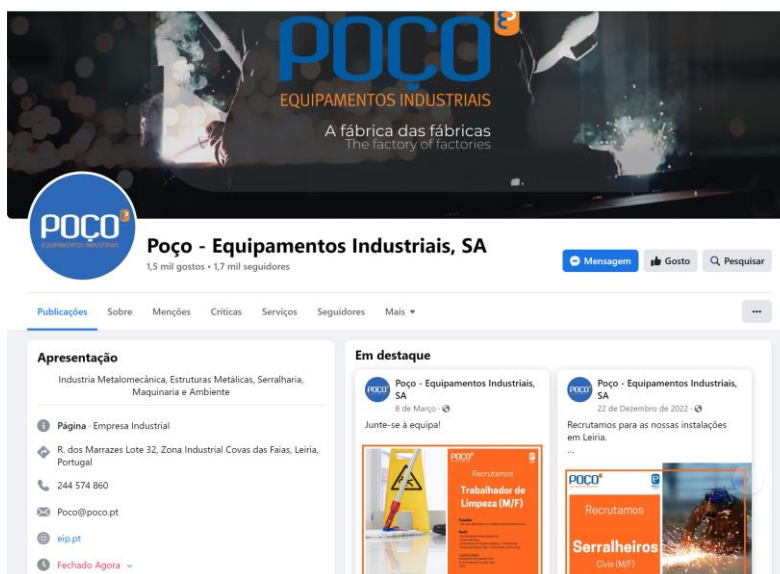


**Figura 42** - Publicação de recrutamento, LinkedIn, Poço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=all>).



**Figura 43** - Publicação campanha, LinkedIn, Poço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?ftem cerca de eedView=all>).

A página do Facebook da empresa Poço tem cerca de 1700 seguidores, porém não tem o alcance esperado.



**Figura 44** - Página inicial, Facebook, Poço. (Fonte: [https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt\\_PT](https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT)).

As publicações são as mesmas que o LinkedIn, são maioritariamente para o recrutamento de colaboradores, informativas e de campanhas. A frequência de publicação é mensal.



**Figura 45 -** Publicação recrutamento, Facebook, Poço. (Fonte: [https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt\\_PT](https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT)).



**Figura 46 -** Publicação evento, Facebook, Poço. (Fonte: [https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt\\_PT](https://www.facebook.com/Eipoco/?locale=pt_PT)).

A página do Youtube da empresa contém 11 vídeos de caris institucional e de produção de projetos. Os vídeos estão em inglês e em português. Contém 9 subscritores. O tempo dos vídeos varia entre 1 minuto e 25 segundos e 4 minutos e 36 segundos. Apresenta qualidade de imagem, um design adequado e uma edição bem trabalhada. A frequência com que publicam é anual.

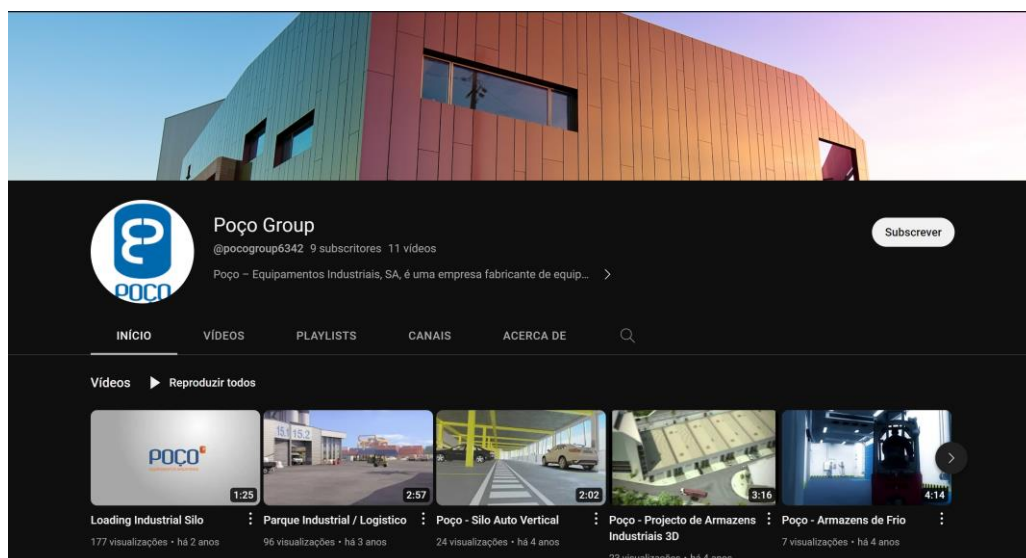


Figura 47 - Página inicial, Youtube, Poço. (Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=kNM2BxXwl54&ab\\_channel=Po%C3%A7oGroup](https://www.youtube.com/watch?v=kNM2BxXwl54&ab_channel=Po%C3%A7oGroup)).

## Suportes de comunicação impressos

### Brochuras

As brochuras apresentadas de seguida estão presentes no LinkedIn. As brochuras que apresentam tem caris informativo e catálogo de projetos que executaram. A qualidade de imagem e o design utilizado representam corretamente a empresa.



Figura 48 - Brochura catálogo, Poço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaisa/posts/?feedView=documents>).



**Figura 49** - Brochura informativa, Poço. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/po%C3%A7o-equipamentosindustriaissa/posts/?feedView=documents>).

## Vidromecânica

### Contextualização

A empresa Vidromecânica foi fundada em 1984, a localização da fábrica é na Marinha Grande e a sede em Lourinhã. É uma fábrica de equipamentos térmicos e de tratamento de superfície para a indústria vidreira. A tecnologia resulta de uma *“experiência superior a 30 anos dos seus principais técnicos e de uma estreita colaboração com inúmeras fábricas de vidro”* (Vidromecânica, 2022, par.1). É formado por um vasto grupo de especialistas de grande valia técnica, utilizando sistemas de CAD, tal como especialistas em tratamento térmico do vidro, onde podem estudar *“qualquer pedido para arcas de recozimento, arcas de têmpera, fornos estáticos, fornos de pré-aquecimento de moldes, fornos de choque térmico...”* (Vidromecânica, 2022, par.2). Em colaboração com os clientes, comprometem-se a desenvolver máquinas de grande desempenho feitas à medida do cliente. Os especialistas tratam de desenvolver, conceber e fabricar máquinas, desenvolver sistemas de controlo, fabricar quadros de comando e instalar software.

A fábrica tem 8000 m<sup>2</sup>, tem 50 colaboradores e a equipa á composta por departamento de projeto, projeto mecânico, projeto elétrico, automação/ programação, I&D, produção mecânica, produção elétrica, subcontratados,

departamento de compras, departamento comercial, departamento de qualidade e departamento financeiro.

Tem por missão *desenvolver, “fabricar e comercializar equipamentos destinados à indústria vidreira, com tecnologia e qualidade de excelência”* (Vidromecânica, 2022, par.3), para contribuir para o incremento da produtividade dos clientes, comprometendo sempre com a investigação e desenvolvimento de *soluções técnicas “inovadora destinadas a simplificar a utilização dos equipamentos, a reduzir os consumos energéticos e a aumentar a sua longevidade”* (Vidromecânica, 2022, par.3). Sendo a Vidromecânica uma empresa dinâmica e persistente tem com valores o respeito, integridade e cooperação para atingir objetivos comuns.

Produzem para várias categoria de equipamentos: vidro de embalagem, decoração de vidro, vidro de mesa, vidro plano, vidro técnico e *retrofit*, produzindo agitadores, arca de recozimento, arrastadores de casco, empurrador de garrafas, escova de limpeza de tapete, forna pré-aquecimento de moldes, máquina de choque térmico, moinhos de martelos, sistemas doseadores, teste, transportador transversal com roda transfere, tratamento a ácido oleico, tratamento de superfície a frio, tratamento de superfície a quente, arcas de decoração, empurrador de garrafas, escova de limpeza de tapetes, fornos de recozimento e decoração, linhas de têmpera tapete e linhas de têmpera tornetes.

### Marca Gráfica

A marca gráfica composta por logotipo e descritivo. É uma marca simples e atualizada para o ramo em que se encontra. Utiliza uma linguagem simples, utilizando 3 cores, formas geométricas curvas.



Figura 50 - Marca gráfica, Vidromecânica.

A fonte utilizada na marca gráfica é inspirada em *Philo Logic XP-Expanded Regular* seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica, no website e em outro tipo de publicações são o cinza, o preto, azul e o verde, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

<b>C: 71%</b> <b>M: 61%</b> <b>Y: 0%</b> <b>K: 47%</b>  <b>R: 39</b> <b>G: 53</b> <b>B: 136</b>  <b>#273588</b>	<b>C: 0%</b> <b>M: 0%</b> <b>Y: 0%</b> <b>K: 0%</b>  <b>R: 255</b> <b>G: 255</b> <b>B: 255</b>  <b>#FFFFFF</b>	<b>C: 29%</b> <b>M: 0%</b> <b>Y: 64%</b> <b>K: 25%</b>  <b>R: 135</b> <b>G: 190</b> <b>B: 69</b>  <b>#87BE45</b>	<b>C: 6%</b> <b>M: 6%</b> <b>Y: 0%</b> <b>K: 87%</b>  <b>R: 30</b> <b>G: 30</b> <b>B: 32</b>  <b>#1E1E20</b>
--	---	---	---

Figura 51 - Código cromática, Vidromecânica. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### Website

A página inicial contém um menu no lado superior esquerdo, com 10 páginas secundárias. Começa por apresentar um conjunto de imagens em cascata, com informação do setor onde a empresa atua. Depois apresenta os equipamentos que produz para cada setor. Mais a baixo apresenta a quanto a quantidade de máquinas produzidas, cliente, a idade da empresa e para quantos países exportam, mostrando em seguida um mapa mundo com os mesmos. No fim mostra algumas notícias, um vídeo institucional e uma breve apresentação da empresa, com as suas localizações e contactos. Todas as páginas têm afixado uma caixa de mensagem para o utilizador entrar em contacto com a empresa.



Figura 52 - Página inicial, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/home>).

A página secundária Contactos começa com uma imagem da produção da empresa e em seguida apresenta a localização da sede e da fábrica, juntamente com um mapa, depois têm uma caixa de mensagem.



**Figura 53** - Página secundária Contactos, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/contactos>).

A página secundária Quem Somos mostra primeiramente uma imagem e em seguida um texto sobre a empresa, com todas as informações essenciais. Depois mostra um vídeo com um *whiteboard* a explicar a história da empresa. Mais a baixo apresenta a missão e os valores da empresa, tal com as dimensões, quantidades de colaboradores e fábricas. explica através de um excerto a equipa e as áreas dos colaboradores.



**Figura 54** - Página secundária Quem Somos, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/quem-somos>).

A página secundária Equipamentos começa como em todas as páginas, por apresentar uma imagem, neste caso de uma máquina, e em seguida mostra os equipamentos para as diferentes categorias em que atua. Utilizam imagens para cada equipamento e pictogramas para as diferentes áreas.



**Figura 55** - Página secundária Equipamentos, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/equipamentos>).

A página secundária Layouts depois da imagem inicial apresenta vários projetos da empresa com imagens e texto.



**Figura 56** - Página secundária Layouts, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts>).

A página secundária Download após a imagem inicial apresenta vários pdf com os projetos e equipamentos produzidos.



Figura 57 - Página secundária Layouts, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/layouts>).

A página secundária Apoios tem 4 subpáginas com os apoios que a empresa trabalha. As páginas apresentam objetivos de cada apoio e como funcionam.

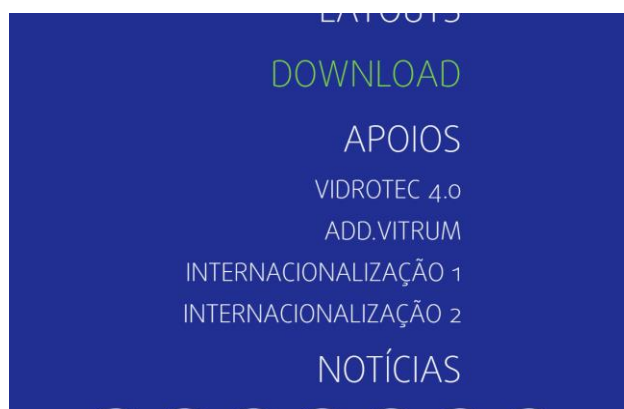


Figura 58 - Página secundária Apoios, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt>).



Figura 59 - Subpágina Vidrotec, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/vidrotec-4-0>).

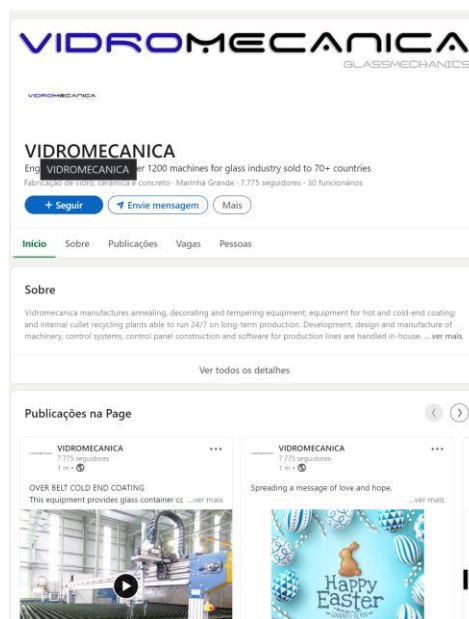
A página secundária Notícias depois de apresentar uma imagem e em seguida várias notícias de caris noticiário e eventos. Todas as notícias têm título a *bold*, uma breve descrição e uma imagem.



**Figura 60** - Página secundária Notícias, *website*, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.vidromecanica.pt/pt/noticias>).

## Redes sociais

A página oficial do LinkedIn da Vidromecânica apresenta muitas informações necessárias relativamente à empresa, a sua localização, quem são e onde setor onde atuam. A foto de perfil e de capa é a marca gráfica da empresa A *Vidromecânica* coloca na página algumas publicações mensais. Tem 7775 seguidores, porém as publicações não têm muito alcance.



**Figura 61** - Página inicial, LinkedIn, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/>).

As publicações feitas são de caris informativo, institucional, campanhas e eventos, tal como partilhas informais do quotidiano.



Figura 62 - Publicação LinkedIn, campanha, Vidrocerâmica. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images>).

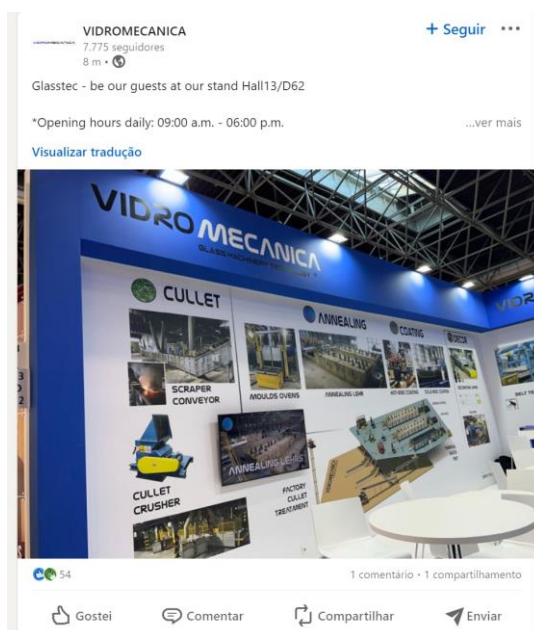
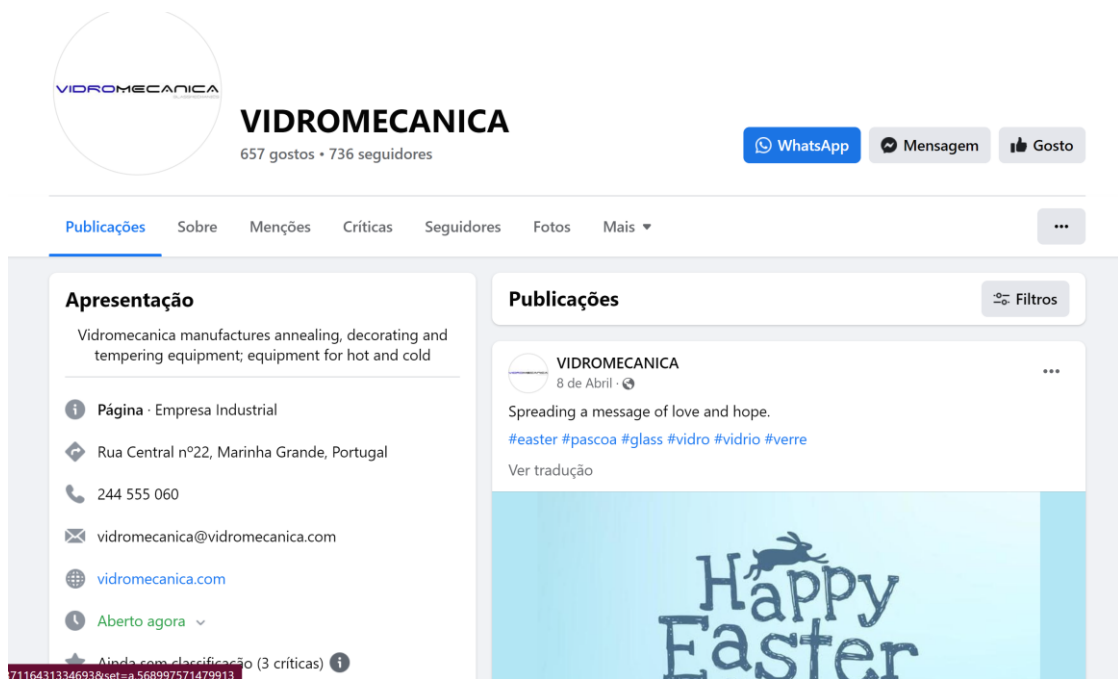


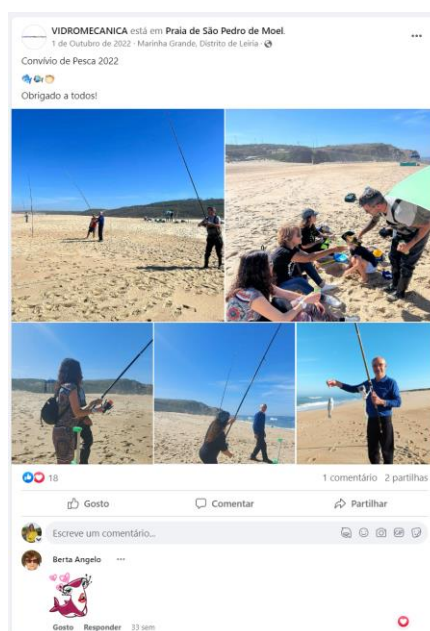
Figura 63 - Publicação LinkedIn, evento, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/vidromecanica/posts/?feedView=images>).

A página inicial do Facebook da Vidromecânica contém várias informações adequadas sobre a empresa e tem 736 seguidores, porém não tem o alcance esperado.



**Figura 64** - Página principal, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.facebook.com/vidromecanica>).

As publicações são as mesmas que as do LinkedIn, informativa institucionais, campanhas, eventos e informações do quotidiano.



**Figura 65** -Publicação evento, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.facebook.com/vidromecanica>).



Figura 66 - Publicação institucional, Facebook, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.facebook.com/vidromecanica>).

A página do Twitter da empresa Vidromecânica abrange as informações essenciais da empresa, tendo 352 seguidores, porém não tem o alcance esperado.



Figura 67 - Página inicial, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <https://twitter.com/VIDROMECANICA>).

As publicações tal são exatamente das mesmas que as redes sociais anteriores.



Figura 68 - Página principal, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <https://twitter.com/VIDROMECHANICA>).



Figura 69 - Publicação campanha, Twitter, Vidromecânica. (Fonte: <https://twitter.com/VIDROMECHANICA>).

A página do Youtube da empresa contém vários vídeos institucionais com frequência, semanalmente desde à sete meses atrás. O tempo de cada vídeo varia entre 24 segundos e 3 minutos e 49 segundos.

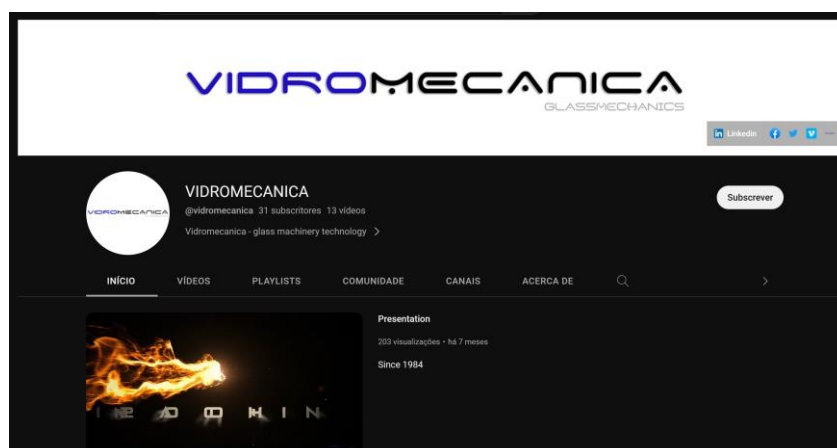


Figura 70 - Página Youtube, Youtube, Vidromecânica. (Fonte: <https://www.youtube.com/@vidromecanica/videos>).

A página do Instagram apresenta uma pequena descrição da empresa, tem 267 seguidores e a frequência com que fazem publicações é mensal. As publicações continuam a ser as mesmas que nas outras redes sociais.

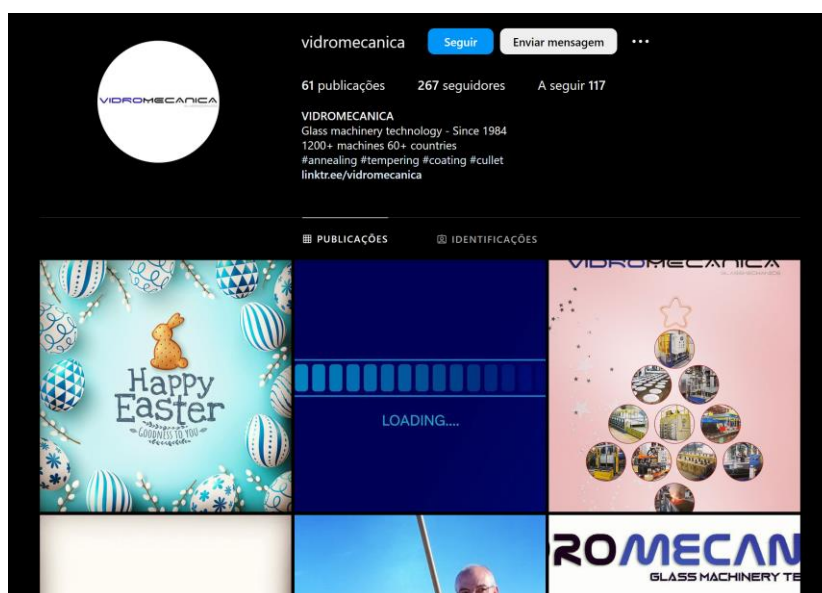


Figura 71 - Página principal, Instagram, vidromecânica. (Fonte: <https://www.instagram.com/vidromecanica/>).

A página do Pinterest da Vidromecânica tem 379 visualizações. As imagens que partilham são as mesmas que as redes sociais já apresentadas.

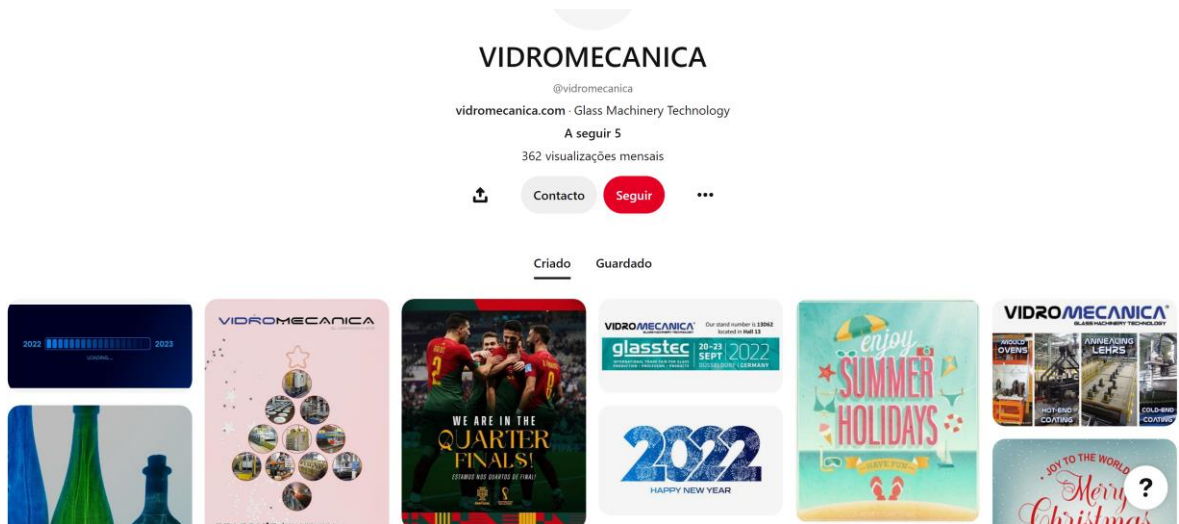


Figura 72 - Página inicial, Pinterest, Vidromecânica. (Fonte: [https://www.pinterest.pt/vidromecanica/\\_created/](https://www.pinterest.pt/vidromecanica/_created/)).

A página do Vimeo tem 2 seguidores, apresenta várias informações básicas da empresa e foi criada em 2012. Os vídeos partilhados são alguns dos que estão no Youtube, com caris institucionais.

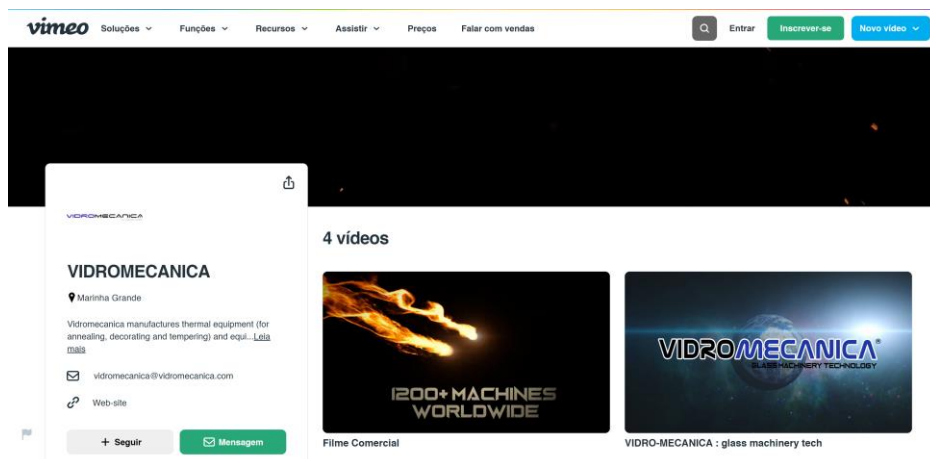


Figura 73 - Página principal, Vimeo, Vidromecânica. (Fonte: <https://vimeo.com/vidromecanica>).



## Icebel

### Contextualização

A Icebel foi fundada em 1993, localiza-se na Marinha Grande, é uma empresa com capacidades de engenharia e produção de sistemas automáticos para equipamentos de Zona fria no setor do vidro de embalagem, sendo o principal foco o *“fornecimento e instalação de equipamentos a ser instalados desde a saída da arca de recozimento até à entrada do armazém de produto acabado”* (Icebel, 2022, par.1). No início começou por desenvolver a sua atividade em instalações arrendadas e, em 1996, construiu as próprias instalações numa zona industrial perto da Marinha Grande, tendo adquirido, em 2002, uma nova unidade industrial que permitiu duplicar a sua capacidade. *“Desde então, a empresa tem vivido um crescimento gradual, fornecendo equipamentos para várias indústrias: vidreira, plástica, corticeira, alimentar, bebidas, lubrificantes e tintas”* (Icebel, 2022, par.2).

Sendo a Marinha Grande considerada a Capital do Vidro devido à forte presença da indústria vidreira, a Icebel expandiu a sua atividade nesse setor. Para além disso, a empresa enfrentou inúmeros desafios e oportunidades e tornou-se uma referência na indústria local. *Em 2017, a Icebel “fez um novo investimento na expansão das suas instalações, tendo duplicado a sua capacidade”* (Icebel, 2022, par. 2). Em 2020, a Icebel levou a cabo a sua visão de ser reconhecida como um *“player relevante na indústria do vidro de embalagem e, em 2022, construiu mais dois pavilhões, duplicando novamente a sua capacidade para estar preparada para novos desafios internacionais”* (Icebel, 2022, par.2).

A Missão da empresa é *“estudar e conceber, construir, montar e fornecer sistemas automatizados de fim-de-linha”* (Icebel, 2022, par.3), a visão é serem *“reconhecidos como um player relevante no fornecimento de soluções inovadoras e sustentáveis em sistemas de transporte, paletização e despaletização para a indústria vidreira, nos principais mercados internacionais”* (Icebel, 2022, par.3) e os valores são *“Integridade, Confiança e Excelência, adotando os mais elevados padrões de honestidade, reconhecimento dos seus colaboradores, comportamento ético e moral, refletindo-se na melhoria contínua dos seus processos, e no necessário carácter Inovador e Sustentável dos seus produtos e serviços”* (Icebel, 2022, par.3).

Os serviços que executam são a engenharia com *“desenhos de layouts, desenhos técnicos de equipamentos mecânicos, desenvolvimento de software, esquemas elétricos e programação de PLC e HMI”* (Icebel, 2022, par.4), os projetos chave-na-mão que fornecem *“soluções plug and play”, a formação para “, capacitar equipas a garantir a eficiência da linha e a qualidade do produto”* (Icebel, 2022, par.4), o serviço pós-venda para manter o *“contacto com os seus clientes no pós venda”* (Icebel, 2022, par. 4), as Peças de Reserva disponibiliza *“peças de reserva necessárias para os equipamentos por si instalados, dispondo de um armazém de peças críticas de reserva”* (Icebel, 2022, par.4) e a Manutenção de forma a *“funcionamento adequado do equipamento”* (Icebel,

2022, par.4), dando assistência com objetivo de preservar a longevidade dos equipamentos.

As soluções que criam são maioritariamente para a indústria do vidro de embalagem, produzindo linhas de inspeção, sistemas de paletização, sistemas de transporte de paletes e sistemas de manuseamento de paletes. As soluções para as outras indústrias fazem sistemas de manuseamento de produto e sistemas de transporte de produto.

### Marca Gráfica

A empresa utiliza duas marcas gráficas diferentes sendo ambas compostas por logotipo e símbolo, no entanto a marca gráfica presente no *website* contém descritivo. Sendo cada delas uma marca simples e atualizada para o ramo em que se encontra. O símbolo é constituído por formas com linguagem simples, utilizando duas cores, formas geométricas curvas.



Figura 75 - Marca gráfica, *website*, Icebel.



Figura 76 - Marca gráfica, LinkedIn, Icebel.

A fonte utilizada na marca gráfica é *Madani Arabic Semi Bold* seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear geométrico.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica da presente no *website* são o cinza e o branco e a do LinkedIn são dois tons de azul. Em ambos os casos, a transição de cor é feita através de degrade. Todas as cores aqui colocada estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

C: 72% M: 29% Y: 0% K: 59%  R: 23 G: 75 B: 105  #1D4B69	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  R: 255 G: 255 B: 255  #FFFFFF	C: 69% M: 29% Y: 0% K: 18%  R: 66 G: 149 B: 210  #4295D2	C: 0% M: 1% Y: 1% K: 30%  R: 179 G: 178 B: 177  #B3B2B1	C: 17% M: 10% Y: 0% K: 89%  R: 24 G: 26 B: 29  #181A1D
--	---	---	--	---

Figura 77 - Código cromático, Icebel. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### Website

O *website* tem um design adequado e contém uma qualidade na escolha e na imagem, sendo funcional e simples de aceder. A página inicial contém um menu fixo no canto superior direito com 8 página secundárias e apresenta um vídeo de máquinas em funcionamento em *loop*. Mais a baixo fala um pouco sobre as soluções da empresa, com texto e imagens. De seguida fala brevemente dos serviços com utilizando pictogramas e texto. Seguidamente mostra um mapa mundo com os países para que trabalham e uma caixa de mensagem para o utilizar entrar em contacto com a empresa. Por último tem um rodapé fixo com algumas informações da empresa, redes sociais, contactos e localização.



Figura 78 - Página inicial, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/home.html>).

A página secundária Sobre nós apresenta uma imagem da empresa e depois uma definição de quem é, a quantidade de colaboradores, clientes, países e soluções. De seguida descreve a missão, visão e valores da mesma através de pictogramas e texto. Mais a baixo relata a história da empresa e apresenta um cronograma com as principais etapas.



## Quem **somos nós**

A Icebel é uma empresa com capacidades de engenharia e produção de sistemas automáticos para equipamentos de Zona Fria no setor do

**Figura 79** - Página secundária Sobre nós, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/company/about-us.html>).

A página secundária Qualidade apresenta a gestão de qualidade da empresa com os clientes, colaboradores. Fornecedores e sustentabilidade, utilizando breves descrições e pictogramas. Por último demonstra as certificações que contém.



## Gestão de Qualidade

A Icebel traçou uma política com base na partilha da missão, da visão e dos objetivos

**Figura 80** - Página secundária Qualidade, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/company/quality.html>).

A página secundária A nossa estratégia de Sustentabilidade demonstra primeiramente os objetivos de desenvolvimento sustentável, os cinco ODS, descrevendo e apresentando uma imagem relativa a cada um.



## Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Estratégia de sustentabilidade da Icebel baseia-se em cinco pilares estratégicos que resultam da identificação dos ODS (Objetivos

**Figura 81** - Página secundária Estratégia de Sustentabilidade, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/company/sustainability.html>).

A página secundária Soluções para a Indústria do Vidro de Embalagem demonstra as diversas soluções para este setor através de imagem e um texto informativo.



As nossas Soluções para a

**Figura 82** - Página secundária Indústria do Vidro, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/solutions/glass-industry.html>).

A página secundária Soluções para diferentes Indústrias tal como na página anterior apresenta os vários equipamentos que produzem para as outras empresas sem ser as do vidro, demonstrando imagens e descrições.



As nossas Soluções para Outras Indústrias



**Figura 83** - Página secundária Diferentes indústrias, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/solutions/other-industries.html>).

A página secundária Serviços descreve todos os serviços que executa, tal como, engenharia, projetos chave-na-mão, formação, pós-venda, peças de reserva e manutenção. Todos estes serviços são descritos e apresentam imagens.



**Figura 84** - Página secundária Serviços, *website*, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/services/services.html>).

A página secundária Contactos contém uma caixa de mensagem e todos os contactos da empresa.

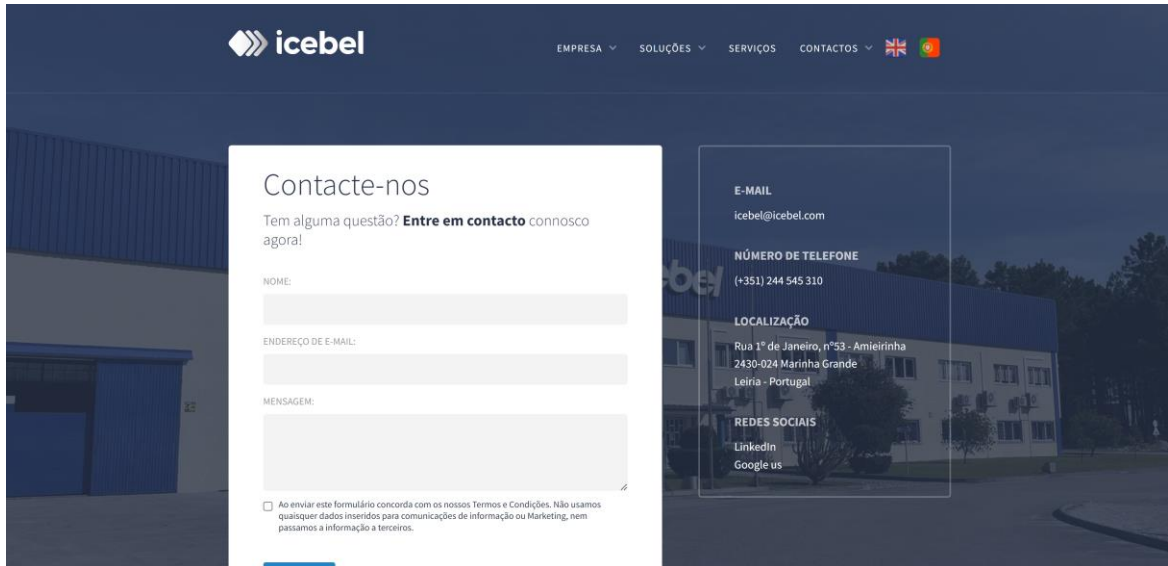


Figura 85 - Página secundária Contactos, website, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/contact/contact-us.html>).

A página secundária Trabalho connosco é para o recrutamento de colaboradores através de uma caixa de mensagem com todas as informações necessárias.

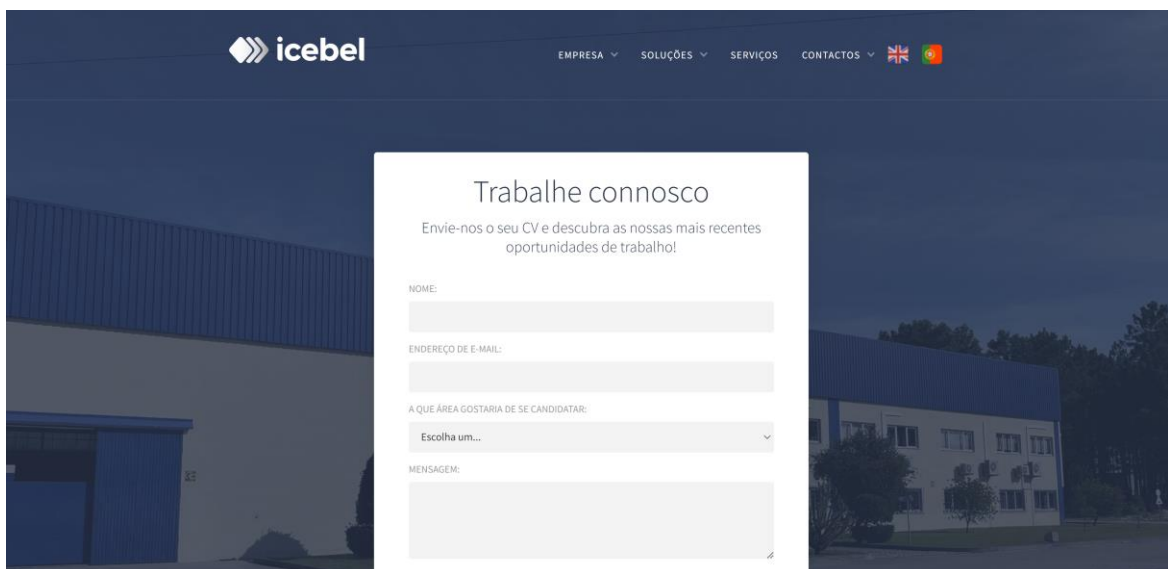
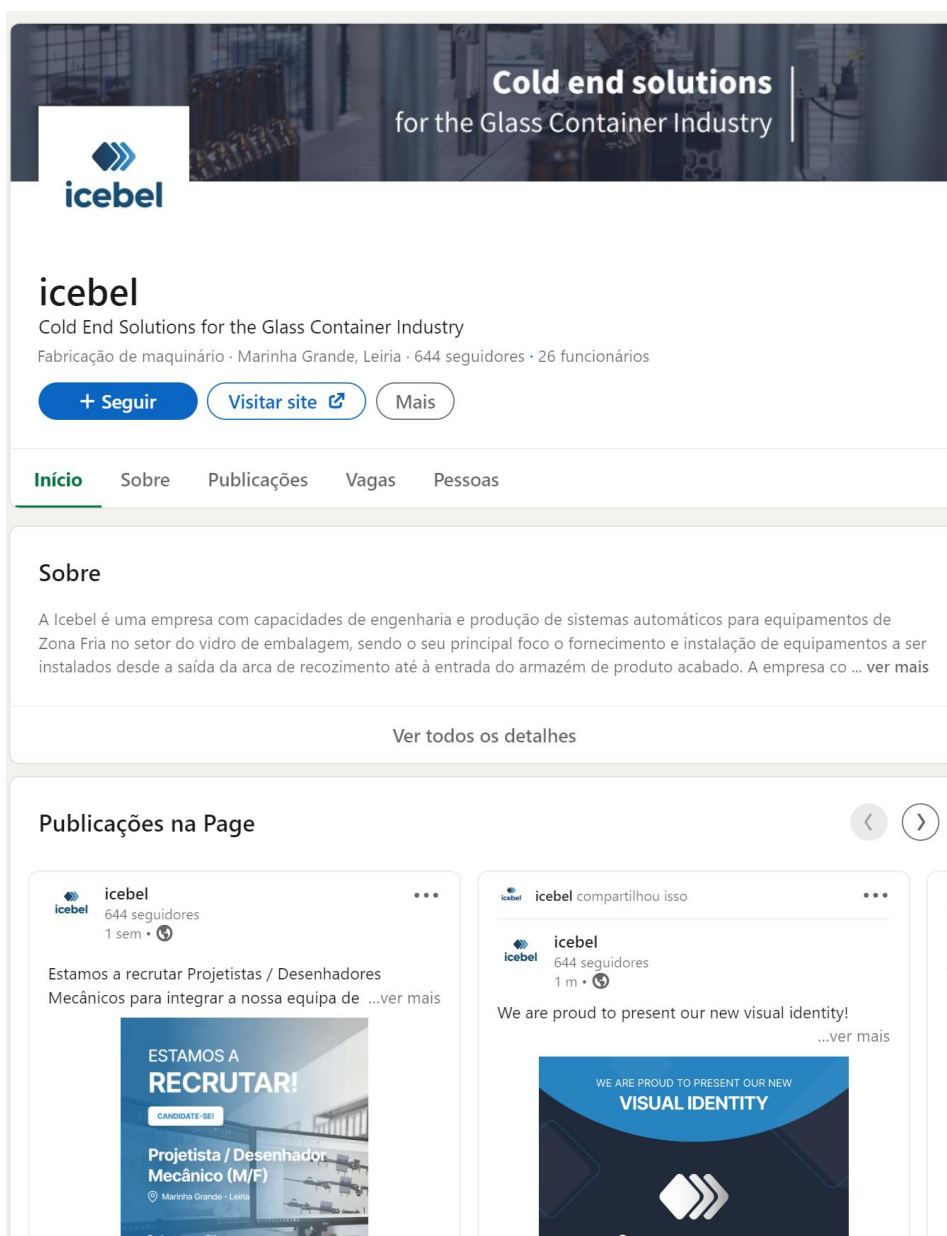


Figura 86 - Página secundária Recrutamento, website, Icebel. (Fonte: <https://www.icebel.com/pt/contact/work-with-us.html>).

## Rede social profissional

A página do LinkedIn da empresa tem todas as informações essenciais da empresa, desde o setor onde atuam à localização. A foto de perfil é a marca gráfica da empresa e a foto de capa é uma imagem com uma frase que indica o setor para que trabalham. Tem 644 seguidores e a frequência com que publica é cerca de 2 vezes por mês.



**Figura 87** - Página inicial, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/icebel/>).

As publicações têm caris institucional, informativo, campanhas e recrutamento. Mesmo tendo a quantidade de seguidores anteriormente referida, não têm o alcance esperado.



Figura 88 - Publicação recrutamento, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/>).



Figura 89 - Publicação campanha, LinkedIn, Icebel. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/icebel/posts/>).

## Análise dos concorrentes

O quadro seguinte analisa as marcas gráficas e os suportes digitais e impressos dos concorrentes fornecidos pela Movaço como concorrentes diretos.






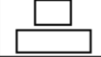















				
<b>SEMÂNTICA</b>	O que é apresentado?	Constrói a forma de um P através de linhas curvas e tem um descritivo.	Contém o apenas o nome da empresa e um descritivo.	Constrói uma sobreposição de formas geométricas.
	Anatomia	Mista	Logotipo	Mista Descritivo
<b>SINTÁTICA</b>	composição			
	Cores			
	<b>FORMA TIPOGRÁFICA</b>	Bokeseni E. Bold P.	Philo Logic Expanded Regular	Madani Arabic S.Bold
	Classe Tipográfica	Moderno linear grotesco	Moderno linear	Moderno linear geométrico
	Variante	Caixa alta	Caixa alta	Caixa baixa
	Largura/espessura/grossura	Extra Bold	Normal	Semi Bold
	Postura	Normal	Normal	Normal
	<b>SÍMBOLO</b>			
	Caraterização da forma	Linhas curvas	—	Linhas curvas e retas
	Contorno	Sem contorno	—	Sem contorno
Preenchimento	Cores sólidas	—	Degradê	
Volumetria	Bidimensional	—	Bidimensional	
<b>SUPORTES DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>DIGITAIS</b>			
	Website			
	Redes sociais			
<b>IMPRESSOS</b>				

Figura 90 - Análise dos concorrentes. (Fonte: da Autora).

Esta análise faz concluir que, a nível semântico e sintático, maior parte das empresas contêm logotipo e símbolo, de forma simples utilizando linhas retas e curvas. Quanto à cor, a mais predominante é o branco e o azul. Na tipografia, a classe é a mesma em todas, moderno linear, sendo a variante mais utilizada a caixa alta. A largura/espessura/grossura mais frequente é o Bold e a postura é, em todas, normal. No símbolo, nenhum dos casos apresenta contorno, e maioritariamente as cores são sólidas e na volumetria é bidimensional.

Quanto aos meios de comunicação digitais estão analisados mais aprofundamento no quadro seguinte. Os meios de comunicação impressos existentes apresentam coerência informativa e qualidade de imagem, demonstrando corretamente a empresa.

O quadro seguinte analisa as interfaces de cada empresa.




					
<b>WEBSITE</b>	<b>ELEMENTOS COMPLEMENTARES</b>	imagética	qualidade de imagens próprias.	qualidade de escolha banco de imagens e pouca qualidade nas imagens próprias.	qualidade de escolha banco de imagens e qualidade de imagens próprias.
	design	simples intuitivo funcional	simples intuitivo funcional	simples intuitivo funcional	
	estrutura	home empresa produção serviços projetos noticias contactos recrutamento orçamento	home contactos empresa equipamentos layouts download apoiar noticias	home empresa: - quem somos - qualidade - sustentabilidade soluções: - indústria vidreira - outras serviços contactos: - contactos - recrutamento	
<b>REDES SOCIAIS</b>	<b>LinkedIn</b>	temática	campanhas, informativos e recrutamento	eventos, campanhas, informativos e institucionais	recrutamento, campanhas, informativos e institucionais
		imagética	✓	X	✓
		design	✓	X	✓
		seguidores	1392 seguidores	7 mil 785 seguidores	651 seguidores
		frequência	mensal	mensal	semanal
	<b>Facebook</b>	temática	campanhas, informativos e recrutamento	eventos, campanhas, informativos e institucionais	
		imagética	✓	X	
		design	✓	X	
		seguidores	1700 seguidores	736 seguidores	
	<b>Youtube</b>	temática	institucionais	informativos e institucionais	
		imagética	✓	X	
		design	✓	X	
		seguidores	9 subscritores	32 subscritores	
	<b>Pinterest</b>	temática		eventos, campanhas, informativos e institucionais	
		imagética		X	
		design		X	
		seguidores		451 visualizações	
	<b>Vimeo</b>	temática		eventos, campanhas, informativos e institucionais	
		imagética		X	
		design		X	
seguidores			2 seguidores		
<b>Twitter</b>	temática		informativos e institucionais		
	imagética		X		
	design		X		
	seguidores		353 seguidores		
	frequência		mensal		

Figura 91 - Análise das interfaces dos concorrentes. (Fonte: da Autora).

A linguagem visual utilizada pelos concorrentes apresenta qualidade na escolha, utilizando imagens próprias e modernizadas. O design é simples, intuitivo e funcional. A estrutura utilizada em todos é a página inicial, a empresa, os serviços, os projetos e os contactos.

Quando às redes sociais no LinkedIn de forma geral a temática das publicações são informativas e institucionais, tendo qualidade de imagem e um design adequado, os seguidores em média cerca de 3 mil com publicações mensais. No Facebook as temáticas são de caris informativo, tendo qualidade de imagens e um design adequado com cerca de mil seguidores com uma frequência de publicações mensais. O Youtube geralmente temáticas institucionais com imagética de qualidade e design adequado com cerca de 20 subscritores, com publicações semestrais.

O Pinterest, o Vimeo e o Twitter são interfaces utilizados apenas pela *Vidromecânica*. Tendo o Pinterest cerca de 400 visualizações, com imagens com qualidade de imagens reduzida e um design pouco adequado. O Vimeo tem apenas 2 seguidores e os vídeos que apresenta pouca qualidade de captação e a edição não é a mais adequada, sendo feita a última publicação em 2012. Por fim o Twitter tem cerca de 350 seguidores, a imagens são as mesmas que do Pinterest e a frequência de publicação é mensal.

Concluindo os meios de comunicação mais utilizados são o *website* e o LinkedIn. Todos os casos têm *website*, existindo na maioria coerência de comunicação, informações bem estruturadas, preocupação na qualidade de imagem, representado bem a empresa. No LinkedIn, maior parte das empresas têm conta, utilizando imagem com qualidade e coerência na informação, apresentam bem a empresa, no entanto, existindo muitos seguidores, não obtém o alcance esperado, a frequência é de uma publicação por mês.

### 3.3 Casos de inspiração

Neste capítulo é tratado o estudo de bons casos de comunicação no setor metalomecânico fazendo-se a análise do sistema de identidade visual e os seus suportes de comunicação.

#### **Motrinde**

##### **Contextualização**

A Motrinde S.A. é uma empresa com “28 anos de experiência no ramo a *metalomecânica*” (Motrinde, 2019, par.1), tendo levado a um “*trabalho de excelência nas construções metálicas, manutenção industrial, alteração de layouts e movimentação de equipamentos*” (Motrinde, 2019, par.1). Contém profissionais qualificados, aposta sempre na “*formação e na atualização dos processos, assumindo a melhor posição no mercado nacional e internacional*” (Motrinde, 2019, par.1). Tal

como adjunta sempre na satisfação dos clientes, sendo ela *“certificada em qualidade e soldadura, ambiente e segurança segundo as normas ISOv9001:2015, EN 1090,14001:2015 e 45001:2018”* (Motrinde, 2019, par.2).

Com a técnica *know-how* adquirida ao longo dos anos, permite que a Motrinde preste *“serviço nas mais variadas indústrias”* (Motrinde, 2019, par.3), devido á polivalência dos seus serviços.

Localiza-se em *“Aveiro, junto das principais vias de comunicação, permite a todos os seus parceiros rapidez e facilidade no acesso à empresa”* (Motrinde, 2019, par.3), ou seja, uma vantagem competitiva. Tem uma *“área de 116 000 m<sup>2</sup>, da qual 17 000 m<sup>2</sup> é área coberta, contemplando 9 novas industriais, com diversas maquinarias, meios de elevação e transporte de cargas”* (Motrinde, 2019, par.3).

A missão é *“orientada com base na qualidade, no saber fazer, na satisfação dos clientes e dos seus colaboradores”* (Motrinde, 2019, par.4). Acrescentando *“valor aos seus stakeholders”* (Motrinde, 2019), procura encontrar as *“necessidades individuais”* (Motrinde, 2019, par.4). Apoia a *“inovação e empenho de todos os colaboradores”* (Motrinde, 2019, par.4). Tende a expandir no *“mercado interno e externo, adaptando-se aos novos desafios”* (Motrinde, 2019, par.4) de forma a crescer sustentadamente de forma ambiental e socialmente responsável.

O negócio da empresa tem permitindo à mesma afirmar-se nos mercados em que atua, sendo vetores chaves de sucesso a qualidade do seu serviço, as relações sólidas com todos os seus parceiros e colaboradores, bem como o respeito pelo meio ambiente. *“Torna o grupo reconhecido mundialmente, ultrapassando desafios com ambição e confiança superando as expetativas”* (Motrinde, 2019, par.4).

O grupo Motrinde está dividida por 3 países:

- Motrinde Portugal vocacionada para trabalhar na área da metalomecânica, manutenção industrial e construção de estruturas metálicas. *“O trabalho desenvolvido é 100% personalizado, à medida das necessidades de cada cliente, procurando assim, solucionar problemas no sector industrial com um serviço feito à medida”* (Motrinde, 2019, par.4).

- *Sucursal Espanã* foi feita para o aumento de solicitações por parte do mercado espanhol, a Motrinde decidiu criar a sua primeira sucursal. *“O principal objetivo da Motrinde Espanha é potencializar o mercado espanhol, aumentando a sua presença nos diferentes sectores de atividade”* (Motrinde, 2019, par.5).

- Motrinde France é inserida no plano global de expansão a sua atividade no *“mercado Europeu, a Motrinde criou a Motrinde France com o objetivo de estar mais perto dos seus clientes (em França e centro da Europa), bem como na procura de novos desafios”* (Motrinde, 2019, par.5).

A empresa dispõe de vários serviços na área da metalomecânica:

- Movimentação de Equipamentos que tem “à disposição dos clientes pórticos e patins hidráulicos que permitem movimentar cargas que, pela sua dimensão, peso, ou acesso limitado, não podem ser movidas pelos meios tradicionais” (Motrinde, 2019, par.6). Alguns dos equipamentos são o Kit Transporte Hidráulico com a capacidade de mover cargas até 60TON, o Pórtico Hidráulico de Elevação com a capacidade de mover e posicionar uma turbina com 65TON e tem outra com a capacidade de levantar e mover cargas até 125TON.

- Decapagem e Pintura é um serviço que dispõe de “nave para tratamentos de superfície, equipada com as tecnologias mais recentes na área” (Motrinde, 2019, par.7). Alguns dos equipamentos são o Cabide de Decapagem, Cabide de Pintura, Zona de Pintura com grupos de aspiração, Máquina de pintar tubos (interior) e Máquina de Decapar Tubos (Interior).

- Serviço de Máquinas oferece “uma vasta gama de serviços de máquinas a que os nossos parceiros podem recorrer, para incorporar nas suas próprias obras” (Motrinde, 2019, par.8). Alguns dos serviços que oferecem são Calandragem de Perfis, Clandragem de Chapa, Corte Plasma, Chanfragem, Quinagem e soldadura por Arco-Submerso.

## Marca Gráfica

A marca gráfica composta por logotipo e símbolo. É uma marca atualizada para o ramo em que se encontra.



Figura 92 - Marca gráfica da Montrinde.



Figura 93 - Motrinde Espanha.

O símbolo é construído a partir da letra “M” e alude a construções metálicas. Utiliza uma linguagem degradê, com detalhes tridimensionais, usando formas geométricas, linhas e curvas.

A fonte utilizada na marca gráfica é “Microgramma Bold Extended”, seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear geométrico.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica da Motrinde são o verde, o branco e o laranja. Todas as cores aqui colocada estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

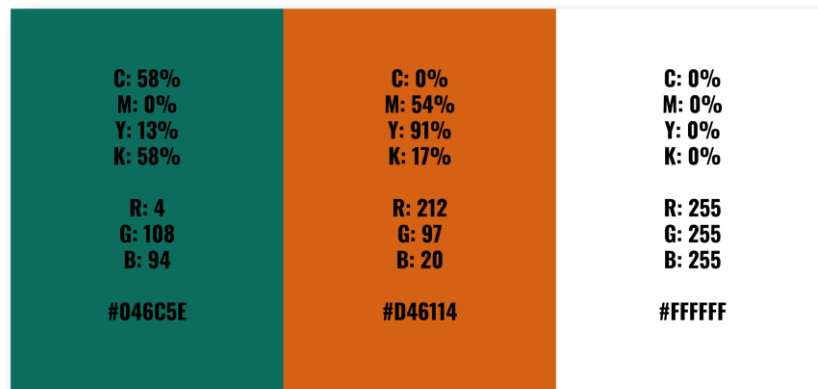


Figura 94 - Código cromático, Motrinde. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### *Website*

O *website* da Motrinde é bastante completo, fácil de navegar, apelativo e apresenta ao usuário toda a informação bem organizada e estruturada. Na página principal o usuário tem no topo um menu para subpáginas com todos os serviços e informações que tem para oferecer, categorizados por diferentes páginas para melhor organização. O usuário poderá ainda se pretender fazer login na área reservada.

Ainda na página principal, um pouco mais para baixo é possível ver um vídeo institucional da empresa, onde é apresentada desde o que produz com quem e como produz. Continuando mais para baixo, podemos observar um mapa do mundo, onde a empresa atua. Em geral, a página principal continua com informações extra como localizações da *Motrinde* e alguns artigos do interesse da automação. É usado como fundo na barra de menu as cores branco, assim como no resto da página, com a presença da cor branca, preto, laranja e verde, de forma a separar as diversas informações ao longo da página. É também usada a imagem ao longo do *website*, tanto para a separação de elementos, como para identificar os serviços. Essencialmente na primeira página existe imensa informação, mas caso o usuário procure mais terá de recorrer às subpáginas, que seguem as mesmas metodologias de planeamento e organização.

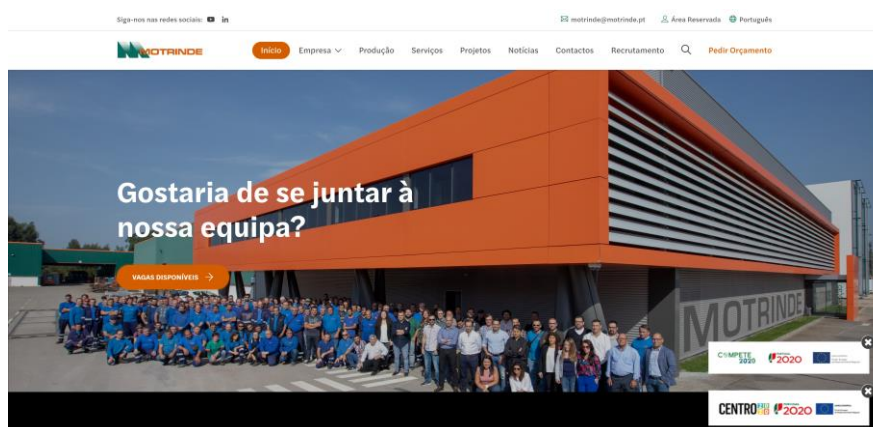


Figura 95 - Motrinde - Página principal. (Fonte: <https://motrinde.pt/>).



Figura 96 - Motrinde - Continuação da página inicial. (Fonte: <https://motrinde.pt/>).

Na subpágina Empresa apresenta uma imagem da empresa a ocupar a parte superior. No meio da página existe 4 “botões” em que cada um deles demonstra um tópico diferente: a apresentação, a missão, a visão e o grupo.

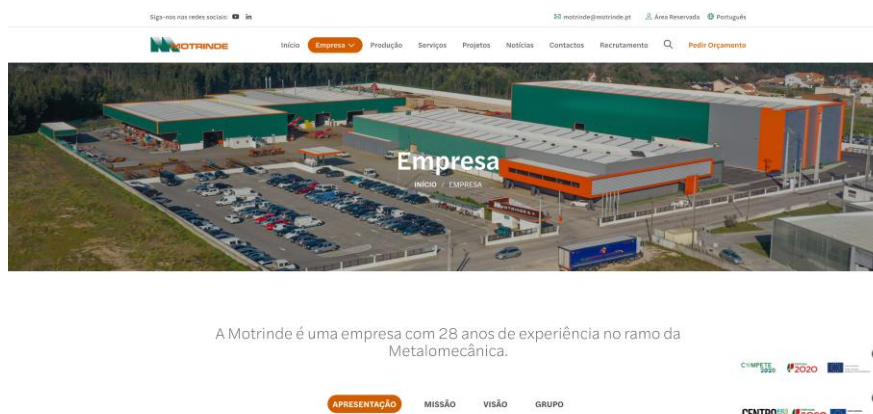


Figura 97- Motrinde - Subpágina Empresa. Fonte: <https://motrinde.pt/empresa/>).

Quanto à subpágina da Produção apresenta na parte superior, em grande plano, um vídeo da produção da empresa. A meio da página descrevem os fatores que diferenciam a empresa.



Figura 98 - Motrinde - Subpágina Produção. (Fonte: <https://motrinde.pt/producao/>).

Na subpágina dos Serviços podemos observar os serviços e produtos que a Motrinde produz. Ao clicar num dos três serviços diferentes vai aparecer discriminadamente o que cada um contém. Contém imagens sobre cada tema, tempo cada serviço uma foto de capa para cada serviço.



Figura 99 - Motrinde- Subpágina Serviços (Fonte: <https://motrinde.pt/servicos/>).

A subpágina Projetos como nas outras página inicia com uma imagem em grande plano. Seguidamente tem uma descrição dos trabalhos nas diferentes áreas.

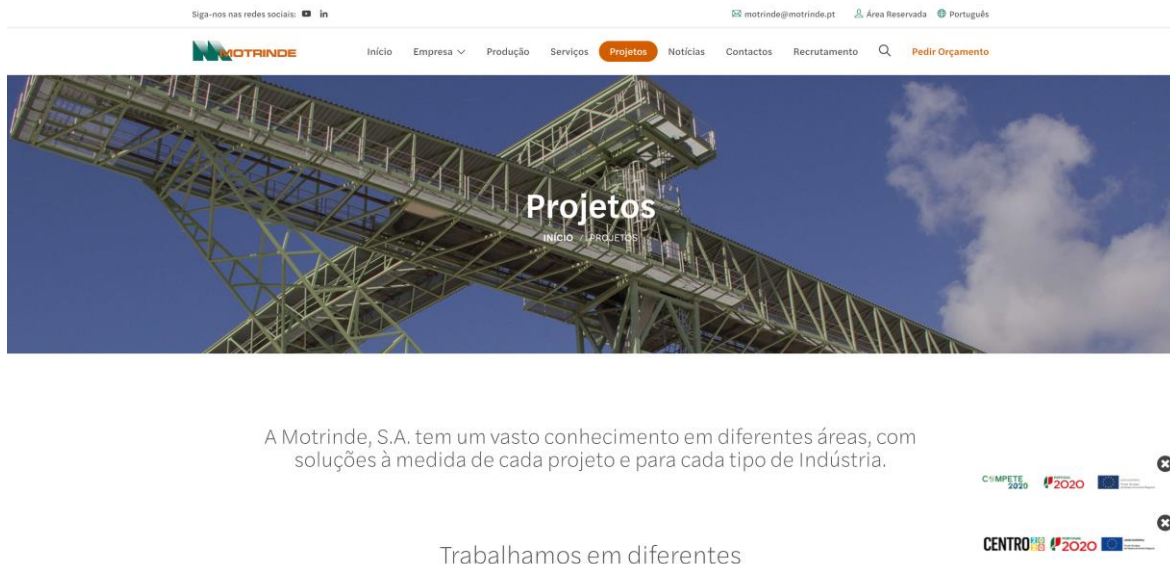


Figura 100 - Motrinde - Subpágina Projetos. (Fonte: <https://motrinde.pt/projetos/>).

A subpágina Notícias contém uma imagem em grande plano da empresa Motrinde. Mais a baixo começa a expor as notícias sobre a empresa. Para quem queira receber essas notícias pode-se inscrever na parte inferior direita.

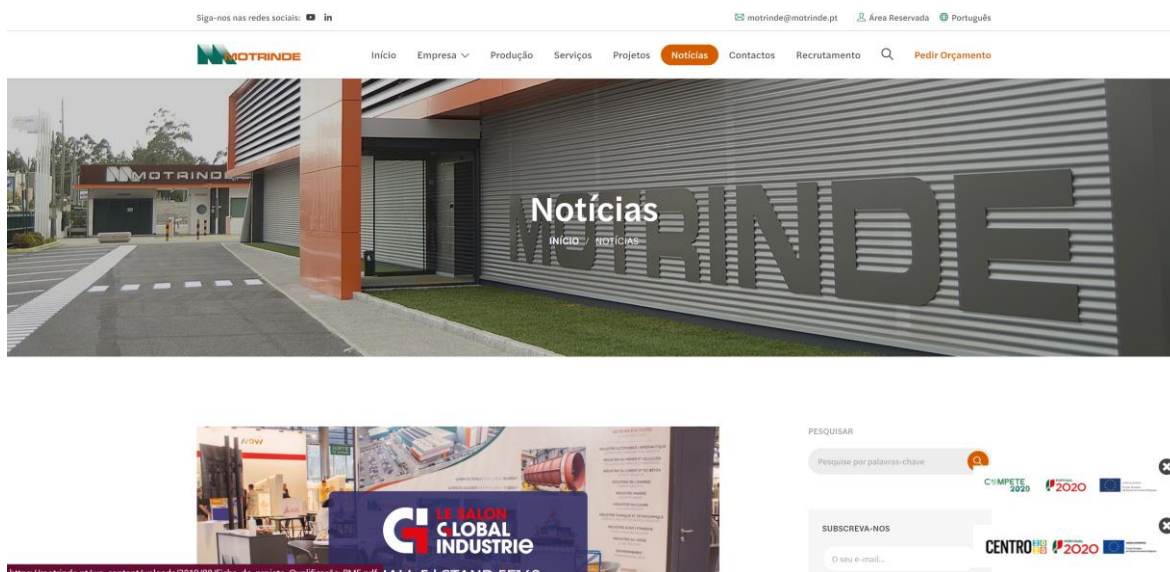


Figura 101 - Motrinde - Subpágina Notícias. (Fonte: <https://motrinde.pt/noticias/>).

A subpágina Contactos apresenta uma imagem da receção da empresa. Prosseguindo na página apresentam os diferentes contactos das empresas que têm.



Figura 102 - Motrinde - Subpágina Contactos. (Fonte: <https://motrinde.pt/contactos/>).

A subpágina Recrutamento apresenta uma imagem da equipa em grande plano no início da página. Seguidamente estão as informações todas sobre o recrutamento para a Motrinde.



Figura 103 - Motrinde - Subpágina Recrutamento. (Fonte: <https://motrinde.pt/contactos/>).

Quanto à página do Recrutamento, tem que se iniciar sessão na área reservada para se poder ter acesso. Apresenta também uma imagem em grande plano no início da página.



Figura 104 - Motrinde - Subpágina Pedido de Orçamento. (Fonte: <https://motrinde.pt/pedido-de-orcamento/>).

## Redes sociais

A página oficial do LinkedIn da Motrinde está bastante completa, apresenta todas as informações necessárias relativamente à empresa, desde as suas localizações, quem são, os seus contactos e a sua missão. A foto de perfil apresenta a marca gráfica da empresa, e a foto de capa é um conjunto de pessoas a formar a palavra *Motrinde*. A empresa coloca na página algumas publicações mensais, diminuindo a atividade comparando ao que publicava em 2019, em que fazia publicações praticamente todas as semanas.

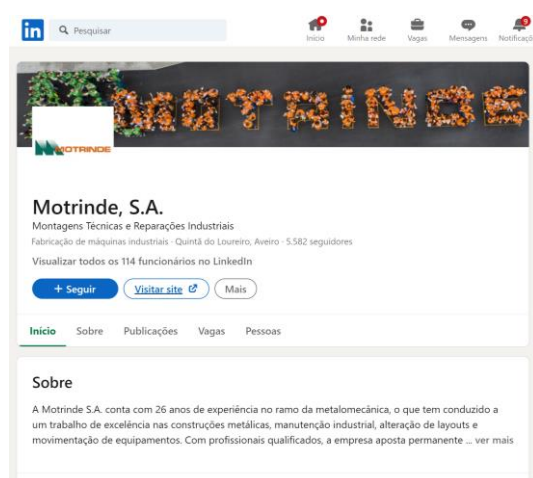
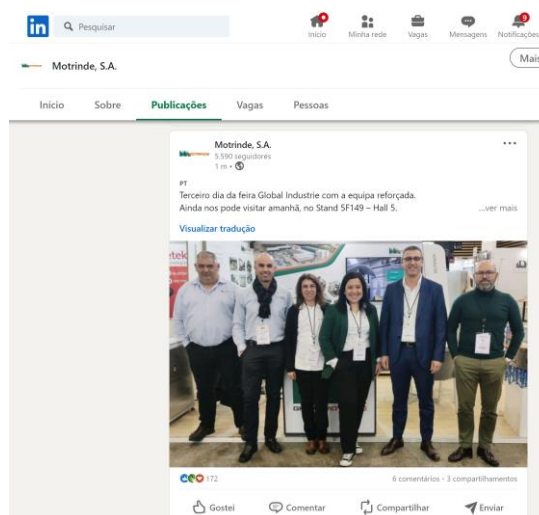


Figura 105 - Página do LinkedIn da Motrinde. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all>).

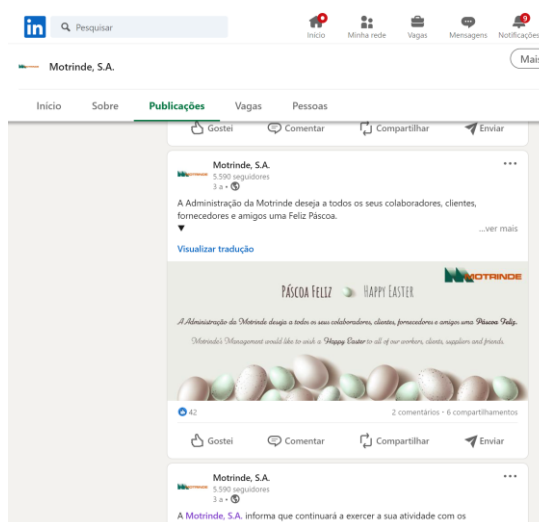
Este declínio na atividade pode-se dever graças á pouco interatividade, devido ao Covid-19, notando-se que as publicações com maior interação são as que apresentam ida da Motrinde a algum evento.

No que toca a publicações e os seus conteúdos, a maior parte são artigos criados pela empresa e partilhados no LinkedIn, informando o público sobre determinado assunto, outras são campanhas por exemplo de Páscoa, sendo a última que realizaram à data na plataforma, assim como alguns vídeos promocionais que serão falados em melhor pormenor no tópico audiovisual.

Apesar da página conter mais de 5.000 seguidores, o número de alcance e interação dos mesmos é muito inferior ao que se espera de uma página desta dimensão.



**Figura 106** - Publicação do Lindekl, Motrinde, evento. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all>).



**Figura 107** - Publicações do Lindekl, Motrinde, campanha. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=all>)

A Motrinde está presente também na plataforma do Youtube, onde partilham com pouca frequência vídeos promocionais dos serviços que executam e vídeos institucionais da empresa.

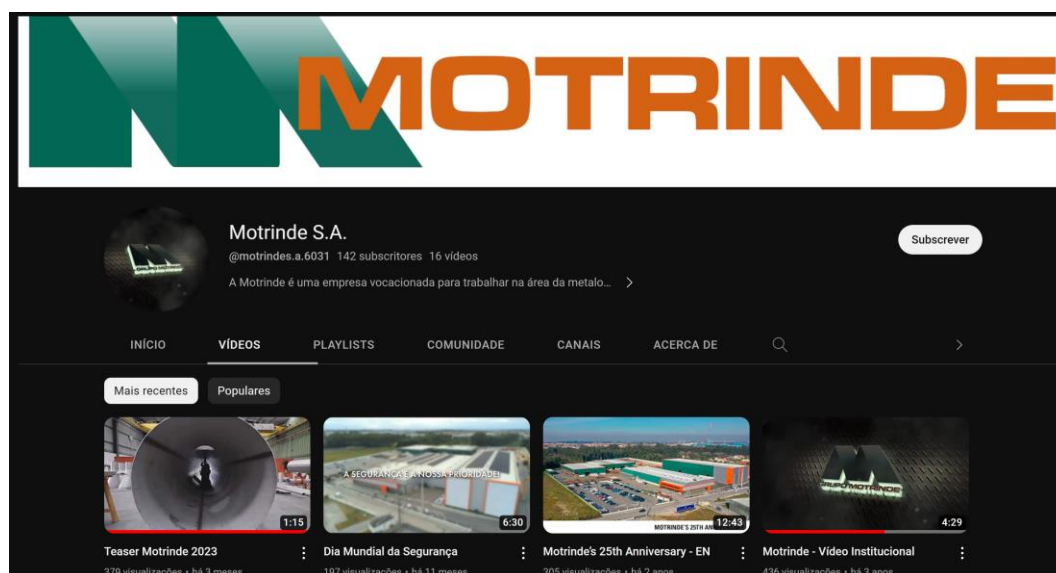


Figura 108 - Motrinde, página inicial do Youtube. (Fonte: <https://www.youtube.com/@motrindes.a.6031/videos>).

Em relação à produção audiovisual, os vídeos têm durações muito diversas, variam entre 9 segundos a 12 minutos e 43 segundos, sendo que maioritariamente demonstram os serviços que a empresa realiza. Os planos e a qualidade dos vídeos são muito bons, tanto como a escolha da música, que quando tudo junto faz uma harmonia.

## Suportes de comunicação impressos

### Flyers

O *flyer* que a empresa apresenta harmonia visual. Mantém o layout na capa e contracapa. A escolha da tipografia é coerente porque utilizam a mesma que a do *website*. Quando à disposição dos elementos internos, não apresentam qualidade de imagem.



Figura 109- Motrinde - Flyer. (Fonte: <https://motrinde.pt/downloads/flyers-brochuras/>).

## Brochuras

A Brochura seguinte consta no LinkedIn. A organização dos elementos encontra-se bem posicionada. A tipografia é a mesma que a do website. Porém a qualidade de imagem é insuficiente, utilizando sombras e molduras nas mesmas.

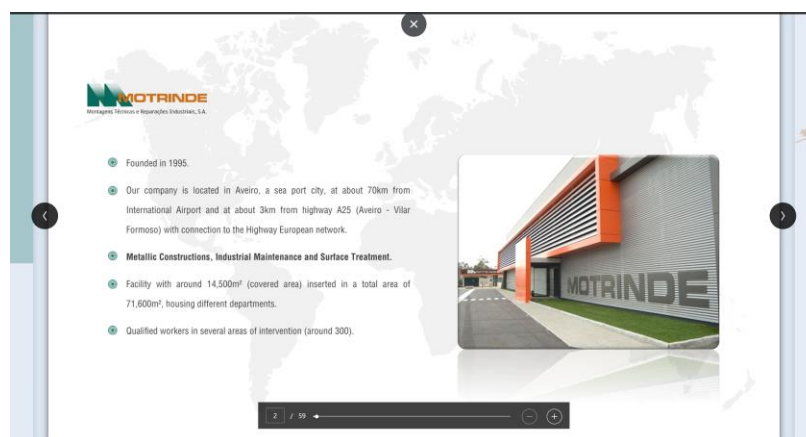


Figura 110 - Motrinde - Brochura. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/motrinde/posts/?feedView=documents>).

## Consteel

### Contextualização

A CONSTEEL – Metalomecânica e Serviços Lda localiza-se em Cantanhede, Portugal, presta os mais variados serviços no ramo da metalomecânica por toda a Europa. Foi Fundada em 2017, após anos de experiência *“desenvolvida pelo CEO e fundador, Hugo Bernardes, surge no seguimento da necessidade do mercado atual em obter os melhores serviços na indústria metalomecânica, apresentando-se como uma alternativa de confiança e qualidade,”* (Consteel, 2021, par.1) usa as melhores soluções na indústria de forma a cumprir os objetivos dos clientes com a melhor distinção possível.

Foca o campo de ação em uma ferramenta e solução à medida de cada cliente, tendo em mente a melhoria contínua, de modo que estes alcancem e mantenham os maiores padrões de qualidade.

A sua Missão é *“Alcançar e desenvolver serviços, de acordo com as necessidades”* (Consteel, 2021, par.2) dos clientes para a sua melhoria contínua, sempre com a maior transparência.

O Compromisso é atuar *“de forma responsável, colocando em prioridade os interesses”* dos clientes, com a máxima segurança para os seus colaboradores. (Consteel, 2021, par.3).

A Ambição é procurar *“diariamente uma oportunidade para demonstrarmos”* (Consteel, 2021, par.4) o seu valor enquanto profissionais.

A Paixão *“trabalhar para a excelência na qualidade”* (Consteel, 2021, par.5) em todos os seus serviços são entregues *“por completo com paixão em todas as atividades”* (Consteel, 2021, par.5) que desenvolvem.

Os serviços que patenteiam são nas seguintes áreas:

- Celulose confeccionando Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Petroquímica oferecendo Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Naval fazendo Construção e reparação de buques, e Manutenção de tubagens.

- Hidroelétrica produzindo Pré-fabrico soldadura e montagem de Válvulas e Comportas: Cimenteira, Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Siderúrgica confeccionando Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Metalomecânica oferecendo desde o pré-fabrico há montagem final, tal como, Estruturas metálicas, Pontes, Viadutos, Estádios Futebol, Tubagens e Depósitos á pressão.

- Cerâmica fazendo Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Alimentar produzindo Serviços de paragens programadas, Manutenção preventiva de equipamentos mecânicos, Montagens industriais e Construção tubagens industriais.

- Eólica confeccionando Pré-fabrico e soldadura de componentes de torres eólicas, automóvel, Pré-fabrico, soldadura e montagem mecânica, de prensas hidráulicas para a produção de componentes automóveis.

- Construção civil oferecendo Construção de edifícios residenciais e Montagem de caixilharia.

## Marca Gráfica

A marca gráfica composta por logotipo e símbolo.



Figura 111 - Consteel - Marca gráfica.

O símbolo é construído a partir da letra “C” e alude a construções metálicas. Utiliza uma linguagem tridimensional, usando formas geométricas e linhas.

A fonte utilizada na marca gráfica é “*Striker*”, seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear geométrico.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica da *Consteel* são o preto, o branco, cinzas e o laranja. Todas as cores aqui colocada estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

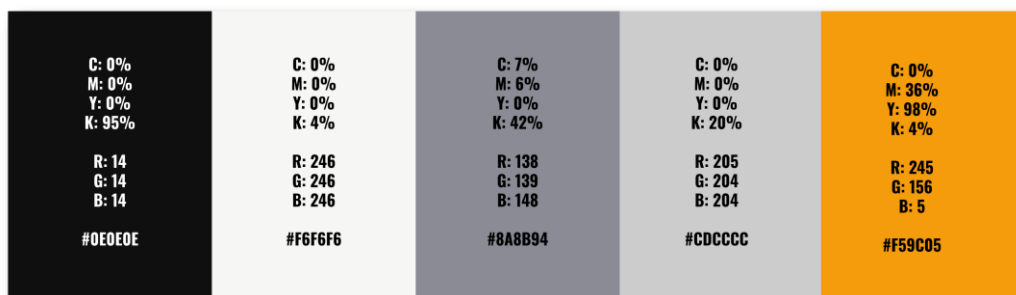


Figura 112 - Consteel- Paleta de cores. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### Website

O *Website* encontra-se com qualidade de imagem e com um layout modernizado. Tem harmonia tanto na paleta de cores, como na colocação das imagens e do texto. A página inicial contém um menu com as subpáginas seguintes:

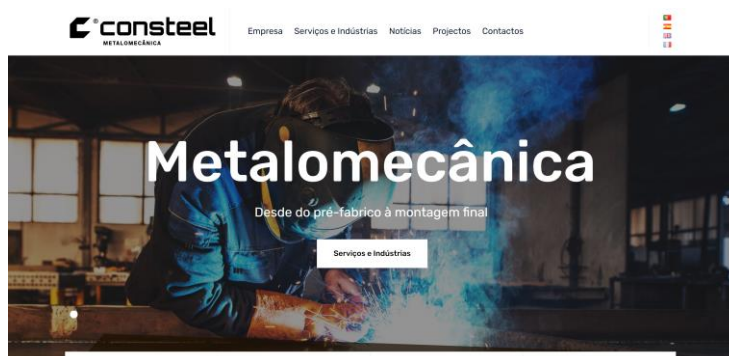


Figura 113 -Consteel - Página principal. (Fonte: <https://consteel.pt/>).

A página inicial contém um menu com as subpáginas seguintes:

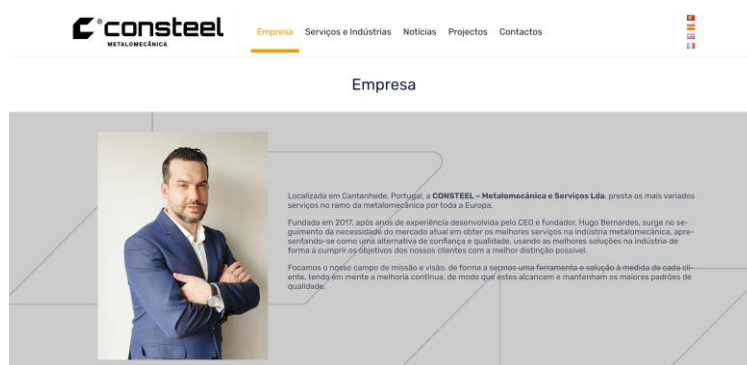


Figura 114 - Consteel - Subpágina Empresa. (Fonte: <https://consteel.pt/>).

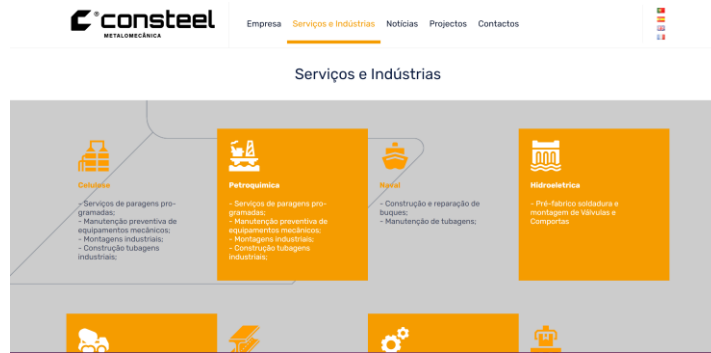


Figura 115 - Consteel - Subpágina Serviços. (Fonte: <https://consteel.pt/>).

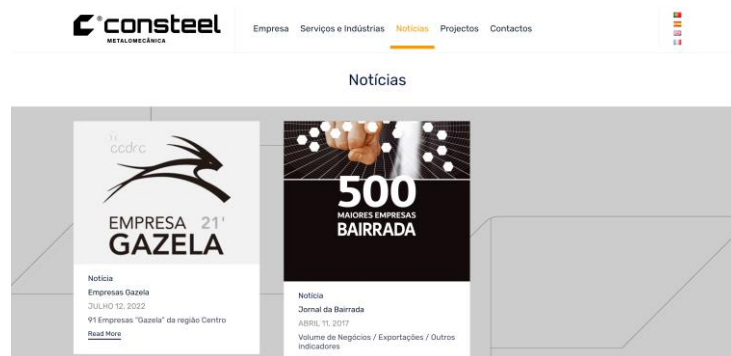


Figura 116 - Consteel - Subpágina Notícias. (Fonte: <https://consteel.pt/>)



Figura 117 - Consteel - Subpágina Projectos. (Fonte: <https://consteel.pt/>)

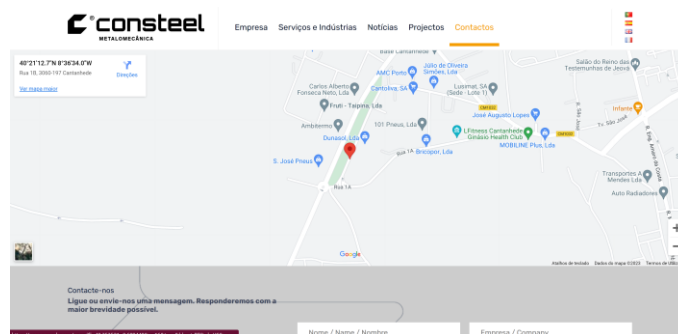


Figura 118 - Consteel - Subpágina Contactos. (Fonte: <https://consteel.pt/>)

## Redes Sociais

A rede social que a empresa tem é o Facebook que apresenta uma página com imagem simples e consonante. A foto de perfil e de capa têm uma ligação de cor e ambas contêm o símbolo da empresa.

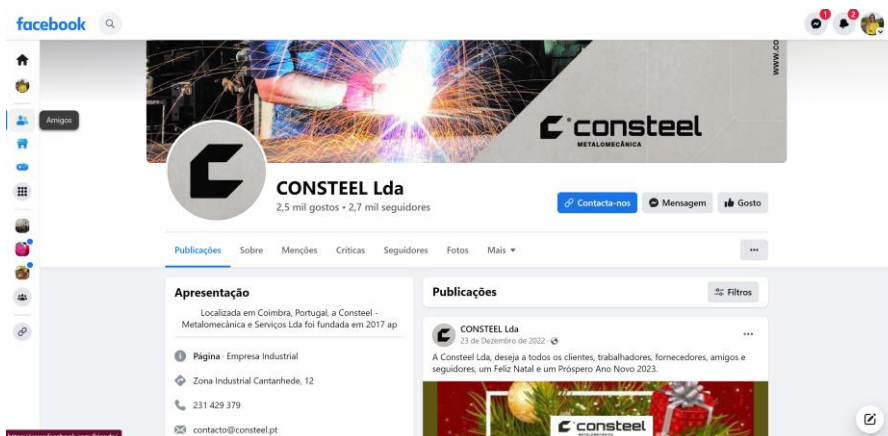


Figura 119 - Facebook da Consteel. (Fonte: <https://www.facebook.com/consteel.pt>).

A página do Facebook, a única rede social que a empresa tem, contém cerca de 2 700 seguidores, porém as publicações não têm o alcance esperado. O tema das publicações são campanhas, exemplo de Natal, e notícias da empresa. Todas as publicações são produzidas pela empresa.



Figura 120 - Publicação Facebook campanha Natal Consteel. (Fonte: <https://www.facebook.com/consteel.pt>).

## Hober

### Contextualização

A Hober foi fundada em 1987, é uma empresa referênciano setor industrial metalomecânico de precisão. As *“principais atividades a engenharia, fabrico, montagem, manutenção de equipamentos e ferramentas metálicas para os mais variados setores de atividade”* (2021, Hober, par.1). Contém equipamentos e técnicos altamente qualificados, permitindo a execução de *“projetos de elevada qualidade e rigor, desde a sua conceção à produção final”* (2021, Hober, par.1). Garante, com 30 anos de experiência na metalomecânica, um serviço de excelência, tendo como foco garantir a satisfação dos seus clientes.

Os setores onde atuação é a Indústria Metalomecânica, a Indústria Cerâmica Vermelha, a Gestão de Resíduos Urbanos, a Rotomoldagem e o Setor da Arquitetura. Os serviços que proporcionam é a Engenharia, onde garantem *“serviços personalizados em todas as fases do projeto desde a sua conceção ao produto final”* (2021, Hober, par.2) a Metalomecânica e Serralharia, onde fazem o *“fabrico e montagem de estruturas, conceção e fabrico de equipamentos, acessórios e ferramentas para a Indústria, Serralharia Civil e Prestação de Serviços: Serralharia, Corte e quinagem, Soldadura e Metalomecânica de precisão (CNC, tornearia e fresagem)”* (2021, Hober, par.2). Também fazem o fabrico de Moldes Rotomoldagem, concedendo e fabricando moldes para o *“setor da rotomoldagem, adotando as técnicas mais adequadas aos requisitos de cada projeto, seja em CNC, construção soldada ou fundição”* (2021, Hober, par.3), tal como fazem Manutenção Industrial, ou seja, prestam serviços de *“manutenção industrial, reparação instalação de equipamentos industriais e infraestruturas metálicas”* (2021, Hober, par.4).

### Logotipo

O logotipo apresenta-se atualizado para o ramo em que se encontra. Possui descritivo *“metalworking and engineering”*.



Figura 121 - Logotipo, Hober.

A fonte utilizada é *Kinetika Semi Bold*, seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear geométrico.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas no logotipo da *Hober* são o preto e branco. Todas as cores aqui colocada, juntamente com o laranja, estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

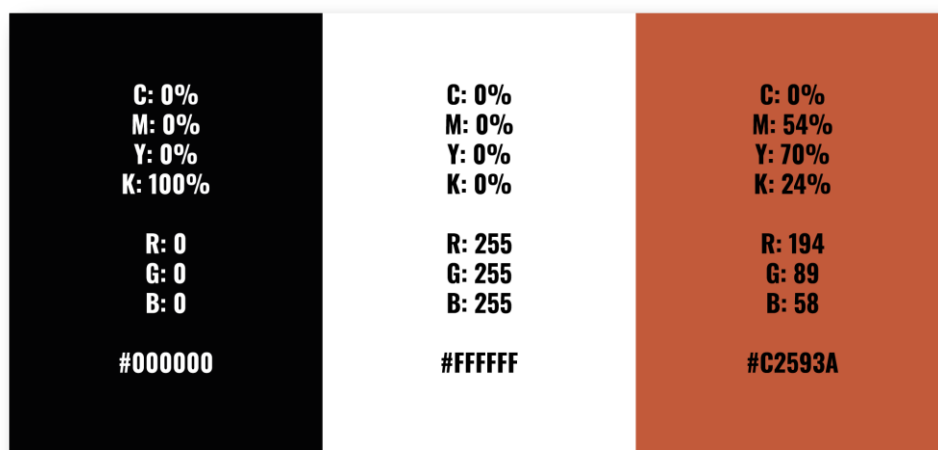


Figura 122 - Código cromático, Hober. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### *Website*

O *website* da Hober é bastante completo, fácil de navegar, apelativo e apresenta qualidade de imagem e informação.

A página inicial contém um menu na parte superior que dá acesso às páginas secundárias Serviços, Projetos e Contactos. No decorrer da página dá a conhecer o que a empresa contém, Engenharia e desenvolvimento de projetos, produção, assistência técnica e assistência comercial. Mais abaixo explica quem é a *Hober*, descrevendo a sua história e como trabalha. De seguida mostra os setores onde atua que está referido na contextualização. Por último apresenta tal como em todas as páginas do *website* contém um formulário de contacto onde se pode solicitar Orçamento, mandar mensagens para o Departamento de Qualidade, Departamento Comercial ou Outros. No final dá acesso novamente às páginas secundárias e às Políticas de Privacidade, Políticas de qualidade e Redes Sociais, o LinkedIn, sendo que ao longo das páginas apresenta sempre no canto inferior direito um botão para o LinkedIn.



Figura 123 - Website, página inicial, *Hober* (Fonte: <https://hober.pt/#>).

Na página secundária *Serviços* é apresentado todos os serviços que a empresa elabora com uma pequena descrição. Os serviços estão especificados na contextualização.

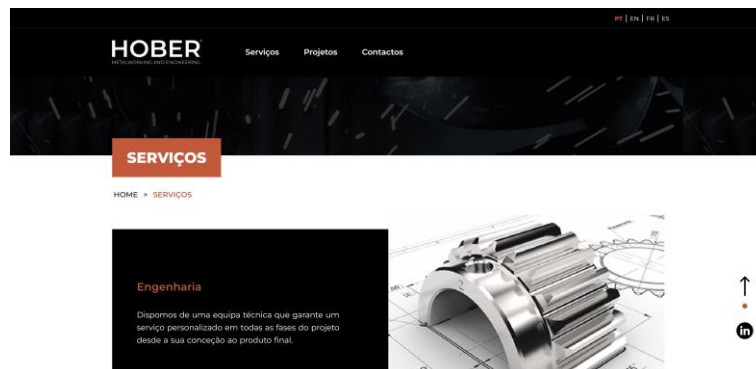


Figura 124 - Website, página secundária *Serviços*, *Hober*. (Fonte: <https://hober.pt/services>).

Na página secundária *projetos* a Hober apresenta cinco categorias de projetos que atuam, a Cerâmica, a Rotomoldagem, a Arquitetura, as Construções Metálicas e os Contentores.

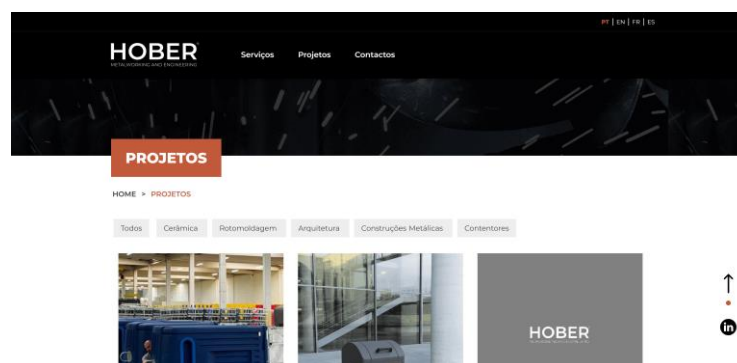


Figura 125 - Website, página secundária *Projetos*, *Hober*. (Fonte: <https://hober.pt/projects>).

Na página secundária Contactos dá a conhecer a localização da Fábrica/Sede, incluindo as coordenadas GPS e o contacto da empresa. Apresenta também a localização do escritório, tal como as coordenadas GPS e o contacto.

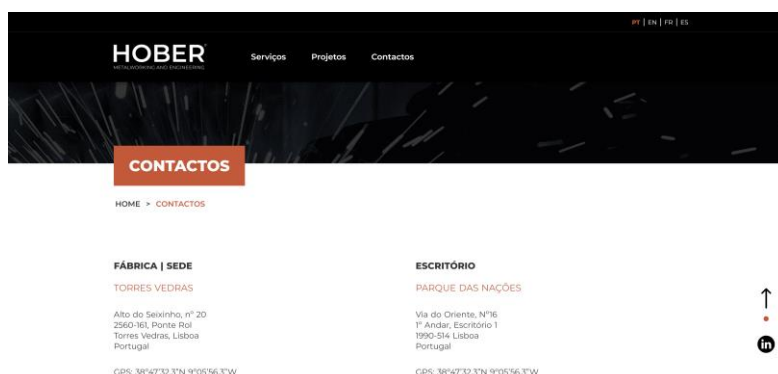


Figura 126 - Website, página secundária Contactos, Hober. (Fonte: <https://hober.pt/contacts>).

## LinkedIn

A página oficial do LinkedIn da Hober está bastante completa, apresenta todas as informações necessárias relativamente à empresa, desde as suas localizações, o setor onde atuam e as especializações que contêm.

Embora não haja muitos seguidores e alcance, a empresa produz conteúdo muito trabalho e com qualidade de imagem e informação.

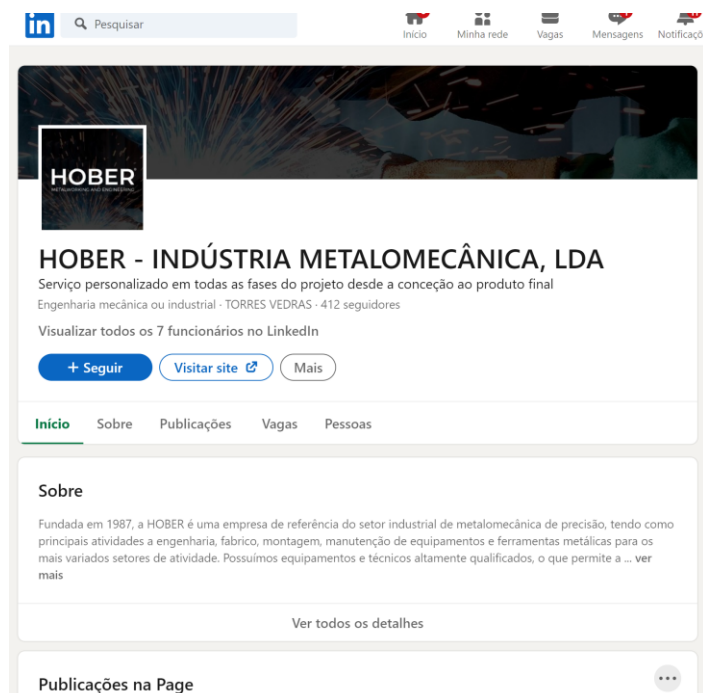


Figura 127 - Página inicial do LinkedIn, Hober (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/>).

A frequência com que publicam é cerca de duas publicações anuais. O tema de publicações é de cariz informativo, por exemplo de formações para os colaboradores, recrutamento, projetos, etc.



Figura 128 - Publicação LinkedIn, *Hober*. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/hober-industria-metalomecanica/posts/?feedView=images>).

## Projemato Lda

### Contextualização

A Projemato proporciona as suas atividades no setor industrial, tal como *“metalomecânico, eletricidade e telecomunicações mais especificamente na montagem e manutenção de redes estruturadas e telecomunicações; instalações, reparações e manutenções elétricas e mecânicas; fabrico e montagem de construções metálicas e tubagens industriais”* (2023, Projemato, par.1).

Os principais objetivos da empresa a organização para a satisfação dos seus clientes, atuais e novos potenciais, através da *“permanente melhoria da qualidade dos serviços prestados, assim como, o crescimento sustentado”* (2023, Projemato, par.2). Para atingirem e manterem esse objetivo, de forma consistente e durável, estabeleceram um *“Sistema de Gestão da Qualidade de acordo com a norma NP EN ISO 9001:2015 e procede de forma permanente à sua manutenção, com vista ao cumprimento dos requisitos e à melhoria contínua da sua eficácia”* (2023, Projemato, par.3).

A empresa apresenta o cronograma seguinte com história da empresa desde 2003 a 2017.



**Figura 129** - Cronograma, Projemato. (Fonte: <https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/>).

A visão da empresa visa ser um “grupo de referência no mercado que atua, quer a nível nacional e internacional, contribuindo e gerando valor aos seus sócios, clientes, colaboradores e partes interessadas” (2023, Projemato, par.4).

A missão que apresentam é satisfazer os seus clientes, “*garantindo a qualidade dos serviços prestados, oferecer as melhores condições de trabalho aos seus colaboradores e contribuir sempre desenvolvimento e inovação dos seus recursos tecnológicos, técnicos e humanos*” (2023, Projemato, par.5).

Os valores da empresa são a competência, profissionalismo, compromisso e ambição.

### Marca Gráfica

A marca gráfica composta por logotipo e símbolo. É uma marca simples e atualizada para o ramo em que se encontra. O símbolo é construído a forma de uma circunferência interrompida e alude a dois ímanes. Utiliza uma linguagem simples, utilizando duas cores, formas geométricas curvas.

O símbolo é construído a forma de uma circunferência interrompida e alude a dois ímanes. Utiliza uma linguagem simples, utilizando duas cores, formas geométricas curvas.



**Figura 130** - Marca gráfica da Projemato.

A fonte utilizada na marca gráfica é *FF Meta Hebrew Bold* seguindo a classificação Vox-AtyPi, remete para o tipo moderno linear geométrico.

Para os corpos de texto a marca usa uma fonte tipográfica moderna, linear neogrotesco. Já em publicações nas redes sociais a empresa opta por uma tipografia moderna linear e geométrica, com traços retilíneos.

As cores utilizadas na marca gráfica da *Projemato* são o cinza, o branco e o vermelho. Todas as cores aqui colocada estão presentes no *website* e em outro tipo de publicações, permitindo que haja um contraste de cores funcional.

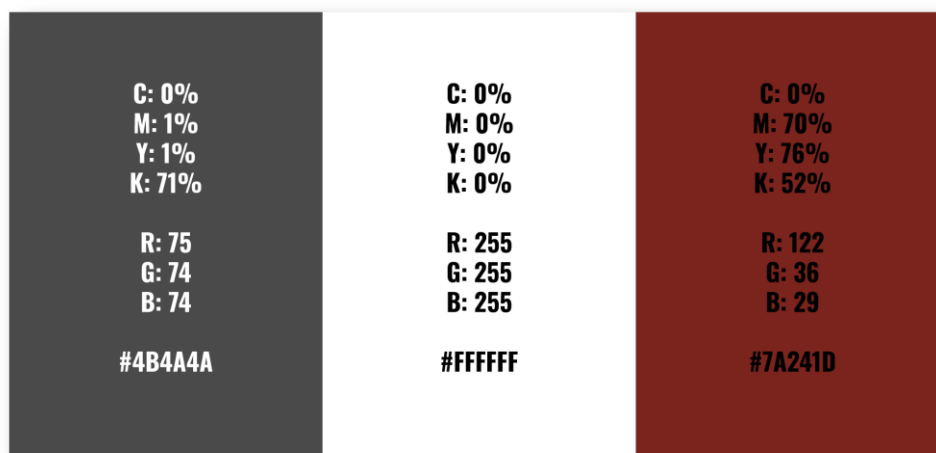


Figura 131 - Código cromático, *Projemato*. (Fonte: da Autora).

## Suportes de comunicação digitais

### *Website*

O *website* da *Projemato* contém informações diretas e curta, com fácil compreensão, é fácil de navegar, apelativo, no entanto a qualidade de imagem não é a mais adequada.

A página inicial apresenta as redes sociais no canto superior direito e a baixo um menu com seis páginas secundárias, sem incluir a *Home*. Seguidamente apresenta imagens dos seus serviços e uma breve frase com informações da empresa. Mais a baixo, encontra-se um mapa onde a mesma atua. Ainda mais a baixo apresentam três quadros com as áreas dos serviços que atuam. No fim da página, tal como o menu, está sempre presente em todas as páginas secundárias, existe no canto inferior esquerdo uma ligação para as Políticas de Privacidade, Políticas de Qualidade e Os Termos e Condições de Utilização, no canto inferior direito contém a localização e os contactos da empresa.

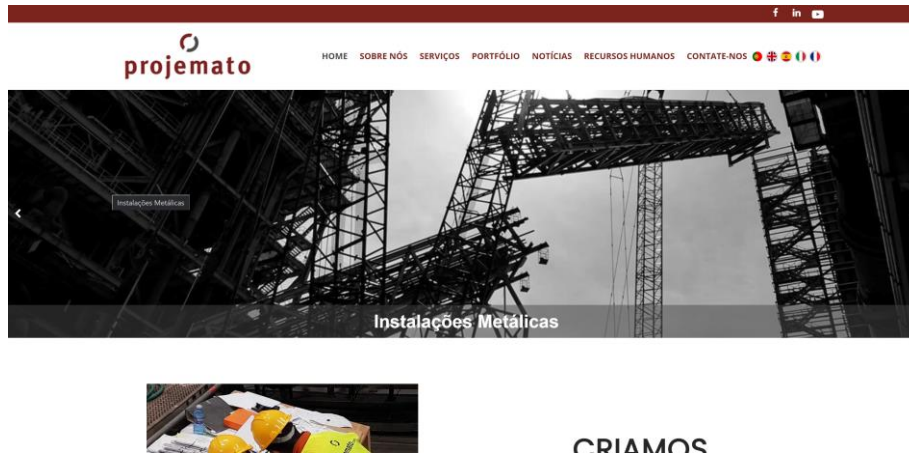


Figura 132 - Website, página inicial, Projemato. (Fonte: <https://www.projemato.com/>).

Na página secundária Sobre Nós apresentam uma apresentação mais pormenorizada da Projemato. Seguidamente apresenta um cronograma da História da empresa, que está apresentado da contextualização. Mais a baixo demonstra a visão, missão e valores da empresa. Continuando o decorrer da página encontra-se um organograma de como estão organizados os colaboradores da mesma. Por fim apresentam um livro que pode ser descarregado, fala sobre os serviços e projetos em que a empresa atua, este livro está descrito no ponto suportes de comunicação impressos.



Figura 133 - Website, página secundária Sobre Nós, Projemato. (Fonte: <https://www.projemato.com/Sobre-n%C3%B3s/>).

Na página secundária Nossos Serviços, começam por apresentar seis quadrados em grelha com os serviços que executam, os Recursos Humanos, o Planeamento, a Qualidade, a Produção, a Monitorização e o Pós-Venda, tendo todos um pequeno texto descritivo sobre cada um. Por fim, mostram mais seis imagens, que mudam em Loop, com os produtos que fazem, como já foi referido na contextualização, produzem

instalações Elétrica, Construções Metálicas, Instalações Mecânicas, Telecomunicações, Tubagem e Manutenção e Reparação.



**Figura 134** - Website, página secundária Serviços, *Projemato*. (Fonte: <https://www.projemato.com/Servi%C3%A7os/>).

Na página secundária Portfólio, começam por demonstrar imagens em *Loop* dos últimos projetos que fizeram, neste caso trabalhos de Eletricidade Industrial, Mecânica e Tubagem. Por último apresentam seis caixas de imagem com outros projetos que executaram, a Supervisão de obra – Argélia, a Manutenção – Matosinhos, a Passagem de cabos – Udine Itália, o Fabrico e Montagem de caminhos de cabos, a Instalação elétrica industrial – Bélgica, a Montagem de Transportadores – Ucrânia, a Montagem de motores – Verona Itália e Trabalhos de fusão de fibra ótica.



**Figura 135** - Website, página secundária Portfólio, *Projemato*. (Fonte: <https://www.projemato.com/Portf%C3%B3lio/>).

Na página secundária Notícias começam por apresentar um vídeo promocional da empresa que está publicado no Youtube. Por último lugar dão a conhecer as últimas notícias sobre a empresa, a Certificação de Qualidade, o Karaté uma ligação duradoura, a Projemato e a Porta 55+, a Projemato investe no apoio social e a Projemato com a ADAFSU.



Figura 136 - Website, página secundária Notícias, Projemato. (Fonte: <https://www.projemato.com/Not%C3%ADcias/>).

Na página secundária Recursos Humanos apresentam primeiramente duas frases sobre a equipa do Departamento dos Recursos Humanos e seguidamente apresentam uma grelha de 2x6 com imagem e texto intercalado com Candidatura Espontânea, Ofertas de Emprego e Formação. Todas estas categorias tem uma ligação a outras páginas secundárias. Esta página no fim não apresenta a caixa de mensagem como nas páginas anteriores.



Figura 137 - Website, página secundária Recursos Humanos, Projemato. (Fonte: <https://www.projemato.com/Recursos-Humanos/>).

Na página secundária Contacte-nos apresentam apenas do lado esquerdo do ecrã uma caixa de mensagem para o utilizador poder entrar em contacto e do lado esquerdo o símbolo da Projemato, a localização e os contactos telefónico e via mail.

**Figura 138** - Website, página secundária Contacte-nos, *Projemato*. (Fonte: <https://www.projemato.com/Contate-nos/>).

## Redes sociais

A página oficial do LinkedIn da Projemato está apresenta algumas informações necessárias relativamente à empresa, a sua localização, quem são e onde setor onde atuam. A foto de perfil apresenta a marca gráfica da empresa, e a foto de capa o logotipo da empresa. A Projemato coloca na página algumas publicações anuais. Tem cerca de 750 seguidores, porém as publicações não têm muito alcance.



**Figura 139** - Página do LinkedIn, *Projemato*. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/projemato/>).

A publicações são todos de recrutamento de colaboradores para a empresa. O layout que a Projemato utilizou à três anos é muito diferente do que utiliza atualmente, sendo o primeiro layout com mais qualidade, tendo a marca gráfica a

branco o que não acontece nos seguintes e a disposição da informação com melhor qualidade que atual.



Figura 140 - Publicação do LinkedIn de há 3 anos, Projemato. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all>).



Figura 141 - Publicação LinkedIn de há 1 ano, Projemato. (Fonte: <https://www.linkedin.com/company/projemato/posts/?feedView=all>).

O Facebook da Projemato, tem cerca de 4 mil seguidores, mas tal como no LinkedIn tem pouco alcance.



Figura 142 - Facebook, página inicial, *Projemato*. (Fonte: <https://www.facebook.com/Projemato>).

As publicações são as mesmas que o LinkedIn, são maioritariamente para o recrutamento de colaboradores, no entanto também fazem publicações felicitações e partilham vídeos so Youtube sobre a empresa, que será abordado no ponto abaixo.



Figura 143 - Facebook, publicação, *Projemato*. (Fonte: <https://www.facebook.com/photo?fbid=641008004497729&set=a.525869386011592>).

A Projemato está presente também na plataforma do Youtube, onde partilham com pouca frequência vídeos promocionais e institucionais da empresa, tal como vídeos de felicitações, sendo maioritariamente do Natal.

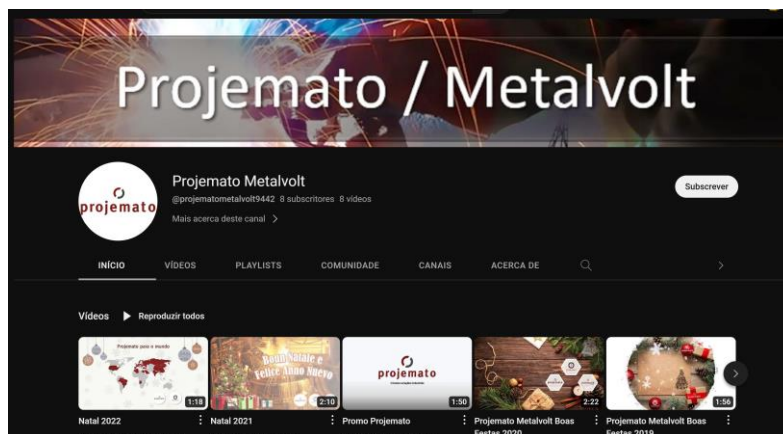


Figura 144 - Projemato, página inicial do Youtube. (Fonte: [https://www.youtube.com/channel/UCGOza39\\_R7B8cu8uFPSKllw](https://www.youtube.com/channel/UCGOza39_R7B8cu8uFPSKllw)).

Em relação à produção audiovisual, os vídeos têm durações diversas, variando em média 1 minutos e 27 segundos. A produção e pós-produção de cada vídeos é de baixa qualidade.

### Suportes de comunicação impressos



























A Brochura apresentada na figura seguinte está disponível no Website. Está organizada, contém informações curtas e diretas, sendo a disposição da informação pouco organizada, a tipografia é a mesma que a do website e as imagens apresentadas são maioritariamente de pouca qualidade. Esta brochura apresenta a empresa, como se organiza, os serviços, os produtos, a área geografia de intervenção e os contactos.



Figura 145 - Projemato - Brochura. (Fonte: <https://www.projemato.com/gallery/Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20PT.pdf>).

## Análise dos casos de Inspiração

O quadro seguinte analisa os casos de inspiração de forma geral.

					
<b>SEMÂNTICA</b>	O que é apresentado?	Constrói, a partir da letra "M", a alusão a uma construção metálica.	Constrói, a partir da letra "C", alusão a uma construção metálica. Contém descritivo.	Contém o apenas o nome da empresa e um descritivo.	Constrói uma circunferência interrompida, que alude a dois ímanes.
	<b>SINTÁTICA</b>				
	Anatomia	Mista	Mista	Logotipo	Mista
	composição				
	Cores				
	<b>FORMA TIPOGRÁFICA</b>	Microgramma, B. Ext.	Striker	Kinetika Semi Bold	FF Meta Hebrew Bold
	Classe Tipográfica	Moderno linear geométrico	Moderno linear geométrico	Moderno linear geométrico	Moderno linear humanista
	Variante	Caixa alta	Caixa alta	Caixa alta	Caixa alta
	Largura/espessura/grossura	Bold, Extended	Normal	Semi Bold	Bold
	Postura	Normal	Normal	Normal	Normal
	<b>SÍMBOLO</b>				
	Caraterização da forma	Linhas retas e curvas	Linhas retas	—	Linhas curvas
	Contorno	Sem contorno	Sem contorno	—	Sem contorno
	Preenchimento	Degradê	Cores sólidas	—	Cores sólidas
	Volumetria	Tridimensional	Tridimensional	—	Bidimensional
<b>SUPORTES DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>DIGITAIS</b>				
	Website				
	Redes sociais				
	<b>IMPRESSOS</b>		—	—	

Caixa alta

Figura 146 - Análise dos casos de Inspiração. (Fonte: da Autora.)

Esta análise faz concluir que, a nível semântico e sintático, maior parte das empresas contêm logotipo e símbolo, representando o símbolo alusões a estruturas metálicas. Quanto à cor, a mais predominante é o branco e seguidamente o preto. Na tipografia, a classe é a mesma em todas, moderno linear geométrico, sendo a variante mais utilizada a caixa alta. A largura/espessura/grossura mais frequente é o Bold e a postura é, em todas, normal. O símbolo apresenta quanto à forma linhas retas e linhas curvas, tendo não existindo contorno em nenhum dos casos. Na maioria, as cores são sólidas e na volumetria é mais utilizada a tridimensionalidade.

Quanto aos meios de comunicação digitais estão analisados mais aprofundamento no quadro seguinte. Os meios de comunicação impressos disponíveis apresentam coerência informativa, no entanto existe falta de qualidade de imagem.

O quadro seguinte analisa as interfaces de cada empresa.





						
<b>WEBSITE</b>	<b>ELEMENTOS COMPLEMENTARES</b>	<b>imagética</b>	qualidade mediana imagens próprias antiquada	qualidade de escolha banco de imagens modernizada	alta qualidade banco de imagens/ imagens próprias modernizada	qualidade de escolha imagens próprias modernizada
		<b>design</b>	simples intuitivo funcional	moderno intuitivo funcional	moderno intuitivo funcional	simples intuitivo funcional
		<b>estrutura</b>	home empresa produção serviços projetos noticias contactos recrutamento orçamento	home empresa serviços/indústria projetos noticias contactos	home empresa serviços projetos (contactos - caixa de mensagens: solicitar orçamento e comunicar com a equipa)	home empresa serviços portfólio noticias recursos humanos contactos
<b>REDES SOCIAIS</b>	<b>LinkedIn</b>	<b>temática</b>	campanhas informativos		recrutamento informativos	recrutamento
		<b>imagética</b>	✓		✓	✗
		<b>design</b>	✓		✓	✗
		<b>seguidores</b>	5 mil 662 seguidores		413 seguidores	742 seguidores
		<b>frequência</b>	semanal		trimestral	mensal
	<b>Facebook</b>	<b>temática</b>		campanhas informativos		recrutamento
		<b>imagética</b>		✓		✗
		<b>design</b>		✓		✗
		<b>seguidores</b>		2 mil 700 seguidores		4 mil seguidores
		<b>frequência</b>		mensal		mensal
	<b>Youtube</b>	<b>temática</b>	institucionais			institucionais campanhas
		<b>imagética</b>	✓			✗
		<b>design</b>	✓			✗
		<b>seguidores</b>	149 subscritores			8 subscritores
		<b>frequência</b>	trimestral			anual

Figura 147 - Análise das Interfaces dos Casos de Inspiração. (Fonte: da Autora.)

A linguagem visual utilizada pelos casos é de modo geral qualidade na escolha, utilizando imagens próprias e modernizadas. O design é modernizado ou simples, intuitivo e funcional. A estrutura utilizada em todos é a página inicial, a empresa, os serviços, os projetos e os contactos.

Quando às redes sociais no LinkedIn de forma geral a temática utilizada é informativa e de recrutamento, tendo qualidade de imagem e um design adequado, os seguidores em média são pouco menos que mil com publicações mensais. No Facebook as temáticas são de cariz informativo, tendo qualidade de imagens e um design adequado com cerca de 3 mil seguidores com uma frequência de publicações mensais. O Youtube geralmente temáticas institucionais com imagética de qualidade e design adequado com cerca de 100 subscritores, com publicações semestrais.

Concluindo os meios de comunicação mais utilizados são o *website* e o LinkedIn. Todos os casos têm *website*, existindo na maioria coerência de comunicação, informações bem estruturadas, preocupação na qualidade de imagem, representado bem a empresa. Em maior parte dos casos apresentam os projetos que foram feitos ou estão em execução. No LinkedIn, maior parte das empresas têm conta, utilizando imagem com qualidade e coerência na informação, apresentam bem a empresa, no entanto, existindo muitos seguidores, não obtém o alcance esperado, a frequência é de uma publicação por mês.

## 4. Análise e Diagnóstico

### 4.1 Análise SWOT

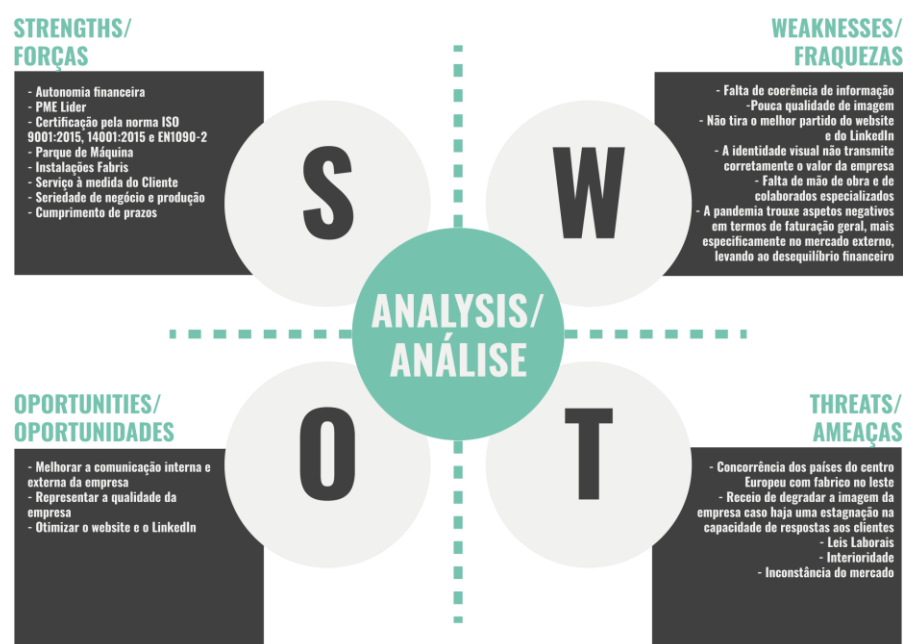


Figura 148 - Análise SWOT. (Fonte: da Autora.)

## 4.2 Público-Alvo

O público-alvo da Movaço pode-se considerar transversal, relativamente à idade, sendo uma empresa na área da metalomecânica, tendo o público interno e externo. O público interno são os colaboradores da Movaço. O público externo, que privilegiam os produtos/serviços de qualidade e seriedade de prazos, é principalmente do setor da Indústria do Pneu e do Vidro, no entanto têm clientes em outros setores. Pretende-se que os serviços e produtos consigam chegar em maior quantidade no mercado externo. O mercado externo que querem alcançar é no setor Vidreiro e do Pneu, como na América, Europa e Rússia.

## 4.3 Personas

As personas apresentadas de seguida foram estruturadas a partir do público-alvo definido, sendo dois potências clientes no setor do vidro e dois potências clientes no setor dos pneus (do mercado interno e do mercado externo). Existindo também uma para um cliente da empresa e outro de um colaborador.



Figura 149 - Persona 1, Indústria Pneus, Mercado externo. (Fonte: da Autora).

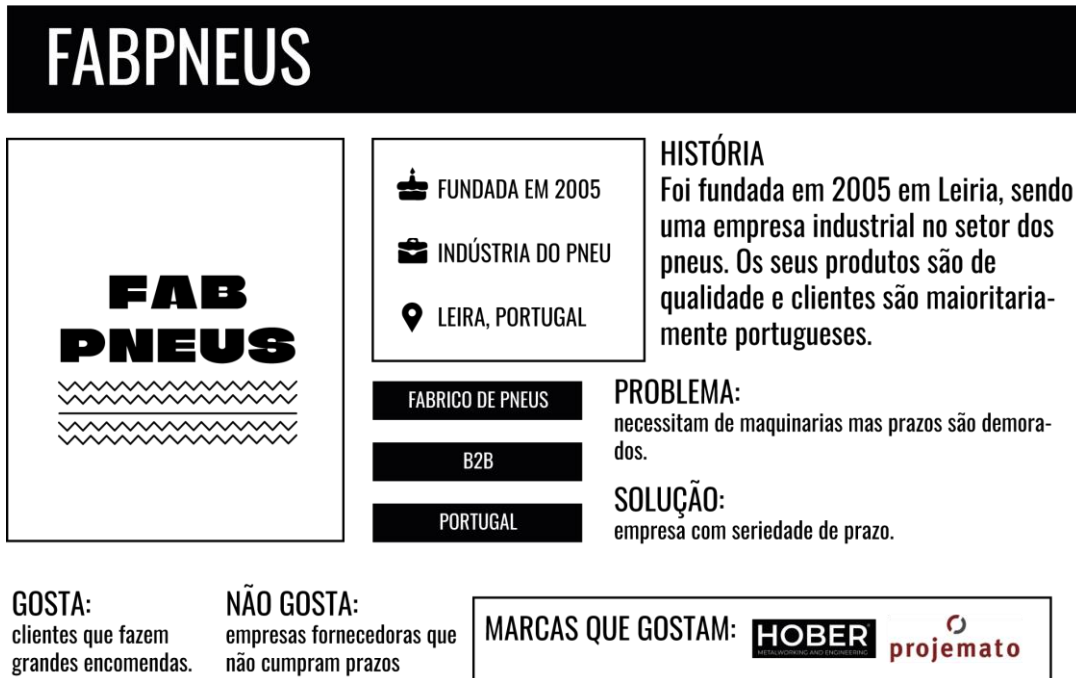


Figura 150 - Persona 2, Indústria Pneus, Mercado Interno. (Fonte: da Autora).



Figura 151 - Persona 3, Indústria Vidreira, Mercado Interno. (Fonte: da Autora).

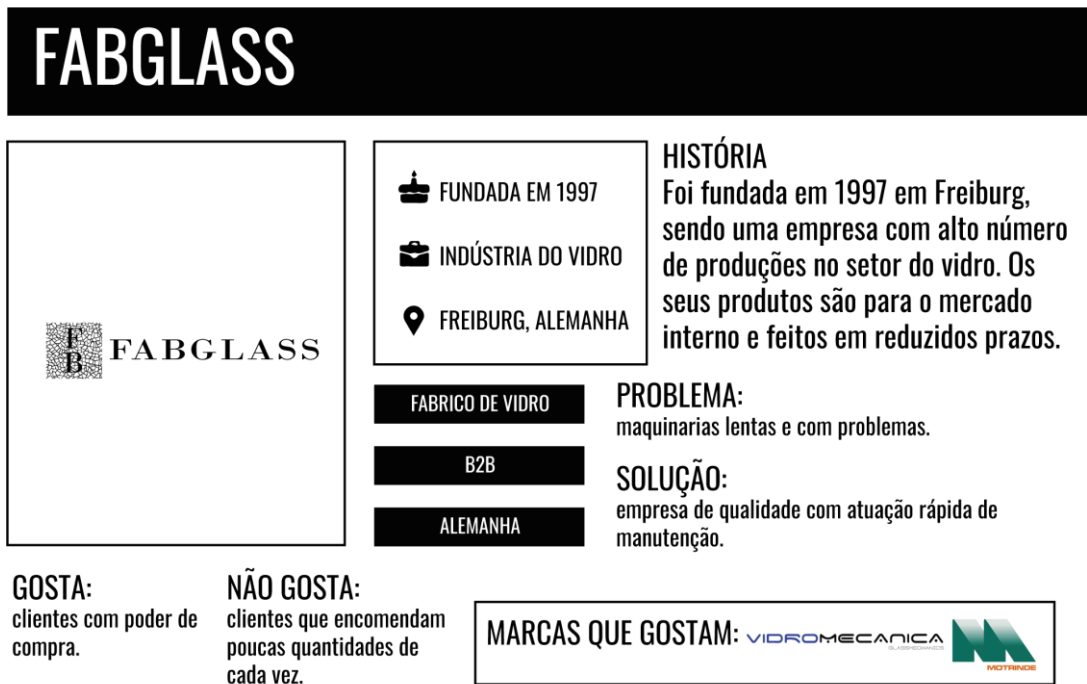


Figura 152 - Persona 4, Indústria Vidreira, Mercado Externo. (Fonte: da Autora).



Figura 153 - Persona 5, Cliente atual, Indústria da Construção, Mercado Interno. (Fonte: da Autora).

# JOÃO MARTINS



 NASCEU EM 1981

 SOLDADOR

 CASTELO BRANCO

**HISTÓRIA**  
Nasceu em Lisboa, mas atualmente vive em Castelo Branco. Trabalha na empresa Movaço à cerca de 2 meses, onde com o cargo de soldador profissional

**GOSTA:**  
técnicas recentes.

**NÃO GOSTA:**  
de coisas que lhe retirem muito tempo.

**PROBLEMA:**  
pouco conhecimento das políticas da empresa

**SOLUÇÃO:**  
documento com as políticas todas da empresa.

**MARCAS QUE GOSTAM:**



Figura 154 - Persona 6, Colaborador da Movaço. (Fonte: da Autora).

## 4.4 Estratégia de Comunicação

A estratégia de comunicação é essencial para o bom funcionamento e sucesso de qualquer empresa, sendo por definição o “plano pelo qual uma empresa, seus produtos ou serviços são divulgados para o público externo (clientes) ou interno (funcionários). Em outras palavras, é toda e qualquer comunicação produzida pela própria empresa e de acordo com seu planeamento estratégico empresarial.” (Patel, n.d.)

Desta forma a estratégia de comunicação concerne no modo como são selecionados e estruturados “os meios e objetos de comunicação, que comunicam aos diferentes públicos, e que procuram persuadir e orientar comportamentos de acordo com um programa corporativo” (Davis, 2009, p.10).

Le Coadic afirma que “a comunicação é um ato, um processo, um mecanismo, e que a informação, é um produto, uma substância, uma matéria” (1996, p.13). A comunicação e o processo de comunicação são constituídos desses dois elementos essenciais: interação e conteúdo. A essência da comunicação refere-se ao diálogo, tornando comum, tal como a compartilhar, sendo todas as organizações forjadas nessa dinâmica.

A estratégia pode ser utilizada como atividade cotidiana, por diferentes intervenientes na vida de uma organização, fundada na sua visão, missão e valores. Desta forma, “a grande estratégia corporativa e múltiplas estratégias sociais de diferentes atores e em variados níveis e áreas coexistem na rotina de uma organização” (Duarte, n.d.).

Uma boa comunicação B2B tem como fator principal demonstrar a qualidade da empresa para obter melhores resultados. Ao demonstrar a qualidade da mesma e a qualidade dos seus serviços consegue o melhor alcance com os possíveis clientes que por sua vez entram em contacto com a empresa fazendo uma oferta, sendo depois aceite pela empresa e o negócio fica fechado.

O seguinte organograma mostra como funciona uma boa comunicação *business to business*.

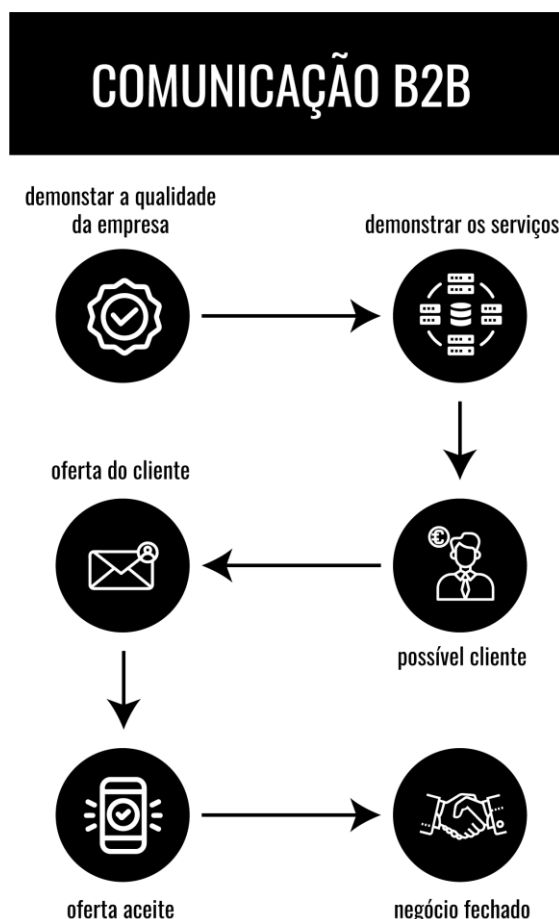


Figura 155 - Organograma da comunicação B2B. (Fonte: da Autora).

A Estratégia de comunicação que a seguir se apresenta teve em consideração a missão, visão, valores e objetivos da Movaço, a análise das marcas gráficas e suportes de comunicação dos concorrentes, a análise feita aos casos de referência para a criação de soluções que resolvam a problemática identificada. A estratégia engloba a criação de identidade visual que transita a missão e os valores da marca, a elaboração de manual de normas gráficas para garante da utilização da marca gráfica, suportes de comunicação impressos, planeamento da comunicação no LinkedIn e lançamento da marca gráfica.

# ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

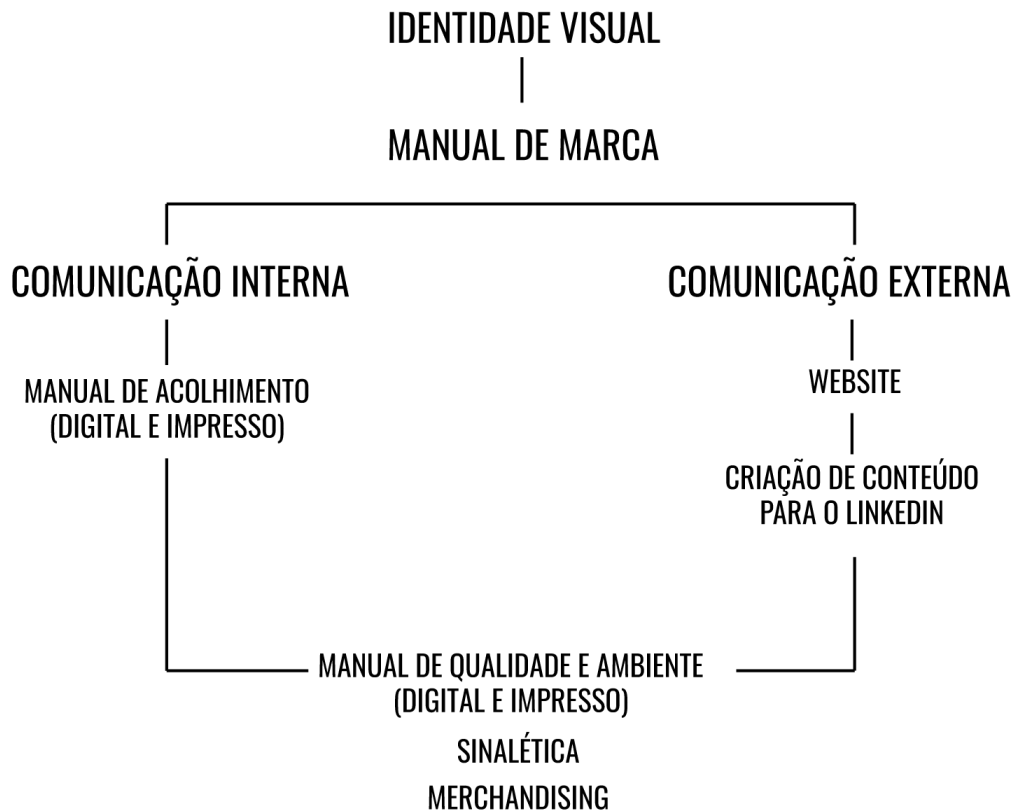


Figura 156 - Organograma da estratégia de comunicação. (Fonte: da Autora).

## 4.5 Mensagem

A mensagem que a Movaço quer transmitir que a organização tem a finalidade peculiar que diferencia a organização de outra semelhante, transpondo que a Movaço transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que lhe permitem obter elevado nível de automação. Tal como que o modo como vêm o sucesso é a sua capacidade de conceber uma visão e fazer dela uma fonte de inspiração para as pessoas que nela trabalham, pretendendo pertencer à melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica. Desta forma demonstram seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos, para construir e vender equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade, consolidação da presença no Mercado Nacional e Europeu, entrada nos mercados externos (Comunitário, Palop, Rússia, USS e América Latina), manter uma estrutura de recursos humanos qualificada, estável e dinâmica e manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

## 5. Desenvolvimento projetual

### 5.1 Conceito

Não havendo abertura por parte da direção da Movaço para a alteração total da marca gráfica, foi visualizar a marca gráfica existente e a partir do que existe, tentar construir algo com mais significado, através das poucas respostas existentes acerca deste assunto. Sendo assim o conceito definido passa por segurar a permanência da letra M e pela associação das cores da marca gráfica para cada área de indústria que a empresa trabalha, sendo o amarelo para a indústria dos pneus, o branco com riscos pretos para a indústria dos pneus e o azul para as outras indústrias.

### 5.2 Esboços e estudos da marca gráfica

A partir da marca gráfica existente e pegando nas formas triangulares, foram realizados rascunhos para perceber como poderiam ser utilizadas. Num dos rascunhos aferiu-se a possibilidade das formas triangulares permitirem o desenho da letra M. Como não se sabia o significado dos símbolos triangulares e entendendo as áreas de atuação da empresa, houve a tentativa de uma associação entre os triângulos e as indústrias para as quais a Movaço desenvolve soluções, sendo elas maioritariamente a indústria do vidro, dos pneus e outras indústrias, assegurando ao mesmo tempo a leitura da letra M.

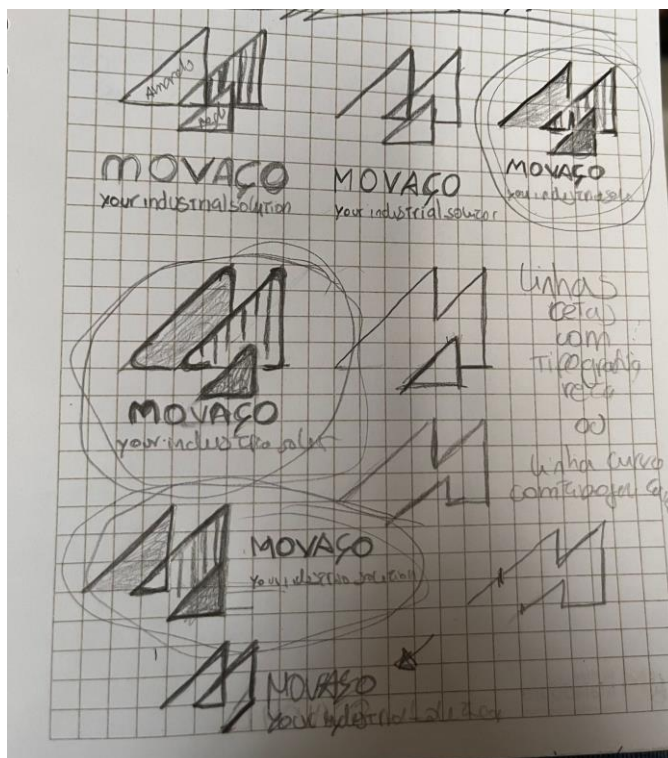


Figura 157 - Esboços. (Fonte: da Autora).

A baixo apresentam-se esboços digitais para se chegar ao resultado pretendido.



Figura 158 - Tentativas dimensões e formas. (Fonte: da Autora).



Figura 159 - Tentativas de disposição de símbolo, logótipo e *tagline*. (Fonte: da Autora).



Figura 160 - tentativas de contorno, linhas e cor. (Fonte: da Autora).

### 5.2.1 Seleção da Marca Gráfica

A marca gráfica é composta por símbolo, logótipo e *tagline*. Para o símbolo, como foi referido anteriormente, foi feita uma associação cromática com as indústrias para as quais a Movaço desenvolve soluções, sendo o amarelo para a indústria dos pneus, o branco com riscas pretas para a indústria do vidro e o azul para as outras indústrias. A *tagline* foi mantida, uma vez que tendo sido perguntado à empresa que frase a poderia definir a empresa a respondeu com a *tagline* existente, sendo essa a razão de se ter mantido. Esta *tagline* passa a ideia de proximidade, transmite sobretudo a ideia de as soluções serem feitas à medida do cliente.



Figura 161- Marca gráfica vertical com *tagline* e sem *tagline*. (Fonte: da Autora).



Figura 162 - Marca gráfica horizontal com *tagline* e sem *tagline*. (Fonte: da Autora).



Figura 163 - Marca gráfica vertical, versão negativa a cores, com *tagline* e sem *tagline*. (Fonte: da Autora).



Figura 164 - Marca gráfica horizontal, com *tagline* e sem *tagline*. (Fonte: da Autora).

## 5.2.2 Testes de resistência da marca gráfica

Os testes apresentados de seguida servem para testar a resistência da marca gráfica, sendo feitos no site: <https://logolab.app/home>.

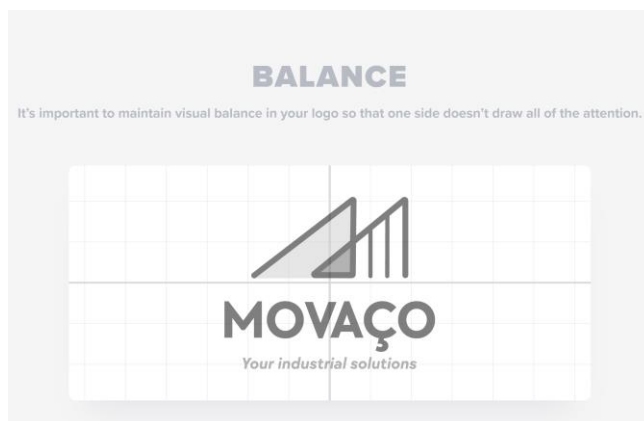


Figura 165 - Teste de equilíbrio, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

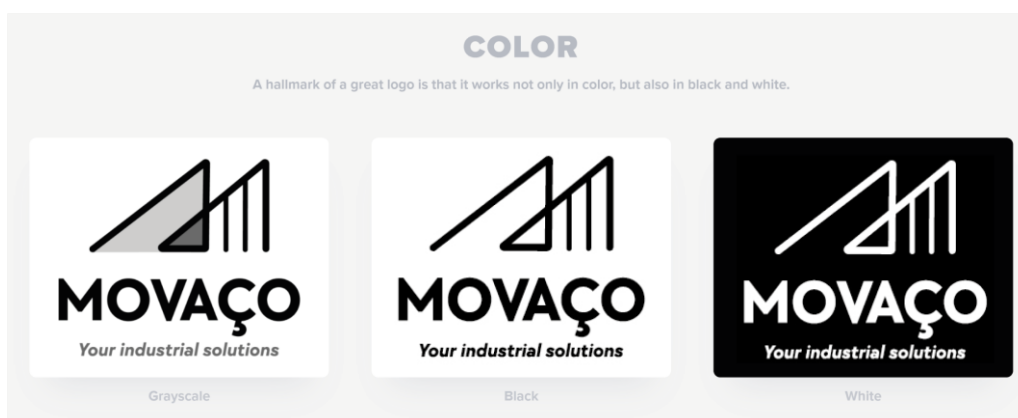


Figura 166 - Teste de cor, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

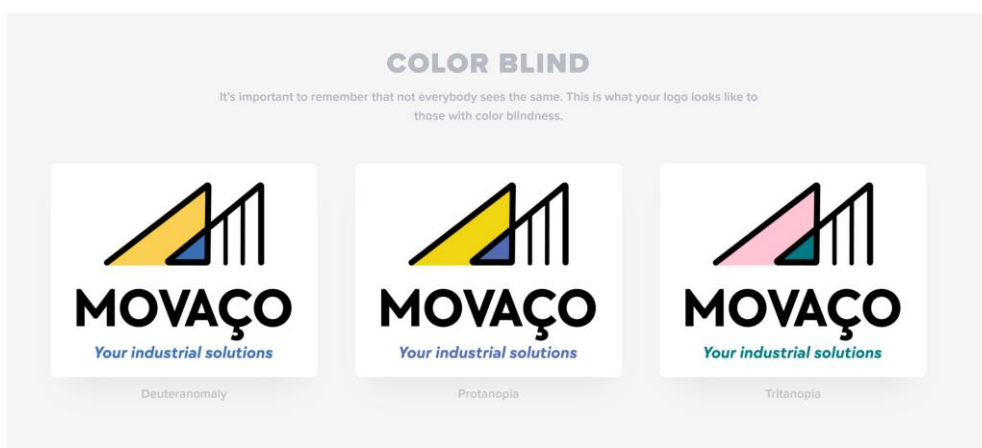


Figura 167 - Teste cor para daltonismo, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

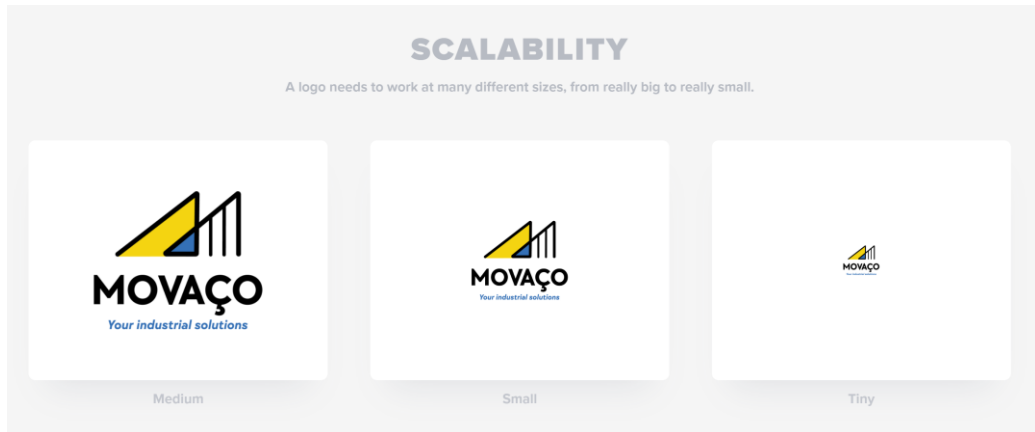


Figura 168 - Teste de escala, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

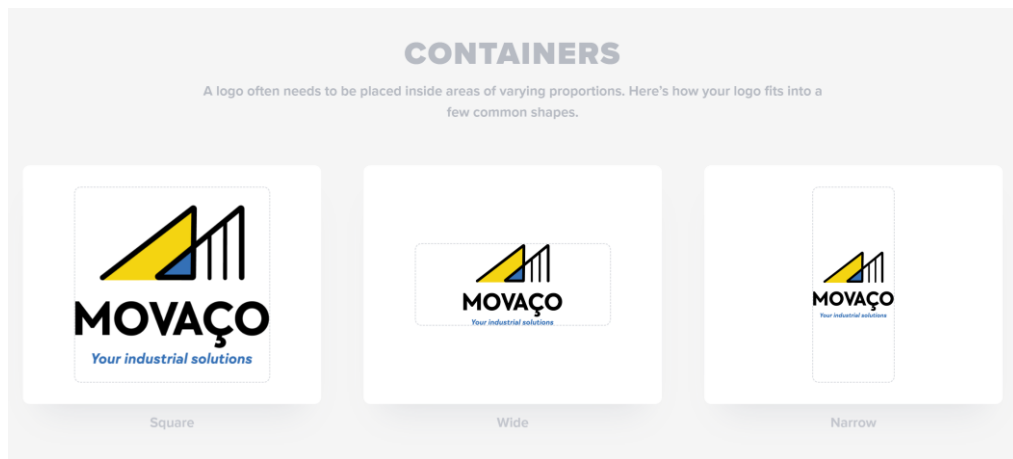


Figura 169 - Teste contentores, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

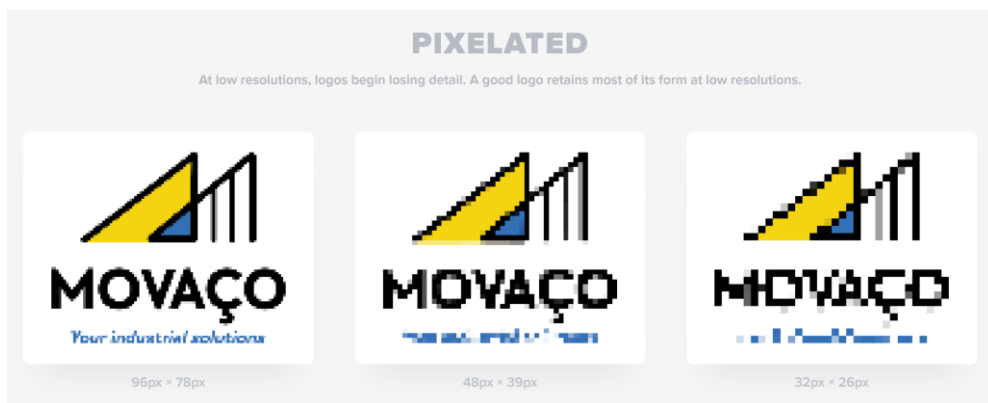


Figura 170 - Teste de Pixéis, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

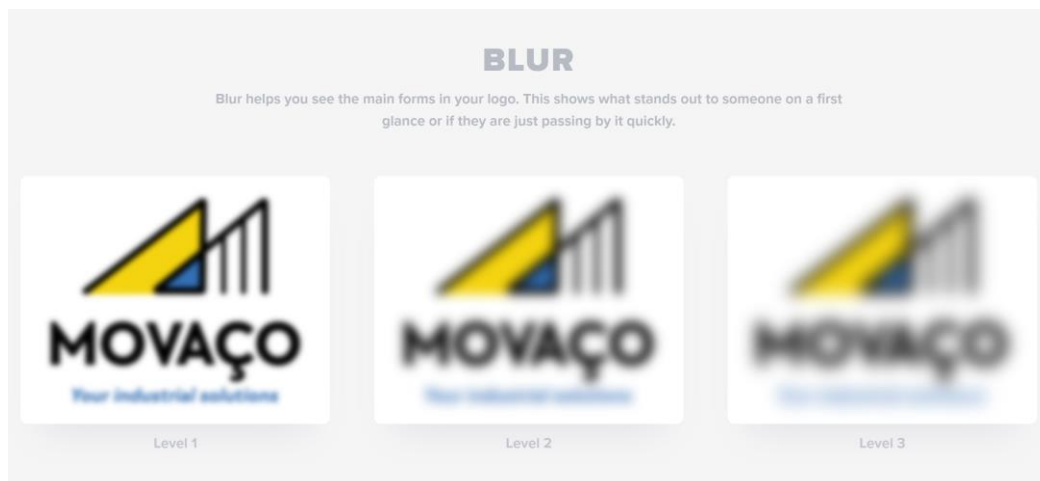


Figura 171 - Teste de desfoque, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

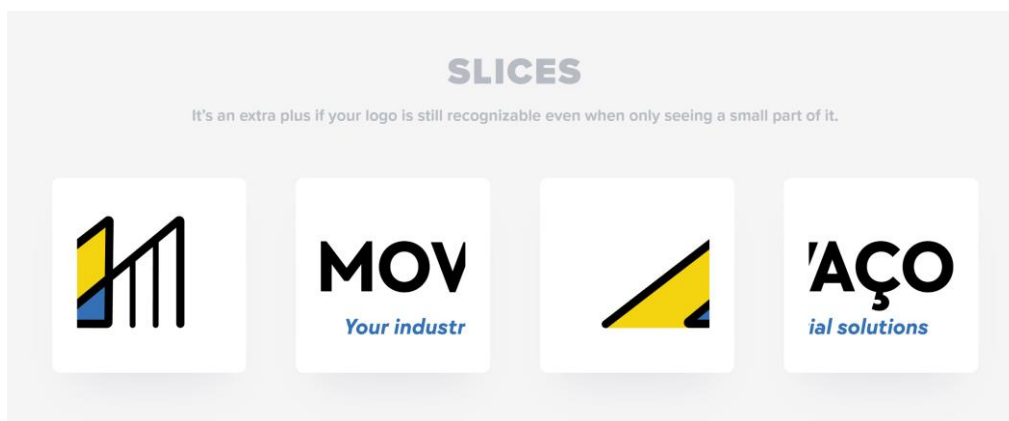


Figura 172 - Teste de divisão, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).



Figura 173 - Teste sobre ícones de aplicações, com *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

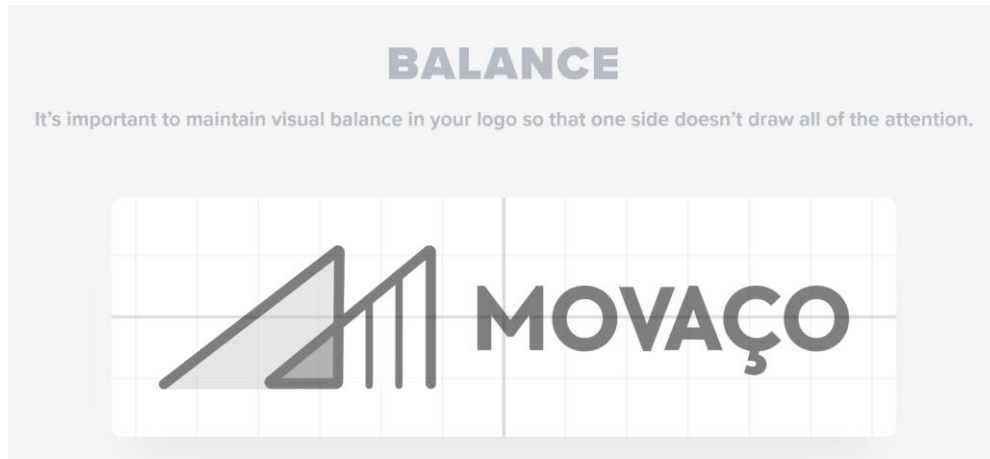


Figura 174 - Teste equilíbrio, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

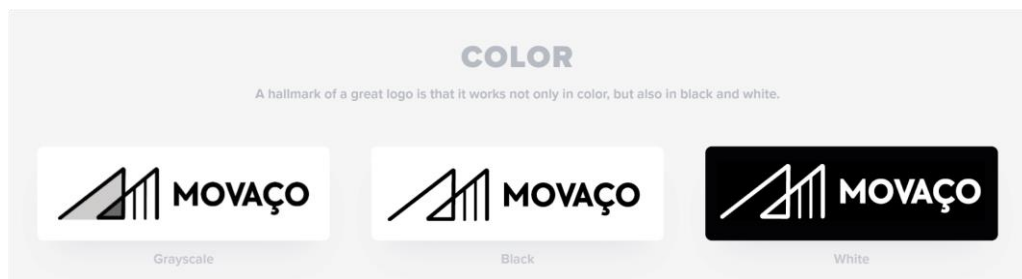


Figura 175 - Teste cor, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

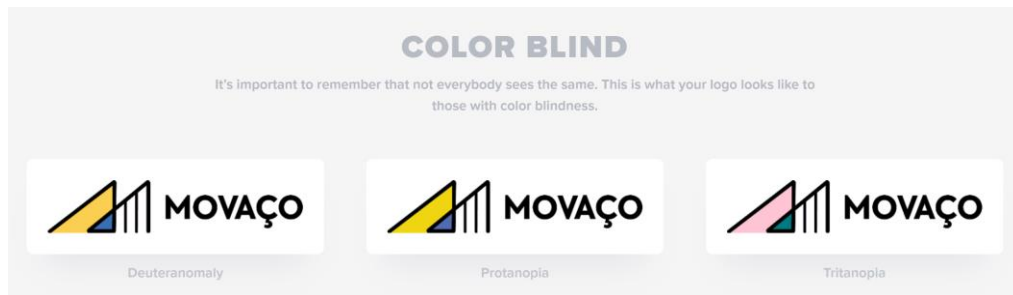


Figura 176 - Teste cor para daltonismo, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).



Figura 177 - Teste de escala, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

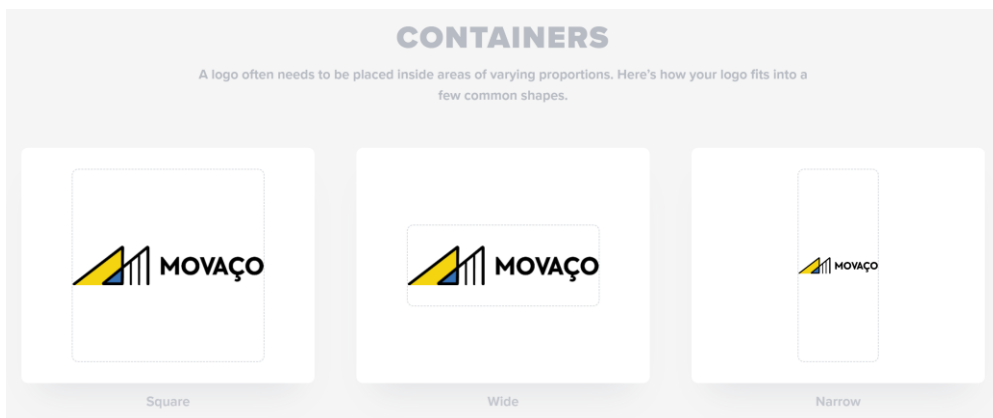


Figura 178 - Teste de contentores, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

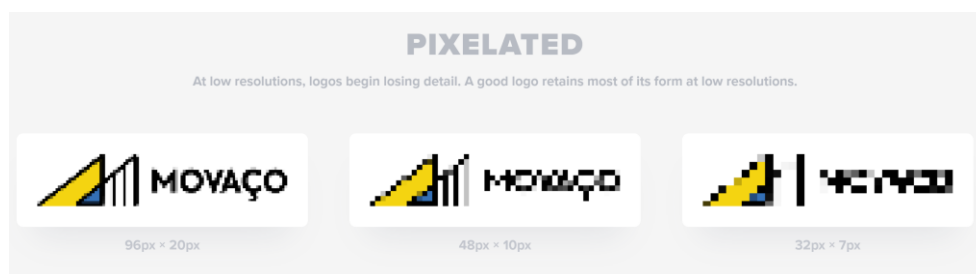


Figura 179 - Teste de pixéis, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

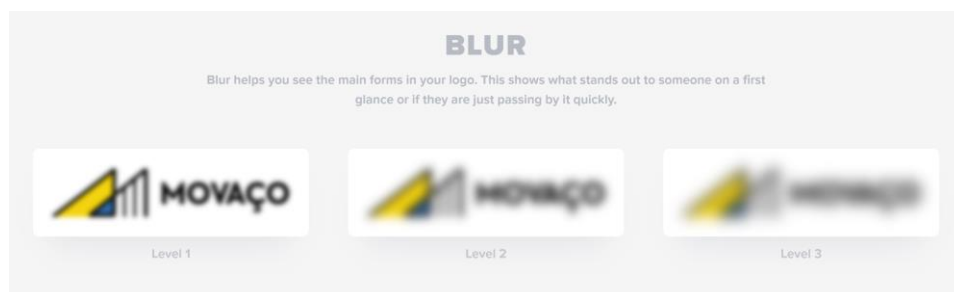


Figura 180 - Teste de desfoque, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

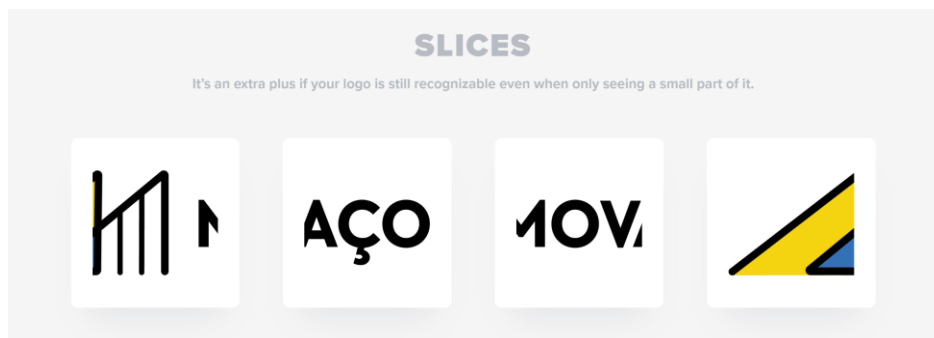


Figura 181 - Teste de divisão, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

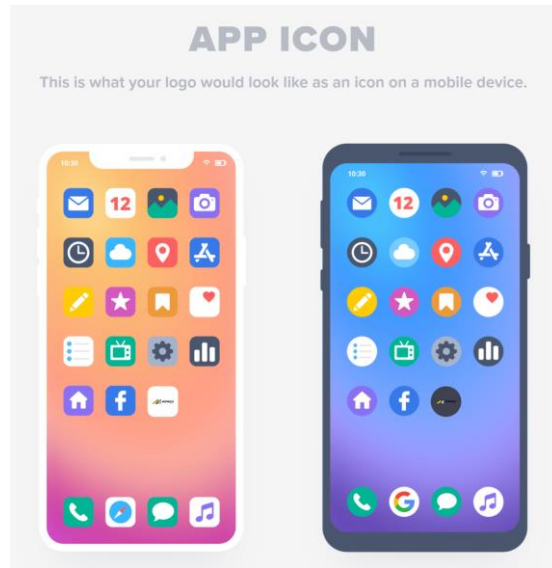


Figura 182 - Teste sobre ícones em aplicações, sem *tagline*. (Fonte: <https://logolab.app/home>).

### 5.2.3 Cor, tipografia, grafismos

As cores foram ligeiramente alteradas para tons mais quentes e a considerada a utilização de um cinza para comunicação no LinkedIn e no *website*.

## COR

### PALETA CROMÁTICA NA MARCA GRÁFICA

#### CMYK:

C:80, M:50, Y:0, K:0 —  
 C:71, M:13, Y:94, K:0 —  
 C:0, M:0, Y:0, K:100 —  
 C:0, Y:0, M:0, K:0 —

#### RGB:

R:51, G:115, B:204 —  
 R: 245, G: 212, B:0 —  
 R:0, G:0, B:0 —  
 R:255, G:255, B:255 —

#### CORES DIRETAS:

PANTONE 285 C —  
 PANTONE YEL.012 C —  
 PANTONE BLACK C —  
 PANTONE 000 C WHITE —

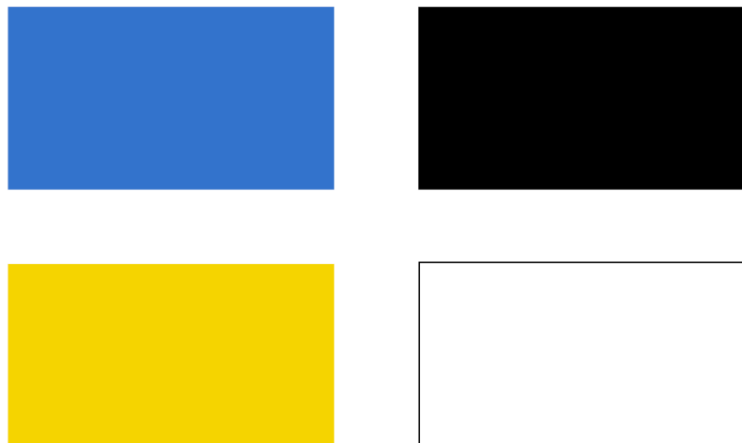







Figura 183 - Paleta Cromática da Marca gráfica. (Fonte: da Autora).

## COR






### PALETA CROMÁTICA DA COMUNICAÇÃO

#### CMYK:

C:80, M:50, Y:0, K:0 —   
 C:71, M:13, Y:94, K:0 —   
 C:0, M:0, Y:0, K:100 —   
 C:0, Y:0, M:0, K:0 —   
 C:0, M:0, Y:0, K:11 — 



#### RGB:

R:51, G:115, B:204 —   
 R: 245, G: 212, B:0 —   
 R:0, G:0, B:0 —   
 R:255, G:255, B:255 —   
 R:226, G:226, B:226 — 



#### CORES DIRETAS:






PANTONE 285 C —   
 PANTONE YEL.012 C —   
 PANTONE BLACK C —   
 PANTONE 000 C WHITE —   
 PANTONE PMS COOL GRAY — 



Figura 184 - Paletas Cromática da Comunicação. (Fonte: da Autora).

A escolha tipográfica pretendeu essencialmente a harmonia com o símbolo, tendo sido escolhido um tipo letra cujo desenho é constituído com linhas retas e formas geométricas. A família escolhida foi a TT CHOLOLATE TRL, sendo utilizada tanto na marca gráfica como na comunicação.

## TIPOGRAFIA

TT CHOCOLATE TRL

utilização na marca gráfica

#### EXTRA BOLD ITALIC

EXTRA BOLD

BOLD ITALIC

BOLD

DEMI BOLD ITALIC

DEMI BOLD

MEDIUM ITALIC

MEDIUM

ITALIC

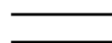
REGULAR

LIGHT ITALIC

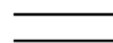
LIGHT

EXTRA LIGHT ITALIC

EXTRA LIGHT



nome



caixa alta

caixa baixa

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m -  
 n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ; - ! " # \$ % / ( ) ? ' ~ ° ª \ | € £ @ { [ ] } ' » > < : \* + - = " ^ `

Figura 185 - Tipografia, marca gráfica. (Fonte: da Autora).

## TIPOGRAFIA

TT CHOCOLATE TRL

utilização no manual de acolhimento e manual da qualidade e ambiente

<b>EXTRA BOLD ITALIC</b>	_____	títulos	_____	utilizada com 15 pontos
<b>EXTRA BOLD</b>	_____			
<b>BOLD ITALIC</b>	_____	subtítulos	_____	utilizada com 14 pontos
<b>BOLD</b>	_____			
<b>DEMI BOLD ITALIC</b>	_____	subsubtítulos	_____	utilizada com 13 pontos
<b>DEMI BOLD</b>	_____			
<b>MEDIUM ITALIC</b>	_____	negritos	_____	utilizada com 13 pontos
<b>MEDIUM</b>	_____			
<b>ITALIC</b>	_____	corpo de texto	_____	utilizada com 13 pontos
<b>RÉGULAR</b>	_____			
<b>LIGHT ITALIC</b>				
<b>LIGHT</b>				
<b>EXTRA LIGHT ITALIC</b>				
<b>EXTRA LIGHT</b>				

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m -  
n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ; - ! " # % / ( ) ? ' ~ ° ª \ | € £ @ { [ ] } ' » < : \* + - = " ^**

Figura 186 - Tipografia, comunicação. (Fonte: da Autora).

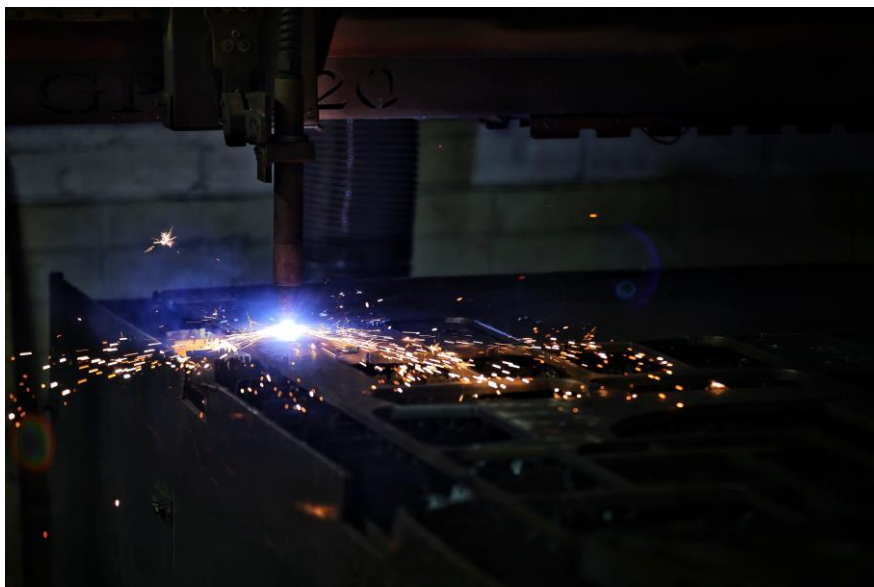
Os elementos da identidade visual foram pensados com a ligação ao símbolo. A imagética escolhida teve como objetivo a seleção de imagens que traduzissem corretamente a qualidade, modernização e inovação da empresa.

A imagem abaixo, é uma imagem composta pelas cores corporativas e linhas geométricas que aludem aos triângulos do símbolo.



Figura 187 - Imagem presente no manual de acolhimento e na página secundária QUEM SOMOS do website.

A seguinte imagem representa partículas luminosas, centelhas, que significam em sentido figurado, uma manifestação notável de inspiração ou talento, que remete para as soluções de qualidade e inovação que Movaço produz.

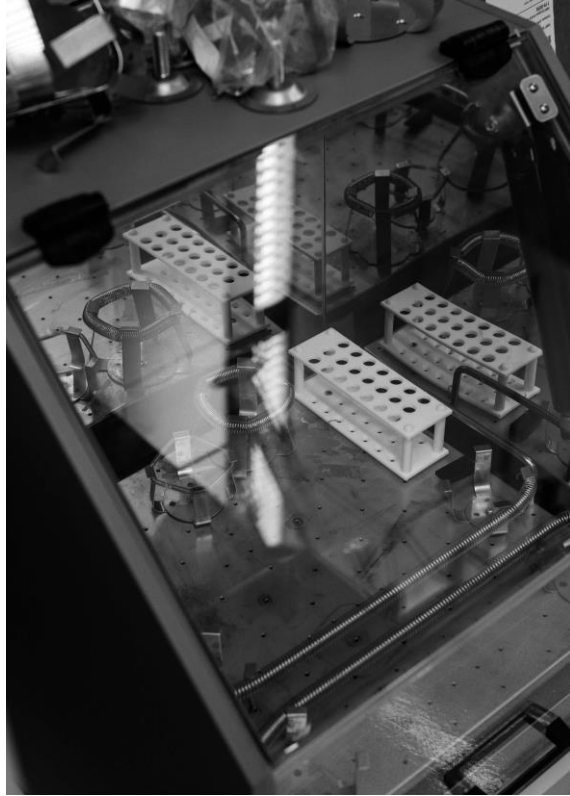


**Figura 188** - Imagem presente no Manual de Qualidade e Ambiente e na página inicial do *website*.

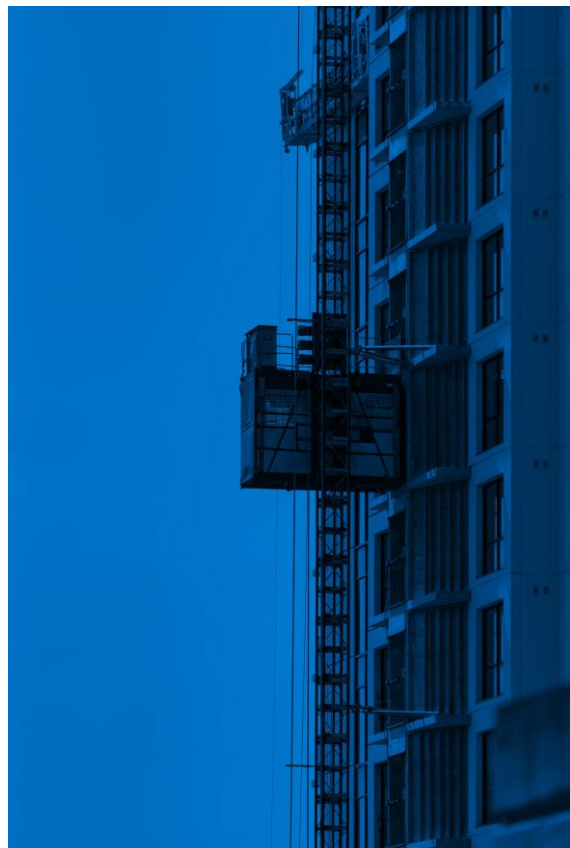
As imagens abaixo têm como função a comunicação de soluções feitas pela Movaço. Tendo um filtro com as cores corporativas, de forma a haver uma associação cromática para cada umas das indústrias para qual a Movaço desenvolve soluções.



**Figura 189** - Imagem de solução para a indústria dos pneus.



**Figura 190** - Imagem de solução para a indústria do vidro.



**Figura 191** - Imagem de solução para outras indústrias.

Os grafismos foram criados a partir do símbolo, havendo uma tentativa de manter a linha com a mesma forma, utilizando também os triângulos para criar figuras, a utilizar na comunicação de dias festivos. As linhas no *website* e nos manuais têm a mesma forma do contorno do símbolo. As formas com as pontas arredondadas, os retângulos do *website* e os pictogramas, também se baseiam na forma do símbolo.

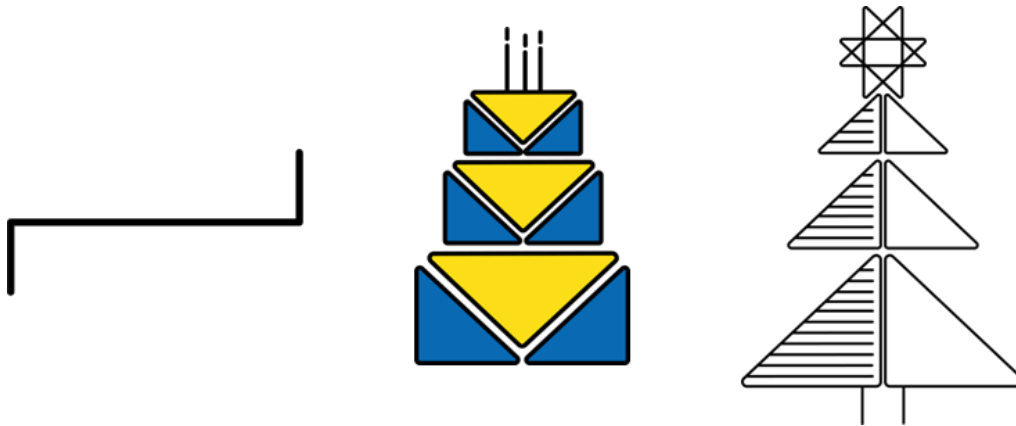


Figura 192 - Linha e figuras para dias festivos. (Fonte: da Autora).

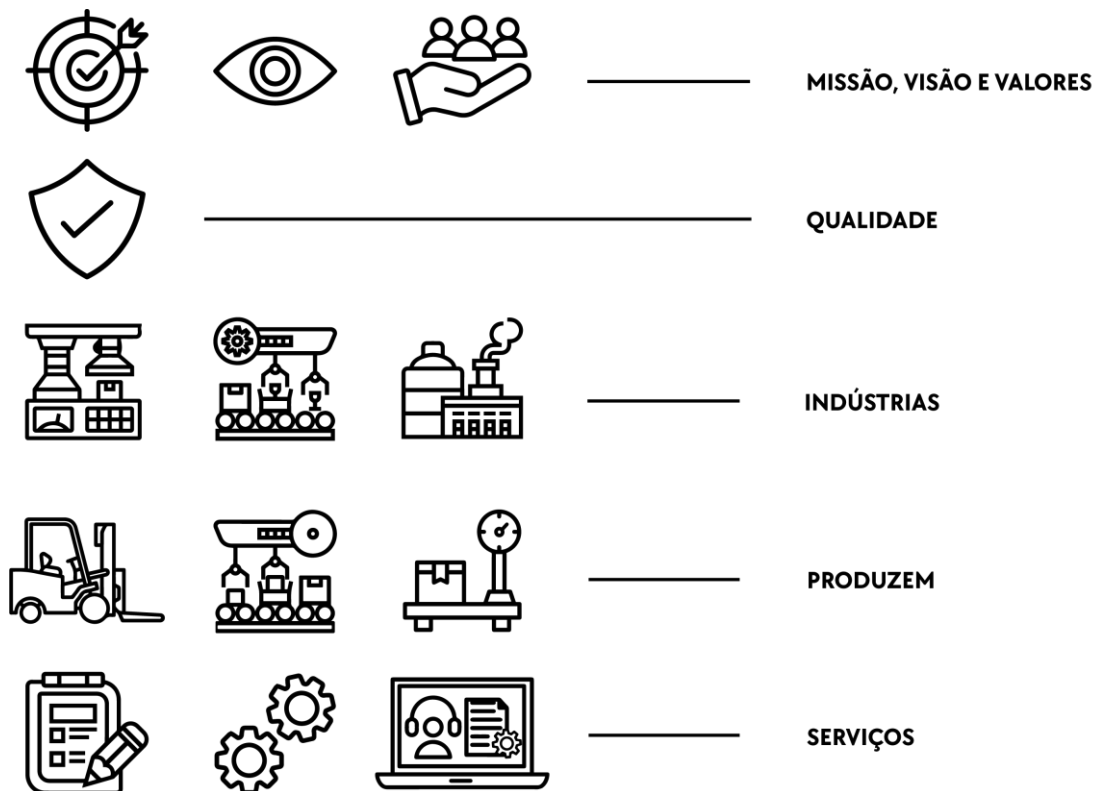


Figura 193 - Pictogramas. (Fonte: da Autora).

### 5.3 Suportes impressos

No cartão de vista foram criados dois *layouts* diferentes, sendo o primeiro um cartão geral da empresa, contendo apenas as informações da mesma, o segundo é um cartão dado por colaboradores específicos, contendo as informações do colaborador e da empresa. Ambos os cartões têm a morada, contactos e 2 códigos QR (um para o *website* e outro para o LinkedIn da empresa).



Figura 194 - Cartões de Visita. (Fonte: da Autora).

### 5.4 Suportes digitais

O design do *Website* foi criado de raiz, tendo um *layout* simples, interativo, com informações atualizadas e coerentes, demonstrando a qualidade da Movaço. Contém 7 páginas, a PÁGINA INICIAL, a página secundária SOBRE NÓS, a página secundária QUALIDADE, a página secundária INDÚSTRIAS, a página secundária SOLUÇÕES, a página secundária INFORMAÇÕES e a página secundária RECRUTAMENTO.

O *website* contém em todas as páginas um menu que será fixo e um rodapé com as parcerias, apoios, localização, contactos e certificações. A PÁGINA INICIAL contém a mesma imagem que o manual da Qualidade e ambiente com a *tagline*, apresenta algumas informações sobre a empresa, as indústrias em que atua, um mapa com os países com que trabalha e uma caixa de mensagem.

A página secundária SOBRE NÓS contextualiza a empresa e dá a conhecer a missão, visão e valores. A página secundária QUALIDADE indica todas as certificações da Movaço e um diagrama com as políticas da qualidade e do ambiente. A página secundária INDÚSTRIAS apresenta os setores em que a empresa atua e o que produz. A página secundária SERVIÇOS demonstra o que empresa tem para

oferecer e descreve os seus serviços. A página secundária INFORMAÇÕES indica a localização, todos os contactos da empresa, um mapa com hiperligação ao *Google Maps* e uma caixa de texto para entrar em contacto com a empresa, a mesma que aparece na página inicial. Por fim a página secundária RECRUTAMENTO está hiperligada com o LinkedIn onde estão presentes todas as ofertas de trabalho da empresa.

Todas as páginas feitas estão presentes do apêndice 96 ao 125. O protótipo interativo pode ser acedido a partir do link abaixo:

<https://xd.adobe.com/view/3fd39e98-d14c-4efd-abf0-6f25046030e1-6a80/>



Figura 195 - Página inicial, Novo Webdesign, Movação. (Fonte: da Autora).



Figura 196 - Página secundária SOBRE NÓS, Novo Webdesign, Movação. (Fonte: da Autora).

As publicações criadas para o LinkedIn têm todas o mesmo *layout* mudando apenas a informação, sendo inspiradas nas caixas utilizadas no *website* para indicar as indústrias em que a Movaço produz soluções. Os grafismos, tal como já foi referido, foram feitos com os triângulos do símbolo. As publicações feitas têm caris informativo (soluções produzidas pela empresa), comemorativas (dias festivos) e de recrutamento. As publicações para dias festivos também podem ser partilhadas via email.



Figura 197 - Publicações para dias festivos, LinkedIn. (Fonte: da Autora).



Figura 198 - Publicação para recrutamento. (Fonte: da Autora).



Figura 199 - Publicações de projetos feitos pela Movaço. (Fonte: da Autora).

A assinatura email foi feita como mesmo *layout* que os cartões de visita, tendo a identificação dos colaboradores e a hiperligação ao LinkedIn e ao *website*.



Figura 200 - Protótipo da assinatura de email, Movaco. (Fonte: da Autora).

O *layout* de fatura não tendo abertura para alterar na totalidade devido às políticas existentes foi feita uma alteração na tipografia, a colocação da Marca gráfica e a mudança de alguns elementos.

**MOVAÇO**  
Your industrial solutions

**Fatura N.º 123**  
Factura Série 1 / FT 2023A/123  
Data: 2023-06-20 ORIGINAL

MOVAÇO - MOVIMENTAÇÃO INDUSTRIAL, LDA  
Zona Industrial de Castelo Branco, Rua D | Lote P11  
Apartado 1148 | 6000-459 - Castelo Branco | PORTUGAL  
Tel. 272349570 | Chamadas para rede fixa nacional  
Email: movaco@movaco.pt | www.movaco.pt  
Contribuinte N.º: PT 502123125

Cond. Pagamento: 30 dias Data Vencimento: 20.07.2023 Data efetiva de entrega: 2023-06-20  
N.º Ref.: V/Encomenda: 123456789 N.º Obra: 000000.6 N.º CE: 90

N.º Obra	Ref.º	Designação	Quant.	Un.	Pr. Unit.	IVA	Desc.	Total
8002.86	2	ML 9 POLYMER FEED BELT	1,000	UN	€€€€€€€			€€€€€€€
8002.86		OB: 8002.86						
8002.86		HS CODE: 8433900 WEIGHT: 47 KG						
8002.86		MANUFACTURING COUNTRY: PORTUGAL						
8002.86		FCA 6000-459 CASTELO BRANCO, PORTUGAL						

Observações:

Ao abrigo do art. 36 do CIVA, declaramos que os produtos/serviços aqui faturados foram disponibilizados/realizados em: obra orçamentada e continuada - 2023-06-20  
Motivo de Isenção de IVA: Isento Artigo 14.º do CIVA  
Software PHC - FK8-Processado por programa certificado n.º 0006/AT (20230422.12696) ATCUD:3FVN6RSD-123

Taxa	Base de Incidência	Valor do I.V.A.
0,00%		1.262,00
23,00%		
6,00%		
15,00%		
21,00%		
		1.262,00

Total antes de descontos	1.262,00
Desconto Comercial	
Desconto Financeiro %	
Base de Incidência de I.V.A.	1.262,00
Total de I.V.A.	
<b>Total Documento Euro:</b>	<b>1.262,00</b>

Local de carga: Nossa Morada Data de carga: 20.06.2023 Hora de Carga: 15:51  
Local de descarga: Morada do Cliente Matricula: Hora Emissão: 15:54:23

Sociedade por Quotas - Cont. N.º 502123125 - Ins. Cons. Reg. Comercial de Castelo Branco - Capital Social 650.000.00€ - Alvará de Construção N.º 80573

Figura 201 - Novo *layout* de Fatura, Movaco. (Fonte: da Autora).

O Manual de Acolhimento foi pensado para ser visualizado em ecrã. Para a capa foi escolhida uma imagem com as cores corporativas e as linhas geométricas alusivas aos triângulos do símbolo. Este manual destina-se à comunicação interna, mais especificamente aos colaboradores. Os *layouts* das páginas foram pensados na linha dos grafismos escolhidos. A linha é utilizada para separar capítulos. O manual completo pode ser visto no apêndice 53 ao 68.

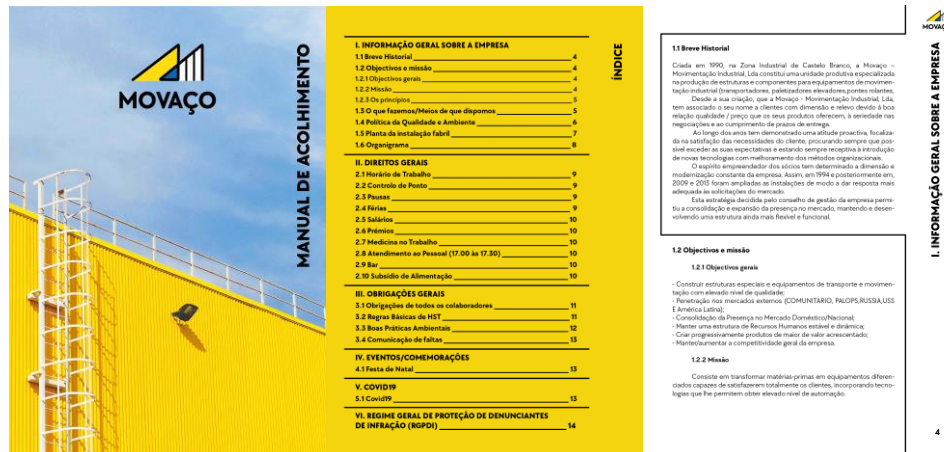


Figura 202 - Manual de Acolhimento. (Fonte: da Autora).

O Manual de Qualidade e Ambiente foi pensado para ser visualizado em ecrã. Para a capa foi escolhida uma imagem que demonstra a qualidade e a inovação. Este manual é destinado à comunicação interna e externa, mais especificamente aos colaboradores, clientes e possíveis clientes. Os *layouts* das páginas foram pensados na linha dos grafismos escolhidos. A linha é utilizada para separar capítulos. O manual completo pode ser visto do apêndice 8 ao 52.

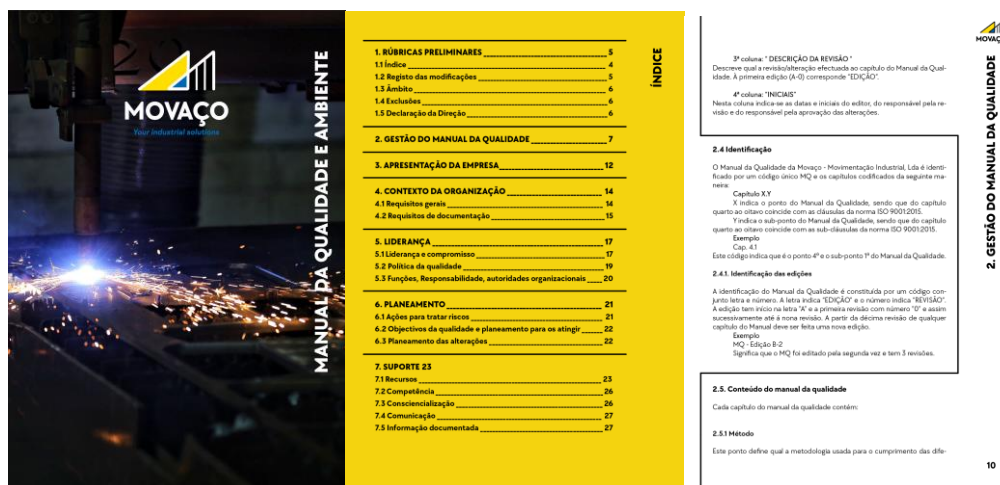


Figura 203 - Manual da Qualidade e Ambiente. (Fonte: da Autora).

## 5.5 Manual de Marca

O Manual de Marca contém informações sobre a empresa, incluindo a sua missão, visão, valores e regra a utilização da marca gráfico e dos elementos que integram da identidade visual. Este manual apresenta o conceito visual, a marca gráfica, as cores, tipografia, margens de segurança, reduções mínimas, aplicações sobre fundos corporativos e aplicações incorretas, tal como toda a imagética, cores da comunicação e aplicações.

O *layout* deste manual segue a mesma linguagem que os restantes suportes desenvolvidos, não tendo imagem de capa, nem as linhas divisórias de capítulos. Neste manual as linhas estão apenas presentes no início de todas as páginas brancas. A capa tem a mesma linguagem que o cartão de visita. O Manual de Marca pode ser visto na totalidade do apêndice 69 ao 95.



ÍNDICE					
A EMPRESA _____	3	TIPOGRAFIA _____	10	UTILIZAÇÕES	
MISSÃO _____	3	UTILIZAÇÃO NA		INCORRETAS _____	17
VISÃO _____	3	COMUNICAÇÃO _____	10		
VALORES _____	3	UTILIZAÇÃO NA		IMAGÉTICA _____	16
		MARCA GRÁFICA _____	11		
CONCEITO		MARGEM		COR _____	18
VISUAL _____	4	SEGURANÇA _____	12	PALETA CROMÁTICA DA	
				COMUNICAÇÃO _____	18
MARCA GRÁFICA _____	5	REDUÇÕES		GRAFISMOS _____	19
CORES - POSITIVO _____	5	MINIMAS _____	13	PICTOGRAMAS _____	20
CORES - NEGATIVO _____	6			APLICAÇÕES _____	21
COR _____	7	APLICAÇÃO		IMPRESSAS _____	21
PALETA CROMÁTICA NA MARCA		SOBREFUNDOS		DIGITAIS _____	24
GRÁFICA _____	7	CORPORATIVOS _____	14	SINALETICA _____	25
UMA COR - POSITIVO _____	8			EMPRESA - ENTRADA _____	26
UMA COR - NEGATIVO _____	9				



Figura 204 - Manual de Marca, Movaço. (Fonte: da Autora).

## 6. Conclusão

### 6.1 Apresentação de Resultados

As seguintes imagens apresentam *mockups* de brindes, veículos, vestuário fabril e sinalização para a Movaço.



Figura 205 - Saco. (Fonte: da Autora).



Figura 206 - Fitas métricas. (Fonte: da Autora).



Figura 207 - Veículo. (Fonte: da Autora).



Figura 208 - Vestuário fabril. (Fonte: da Autora).



Figura 209 - Sinalização exterior. (Fonte: da Autora).



Figura 210 - Sinalização interna. (Fonte: da Autora).

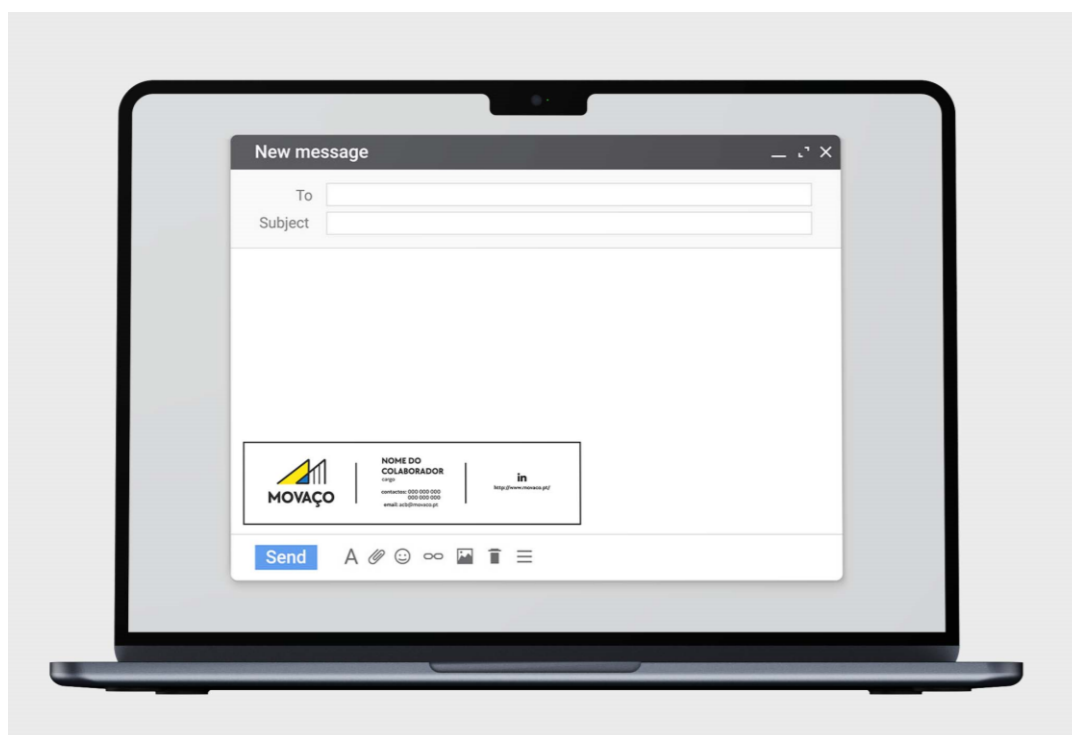
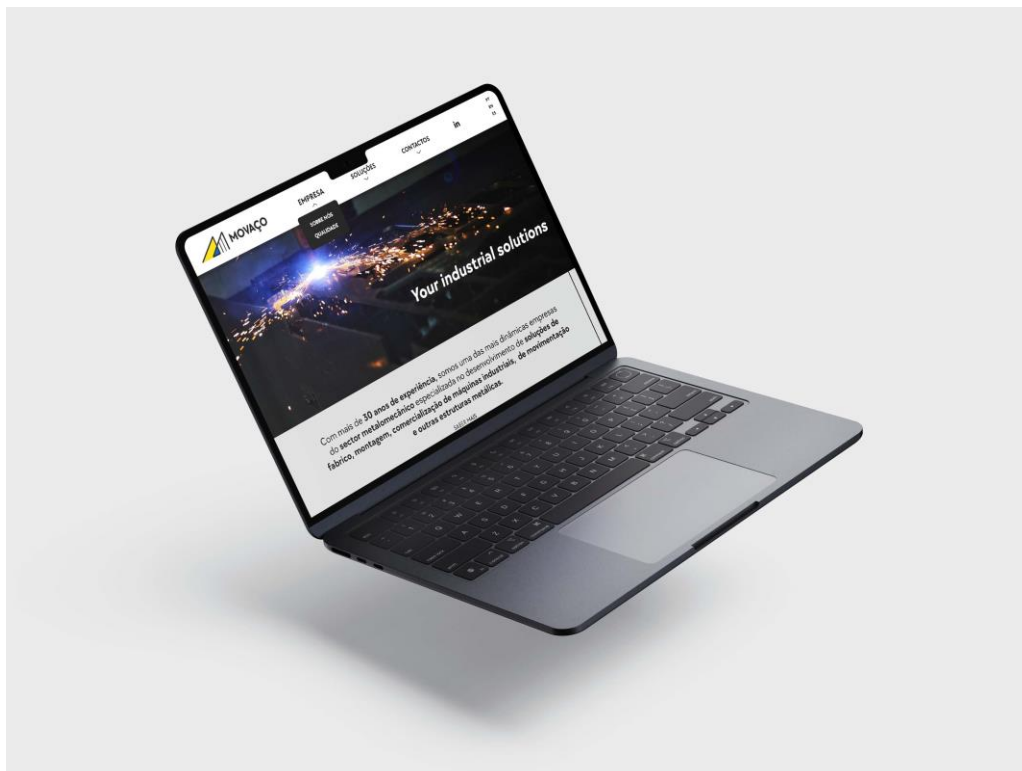
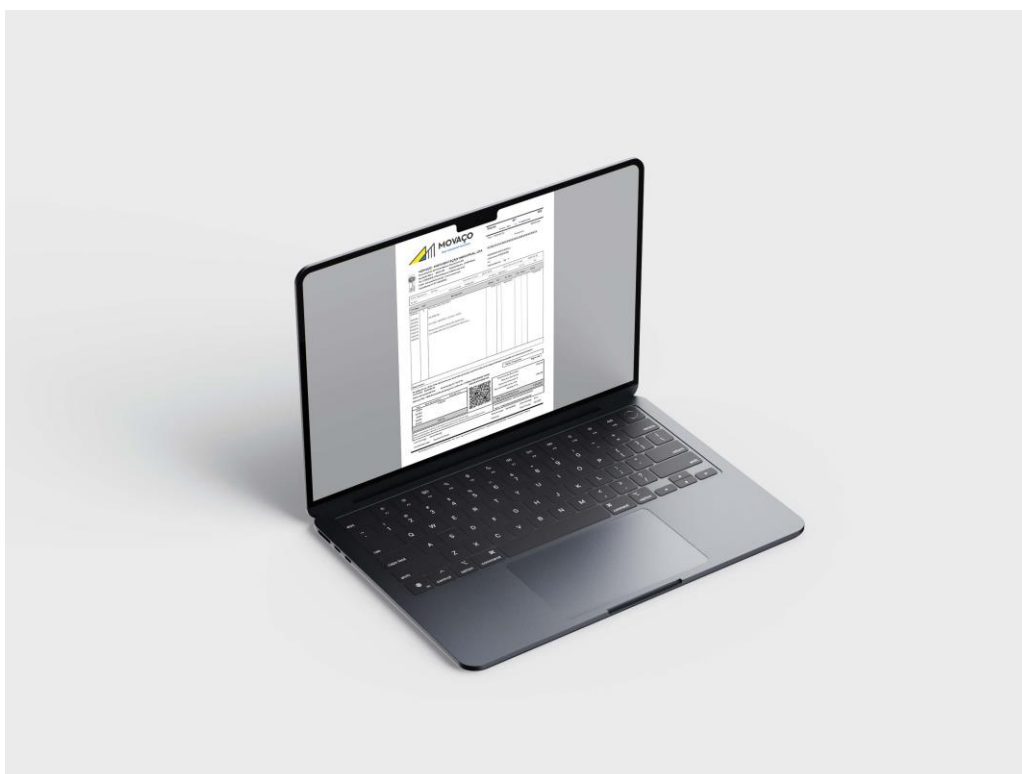


Figura 211 - Mockup, assinatura de email. (Fonte: da Autora).



**Figura 212 - Mockup, website.** (Fonte: da Autora).



**Figura 213 - Mockup, layout fatura.** (Fonte: da Autora).



Figura 214 - Mockup, cartão visita de colaboradores. (Fonte: da Autora).



Figura 215 - Mockup, cartão de visita geral. (Fonte: da Autora).

## 6.2 Conclusões

Todas as fases destes projetos foram fundamentais para o sucesso do mesmo. A introdução fez enquadrar o problema e contextualizá-lo, tal como a organização da metodologia e a gestão de tempo. A fundamentação teórica deu conhecimentos de todos os aspetos que abrangiam o projeto e formas de resolver cada problema existente. A pesquisa deu a conhecer o objeto de estudo em todos os pormenores que eram possíveis, tal como os concorrentes e os casos de inspiração, onde depois de uma análise foi possível chegar a conclusão que, para este projeto, a comunicação por exemplo deveria ser através do LinkedIn e do website. A análise e diagnóstico, com a ajuda das fases anteriores permitiu fazer a análise SWOT, identificar o público-alvo, as personas e a estratégia de comunicação a adotar. Por fim o desenvolvimento projetual definiu o conceito a seguir tal como todas as soluções pretendidas. O objetivo geral que consiste num projeto de comunicação integrada para Movaço que permitisse comunicar eficazmente com os seus públicos foi alcançado, bem como os objetivos específicos: a criação da identidade visual corporativa e a criação de suportes de comunicação impressos e digitais.

Este projeto confere vários benefícios para empresa porque a todas as soluções foram estudadas e adaptadas para o melhor funcionamento da mesma, transmitindo a sua qualidade e inovação. Facilita a comunicação externa e interna, porque a comunicação existente não era a mais adequada. A identidade visual sendo um redesign da antiga, conduz à evolução da empresa, visto que também estão em obras de ampliação nas instalações fabris, tal como o design do website que tem a mesma linguagem que a identidade visual. Através do website a empresa conseguirá atingir os públicos que pretende. O LinkedIn com as propostas de publicações tem a possibilidade de recrutar colaboradores, pois é um dos problemas existentes, visto que têm falta dos mesmos, tal como dar a conhecer projetos executados. A sinalética é outro fator benéfico porque tal como foi indicado anteriormente, como estão em mudanças no espaço este aspeto é fundamental para uma melhor comunicação do local, tanto para os colaboradores como para o público externo.

Ao longo da execução deste projeto, tal como em tudo houve situações que correram bem e situações que poderiam ter corrido melhor. A aluna pretendia fazer fotografia, mas não foi possível devido à falta de disponibilidade por parte da empresa, tendo que utilizar imagens de banco de imagens. No *website* pretendia-se dividir as soluções de cada indústria por páginas diferentes, mas tal não foi possível pois não havia conhecimento sobre quais as soluções pertenciam a cada uma. A falta de disponibilidade da empresa, bem como a gestão do tempo por parte da aluna, fez com houvesse um atraso na execução do projeto e na redação relatório. No entanto o saldo é positivo. A aluna está muito satisfeita com o seu trabalho, pois apesar da escolha da empresa ter sido algo inesperado, foi uma excelente opção, porque era exatamente essa a área de projeto que queria trabalhar. Com a ajuda da orientadora, foi possível criar quase tudo o que se tinha planeado e com todos os aspetos que eram pretendidos.

Concluindo este projeto trouxe à aluna um aprofundamento dos conhecimentos adquiridos ao longo destes 3 anos e novos conhecimentos. Permitiu o abrir de horizontes e salientar a polivalência desta licenciatura. Foi um projeto que desafiou pontos de vista acerca desta área e fez entender o quão interessante pode ser trabalhar na mesma.

## 7. Bibliografia

### 7.1 Referências bibliográficas

Banks A. (2007). *O guia completo da cor*. SP. Editora Senac.

Raposo, D. (2008). *Design de Identidade e Imagem Corporativa: Branding, história da marca, gestão da marca, identidade visual corporativa*. Edições IPCB.

Viana, B. (2015). *O contributo do design gráfico na comunicação corporativa integrada de uma marca do setor têxtil – DIELMAR*. [Dissertação de Mestrado]. Viana, B. (2016). A contribuição do design gráfico na comunicação corporativa integrada de uma marca do setor têxtil – DIELMAR. Disponível em:  
<https://repositorio.ipcb.pt/handle/10400.11/5598>

Falcão, G. (2018) *O que é que o Designer de Comunicação Faz - Mais uma tentativa de clarificação do campo de actuação do designer de comunicação*. Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes, VOL XI (21)

Wheeler, A. (2008). *Design de identidade da marca*. Bookman.

Mioto, L. (2023). *O QUE É REDESIGN E QUANDO FAZER?* Post Digital.  
<https://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-redesign-e-quando-fazer/>

Ventura, N. (2023, January 17). *Missão, visão e valores de uma empresa: Qual a diferença?* Factorial. [https://factorialhr.pt/blog/missao-visao-e-valores/?mc=e~DH.f~f.g~j.h~uCCuzs-DAoLi~37 V5 6CtHKoFs 3sFtCFAoBqs 0oL.j~&utm\\_term=&utm\\_campaign=PT\\_HR\\_Software\\_Performance\\_Max&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=9336511866&hsa\\_cam=19577768329&hsa\\_grp=&hsa\\_ad=&hsa\\_src=x&hsa\\_tgt=&hsa\\_kw=&hsa\\_mt=&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG G2i7E\\_baGsh50GJ5W1I8sKjZkYFqaXodZtNrU3glH49iTpuHABO-Cye4aAodqEALw wcb#valores-o-que-sao](https://factorialhr.pt/blog/missao-visao-e-valores/?mc=e~DH.f~f.g~j.h~uCCuzs-DAoLi~37 V5 6CtHKoFs 3sFtCFAoBqs 0oL.j~&utm_term=&utm_campaign=PT_HR_Software_Performance_Max&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=9336511866&hsa_cam=19577768329&hsa_grp=&hsa_ad=&hsa_src=x&hsa_tgt=&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG G2i7E_baGsh50GJ5W1I8sKjZkYFqaXodZtNrU3glH49iTpuHABO-Cye4aAodqEALw wcb#valores-o-que-sao)

Oliveira, D. (2018) *Projeto de comunicação corporativa integrada: caso de estudo Lusofrutas, CR*. Disponível em: <https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3336>

Genésio, J. (2015). *Definição de uma estratégia de comunicação online para a agência excentricGrey* [Relatório de estágio]. Disponível em: Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/5898/1/Relatorio%20de%20Estagio\_Joana%20Genesio\_PM.pdf

Raposo, D. (2011). *Tipografia Corporativa Codificação e descodificação gráfica*. Ciped. Disponível em:

[https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2562/1/com\\_pt\\_50.pdf](https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2562/1/com_pt_50.pdf)

Moreira, P. (2012). *Organização e Controlo da Produção numa Empresa de Manufatura Metalomecânica* [Dissertação de mestrado].

Martins, C. (2010). *A imagem fotográfica como uma forma de comunicação e construção estética: Apontamentos sobre a fotografia vencedora do World Press Photo 2010*. [Dissertação de mestrado].

Araújo, S. (2017). *Recrutamento e seleção via LinkedIn no contexto de uma empresa de consultoria de recursos humanos*. [Dissertação de mestrado].

Moscariova, V. (2021). *O contributo do design de comunicação no desenvolvimento da imagem institucional* [Dissertação de mestrado].

(2020). *Poço Equipamentos Industriais*. Poço. <https://www.eip.pt/eip.pt/>

(2022). *Vidromecânica*. Vidromecânica GlassMechanics. <https://www.vidromecanica.pt/pt/home>

(2022). *Icebel*. Icebel. <https://www.icebel.com/>

(2019). *Motrinde*. Motrinde. <https://motrinde.pt/>

(2021). *Consteel Metalomecânica*. Consteel. <https://consteel.pt/>

(2021). *Hober Metalworking and Engineering*. Hober. <https://hober.pt/>

(2023). *Projemato*. Projemato. <https://www.projemato.com/>

N. P. (n.d.). *Estratégia de Comunicação: O Que é e Como Fazer a Da Sua Empresa*. NEILPATEL. <https://neilpatel.com/br/blog/estrategia-de-comunicacao/>

Davis, M. (2009). *The Fundamentals of Branding*. Ingran Publisher.Inc.

Le Coadic, Y. (1996). *A ciência da informação*. Brasília: Briquet de Lemos.

Duarte, J. (2020) *Estratégia em comunicação*. Brasília, DF: Conselho Nacional de Justiça. <https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Estrategia-em-Comunica%C3%A7%C3%A3o-JDuarte-2Ed-Out2020.pdf>

(n.d.). *Logo Lab*. Logo Lab. <https://logolab.app/home>

(n.d.). *Instituto Nacional da Propriedade Industrial*. INPI. <https://inpi.justica.gov.pt/>



## Anexos



# MANUAL DE ACOLHIMENTO



**Denominação:** Movaço – Movimentação Industrial, Lda

**Morada:** Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148 - 6000-997 Castelo Branco – Portugal

**Telefone:** (+351) 272 349 570

**Fax:** (+351) 272 349 579

**E-mail:** [movaco@movaco.pt](mailto:movaco@movaco.pt)

**Anexo 1 - Manual de acolhimento atual, p.1.**



## Índice

<b>I – INFORMAÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA</b>	
1.1 ..– Breve Historial.....	3
1.2 ..– Objectivos e missão da empresa.....	3
1.2.1 – Objectivos gerais.....	3
1.2.2 – Missão da empresa.....	4
1.2.3 – Os princípios.....	4
1.3 – O que fazemos/Meios de que dispomos.....	4
1.4 – Política da Qualidade e Ambiente.....	5
1.5 – Planta da instalação fabril.....	6
1.6 – Organigrama.....	7
<b>II – DIREITOS GERAIS</b>	
2.1 – Horário de Trabalho.....	7
2.2 – Controlo de Ponto.....	7
2.3 – Pausas.....	8
2.4 – Férias.....	8
2.5 – Salários.....	8
2.6 – Prémios.....	8
2.7 – Medicina no Trabalho.....	8
2.8 – Atendimento ao Pessoal (17.00 às 17.30).....	8
2.9 – Bar.....	8
2.10 – Subsídio de Alimentação.....	9
<b>III – OBRIGAÇÕES GERAIS</b>	
3.1 – Obrigações de todos os colaboradores.....	9
3.2 – Regras Básicas de HST.....	9
3.3 – Boas Práticas Ambientais.....	11
3.4 – Comunicação de faltas.....	12
<b>IV – EVENTOS/COMEMORAÇÕES</b>	
4.1 – Festa de Natal.....	12
<b>V – COVID19</b>	
5.1 – Covid19.....	12
<b>VI – REGIME GERAL DE PROTEÇÃO DE DENUNCIANTES DE INFRAÇÃO (RGPDI).....</b>	
	13



## I – INFORMAÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA

### 1.1– Breve Historial

Criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, a Movaço – Movimentação Industrial, Lda constitui uma unidade produtiva especializada na produção de estruturas e componentes para equipamentos de movimentação industrial (transportadores, paletizadores elevadores, pontes rolantes,

Desde a sua criação, que a Movaço - Movimentação Industrial, Lda, tem associado o seu nome a clientes com dimensão e relevo devido á boa relação qualidade / preço que os seus produtos oferecem, à seriedade nas negociações e ao cumprimento de prazos de entrega.

Ao longo dos anos tem demonstrado uma atitude proactiva, focalizada na satisfação das necessidades do cliente, procurando sempre que possível exceder as suas expectativas e estando sempre receptiva à introdução de novas tecnologias com melhoramento dos métodos organizacionais.

O espírito empreendedor dos sócios tem determinado a dimensão e modernização constante da empresa. Assim, em 1994 e posteriormente em, 2009 e 2013 foram ampliadas as instalações de modo a dar resposta mais adequada às solicitações do mercado.

Esta estratégia decidida pelo conselho de gestão da empresa permitiu a consolidação e expansão da presença no mercado, mantendo e desenvolvendo uma estrutura ainda mais flexível e funcional.

### 1.2– Objectivos e missão da empresa

#### 1.2.1– Objectivos gerais

- Construir estruturas especiais e equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade;
- Penetração nos mercados externos (COMUNITARIO, PALOPS, RUSSIA, USS E América Latina);
- Consolidação da Presença no Mercado Doméstico/Nacional;
- Manter uma estrutura de Recursos Humanos estável e dinâmica;
- Criar progressivamente produtos de maior de valor acrescentado;
- Manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

#### 1.2.2 – Missão da empresa

Consiste em transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que lhe permitem obter elevado nível de automação.”



### 1.2.3 – Os princípios

- Conceber e otimizar layouts que cumpram as necessidades do cliente;
- Negociar e produzir com seriedade;
- Cumprir prazos;
- Apostar na qualidade;
- Modernizar permanentemente o parque de máquinas;
- Apostar na competência com formação e valorização constante dos Recursos Humanos.

### 1.3 – O que fazemos/Meios de que dispomos

Concebemos e realizamos:

Sistemas integrados de armazenagem de cargas:

- Paletizadores;
- Despaletizadores;
- Transportadores de rolos e transportadores de correntes;
- Elevadores industriais;
- Carros transportadores de paletes;
- Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados.

Equipamentos e movimentação de cargas:

- Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas;
- Transportadores de tela e corrente,
- sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres;
- skips

Equipamentos de pesagem industrial:

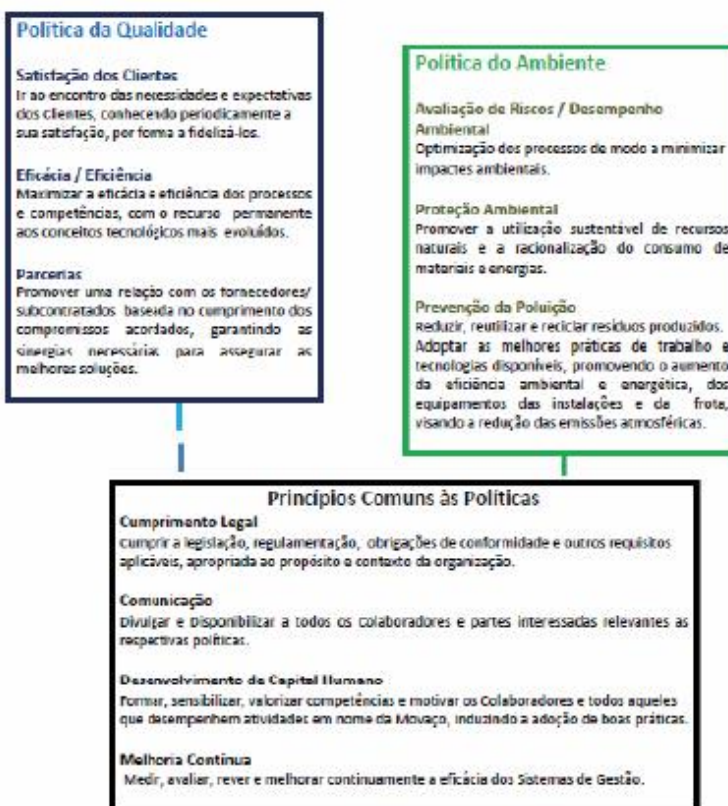
- Bâsculas de camiões;
- Bâsculas de vagons-caminhos de ferro;
- Plataformas de pesagem;
- Pesagem em tolvas, silos ou transportadores;
- Sistemas de composição e dosificação.

Construção e instalação de edifícios industriais.



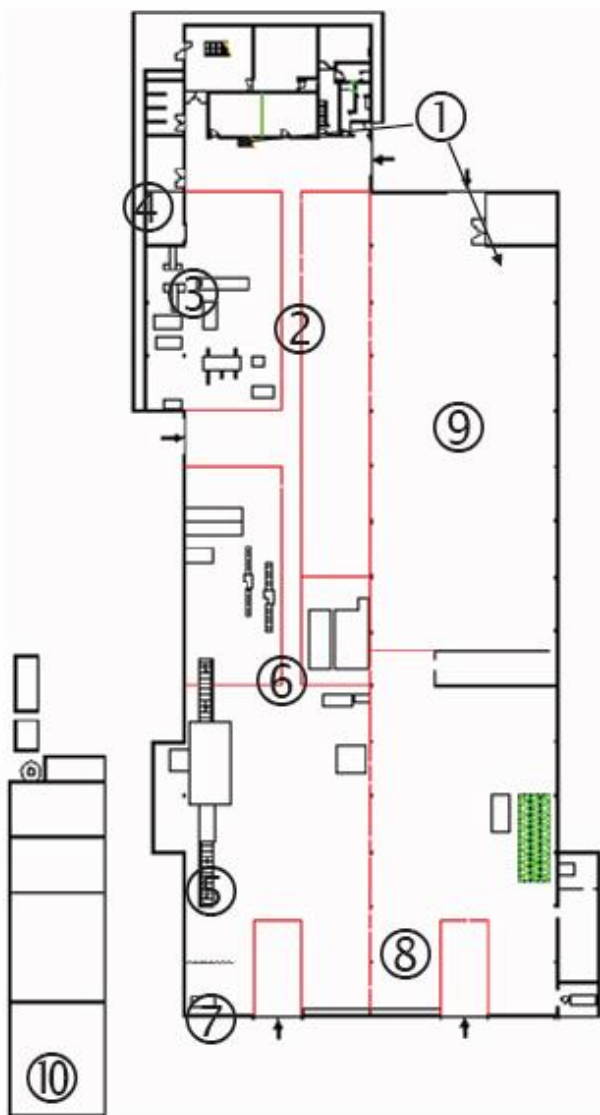
#### 1.4 - Política da Qualidade e Ambiente

A MOVAÇO, é actualmente uma das mais dinâmicas empresas do sector metalomecânico especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, incluindo nos seus objectivos o compromisso dos processos e procedimentos baseados nos seguintes princípios:



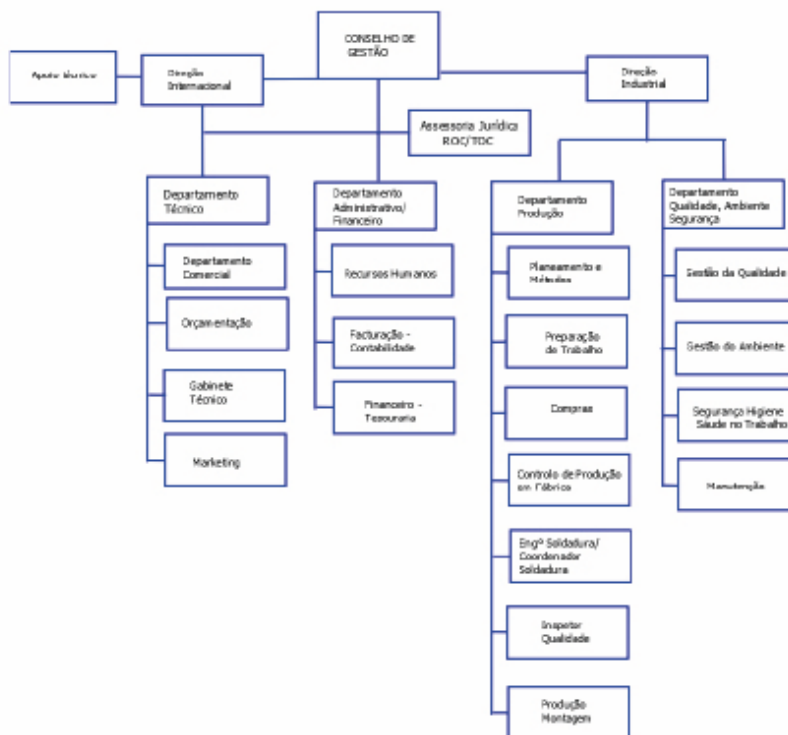
**1.5 – Planta da instalação fabril**

- 1- Armazém Standarizados
- 2- Pré-montagem
- 3- Maquinação, moldação
- 4- Armazém matérias-primas e zona de corte das matérias primas
- 5- Túnel de decapagem
- 6- Oxicorte
- 7- Sector Soldadura
- 8- Sector Pintura
- 9- Montagem dos equipamentos
- 10- Armazém de moldes e equipamentos usados





**1.6 – Organigrama**



**II – DIREITOS GERAIS**

**2.1 – Horário de Trabalho**

De segunda a sexta-feira no seguinte horário:

Entrada: 08h00

Saída: 17h00

Período de Almoço: 12h30m às 13h30m

**2.2 – Controlo de Ponto**

Todos os colaboradores da MOVAÇO devem proceder ao registo de ponto à entrada e saída das instalações. O registo deverá ser efectuado quando o colaborador inicia o dia de trabalho, quando sai para



almoço, quando regressa do almoço e quando termina o dia de trabalho. Deve ser também registado no MOD 21 ESC/ A-3 /ABR19

### 2.3 – Pausas

Embora não estando contemplado no contrato colectivo de trabalho é concedido um período de 10 minutos, das 10:00, às 10:10 para o Pequeno-almoço.

### 2.4 – Férias

Marcação de Férias (Período) – através de preenchimento de modelo específico para o efeito por parte dos colaboradores. Entregar na área administrativa (serviço de pessoal).

Afixação do mapa global de Férias até 30 de Abril

### 2.5 – Salários

São pagos no último dia útil de cada mês, por transferência bancária.

### 2.6 – Prémios

Estão instituídos prémios de, produção assiduidade e deslocação, cujos critérios de atribuição são definidos caso a caso pela gerência da empresa e comunicados aos colaboradores, sempre que haja alteração, aquando do pagamento do vencimento de cada mês.

### 2.7 – Medicina no Trabalho

A Movaço contratou os serviços técnicos de uma empresa especializada na área da Segurança Higiene e Saúde no Trabalho, a qual presta serviços de Medicina no Trabalho a todos os trabalhadores da empresa.

De modo a evitar doenças profissionais a Movaço procede à monitorização dos níveis de ruído de acordo com estipulado na legislação em vigor.

### 2.8 – Atendimento ao PESSOAL (17.00 às 17.30)

### 2.9 – Bar- Refeitório

Todos os funcionários têm o direito de utilizar o bar da empresa, dentro do horário destinado ao pequeno-almoço, ou fora do horário de trabalho.

Neste bar/refeitório são servidas refeições no horário de almoço, sendo estas confeccionadas por uma empresa contratada para o efeito.



## 2.10 Subsídio de alimentação

O trabalhador tem direito ao subsídio de alimentação em uma das seguintes modalidades: Recebendo o valor do subsídio de alimentação por cada dia de trabalho, ou em sua substituição a empresa fornece gratuitamente a refeição completa no seu refeitório.

## III – OBRIGAÇÕES GERAIS

### 3.1 – Obrigações de todos os colaboradores:

A usar o fardamento previamente distribuído, solicitando a sua substituição sempre que alguma peça se danifique de forma a manter a melhor apresentação.

A utilizar o equipamento de protecção Individual (EPI) que lhe foi distribuído. Na recepção dos EPI's e do fardamento o trabalhador assina um documento apropriado no qual se evidencie a recepção dos mesmos  
Mod 15 ESC – Registo da distribuição do equipamento de protecção individual e fardamento.

Nenhum funcionário deverá ausentar-se do seu posto de trabalho para executar outra tarefa sem autorização das chefias.

Nas instalações dos nossos Clientes obrigamo-nos a respeitar as normas de SHST por eles definidas.

Manter a confidencialidade dos trabalhos e projectos a executar.

### 3.2 – Regras Básicas de Higiene e Segurança:

Não é permitido fumar durante o horário de produção. Apenas será permitido fumar nos períodos de descanso, definidos pela empresa (pequeno-almoço, almoço) nos locais devidamente definidos para esse efeito. Bem como também o uso do telemóvel particular em benefício próprio é proibido.

Só será permitido comer dentro da empresa no bar/refeitório





Esteja alerta com o eventual movimento de veículos ou máquinas existentes no interior e exterior das instalações.



Não utilize o empilhador sem autorização e se não tiver formação específica.

Não obstrua as saídas de emergência, com nenhum obstáculo, pode a qualquer momento precisar delas.

Use sempre o equipamento de segurança individual



Utilize de modo adequado as ferramentas e equipamentos que lhe são atribuídos

Durante o horário de trabalho não deve estar sob o efeito de álcool drogas, opiáceos ou outros.



Sempre que tiver dúvidas, detectar uma situação ou condição insegura informe o seu superior hierárquico e o técnico de SHT.

#### ACTUAÇÃO EM CASO DE ACIDENTE/INCIDENTE:

- Mantenha a calma;
- Afastar os curiosos;
- Quando se aproximar da vítima, tenha a certeza de que está devidamente protegido;
- Evite movimentos desnecessários da vítima, para não causar maiores e/ou novas lesões, ex.: lesões na coluna cervical, hemorragias, etc.
- Utilize luvas, para evitar contacto directo com sangue ou outras secreções (luvas descartáveis);
- Comunicar o acidente/incidente ao Responsável de SHT da MOVAÇO



#### ACTUAÇÃO EM CASO DE INCÊNDIO:

- Mantenha a calma;
- Accione imediatamente o alarme de incêndio usando o botão de alarme mais próximo;
- Desligue os equipamentos e máquinas em funcionamento;
- Utilize o extintor de acordo com as instruções.

#### 3.3 - BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS

##### ORGANIZAÇÃO E LIMPEZA

Manter os locais de trabalho em boas condições de limpeza e arrumação, evitando-se a acumulação de resíduos

##### MATERIAIS

Utilize apenas produtos contidos em recipientes devidamente rotulado, respeitando as instruções de manipulação e utilização dos produtos químicos, óleos e lubrificantes que constam na rotulagem e fichas técnicas e de segurança dos produtos;



##### RESÍDUOS

É proibido qualquer abandono de resíduos; Os resíduos produzidos no âmbito da actividade devem ser colocados em contentores próprios nas instalações da MOVAÇO, em recipientes destinados a cada tipo de resíduos, de acordo com os procedimentos internos;



É proibido o transporte de resíduos para o exterior sem o conhecimento de um responsável da MOVAÇO, que assegura a identificação dos resíduos e o seu encaminhamento a destino final adequado, acompanhados da respectiva guia de acompanhamento;

Não efectuar quaisquer descargas para o solo, linhas de água ou redes de drenagem de águas (residuais ou pluviais) de:



- Matérias inflamáveis;
- Entulhos, areias ou outros materiais;
- Óleos (novos ou usados).

Tintas, solventes ou outras substâncias ou preparações perigosas.

### 3.5 – Comunicação de faltas

A intenção de faltar deve ser comunicada num período mínimo de 72 horas em impresso próprio, Modelo – Mod 05 ESC, o qual deverá ser entregue na área administrativa, (serviço de pessoal). Posteriormente, é comunicado ao trabalhador a aceitação ou não da sua intenção de faltar.

No caso de falta por motivo imponderado o colaborador deve entregar a justificação da falta, preenchendo o impresso próprio, e entregando o mesmo logo que chegue à empresa.

## IV – EVENTOS/COMEMORAÇÕES

### 4.1 – Festa de Natal

A Movaço, de forma a assinalar esta data de especial importância para todos os que nela trabalham realiza anualmente um jantar de Natal para o qual tem o gosto de convidar todos os seus colaboradores.

## V - COVID19

### 5.1 –Covid19

Foram levantadas algumas restrições pelo governo, devido à evolução favorável da COVID-19 em Portugal e neste sentido a movaço também decidiu alterar algumas medidas, ficando em vigor apenas as seguintes medidas

- Os horários de Almoço, são repartidos em 3 turnos 12h-13h/ 12h20m-13h30m/ 13h-14h
- Sempre que possível manter o distanciamento obrigatório de 1.5m.
- Estão à disposição de todos os trabalhadores máscaras cirúrgicas e gel desinfetante, para quem necessite.

Caso o trabalhador sinta alguns sintomas de COVID19, tais como tosse, febre, dificuldade respiratória, deve permanecer em casa, comunicar o SNS24 e a entidade patronal.

## VI – REGIME GERAL DE PROTEÇÃO DE DENUNCIANTES DE INFRAÇÃO (RGPD)

Para cumprimento do estabelecido na Lei 93/2021 de 20 de Dezembro, está afixado no placard informativo um documento elucidativo das infrações que podem ser objeto de denúncia que pode ser utilizada por qualquer um dos elementos da Movaço.



Quem pretender usar desta medida terá de o fazer exclusivamente com a colaboradora da empresa nomeada para esta função – Eng<sup>a</sup>. Teresa Pinto.

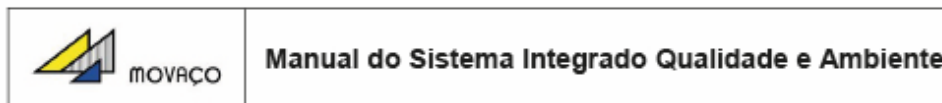
As denúncias podem de preferência ser efetuadas por escrito, através do email [denuncias@movaco.pt](mailto:denuncias@movaco.pt), por telefone através do contacto 272 349 577 ou em último caso verbalmente sendo elaborada uma acta pela Eng<sup>a</sup>. teresa que será assinada no ato pelo denunciante.

Castelo Branco, 14 de julho de 2022

O conselho de gestão

  
(N. Justino)

  
(N. Grilo )



## **1.1 ÍNDICE**

### **1. RÚBRICAS PRELIMINARES**

- 1.1 Índice
- 1.2 Registo das modificações
- 1.3 Âmbito
- 1.4 Exclusões
- 1.5 Declaração da Direcção

### **2. GESTÃO DO MANUAL DA QUALIDADE**

### **3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA**

#### **4. Contexto da Organização**

- 4.1 – Requisitos gerais
- 4.2 – Requisitos de documentação

#### **5. LIDERANÇA**

- 5.1 – Liderança e compromisso
- 5.2 – Política da qualidade
- 5.3 – Funções, Responsabilidade, autoridades organizacionais

#### **6. PLANEAMENTO**

- 6.1 – Ações para tratar riscos
- 6.2 – Objectivos da qualidade e planeamento para os atingir
- 6.3 – Planeamento das alterações

#### **7. SUPORTE**

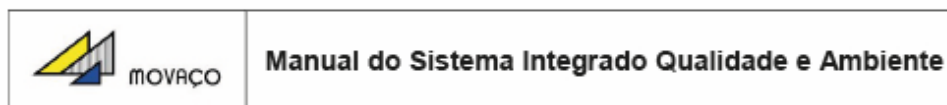
- 7.1 – Recursos
- 7.2 – Competência
- 7.3 – Consciencialização
- 7.4 – Comunicação
- 7.5 – Informação documentada

#### **8. OPERACIONALIZAÇÃO**

- 8.1 – Planeamento e controlo operacional
- 8.2 – Requisitos para produtos e serviços  
Preparação e Resposta a emergências
- 8.3 – Design e desenvolvimento de produtos e serviços
- 8.4 – Controlo dos processos, produtos e serviços de fornecedores externos
- 8.5 – Produção e prestação de serviço
- 8.6 – Libertação de produtos e serviços
- 8.7 – Controlo de saídas não conformes

#### **9. AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO**

- 9.1 – Monitorização, medição, análise e avaliação
- 9.2 – Auditoria Interna
- 9.3 – Revisão pela Gestão



**10. MELHORIA**

- 10.1 – Generalidades
- 10.2 – Não Conformidade e acção corretiva
- 10.3 – Melhoria Contínua

**11. RELAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS**

**12. PROCESSOS**

- 12.1 – Identificação dos Processos
- 12.2 – Mapeamento dos Processos
- 12.3 – Interacção entre Processos





### **1.3 - ÂMBITO**

O âmbito do sistema reside no *"Fabrico, montagem e comercialização de máquinas e equipamentos para a indústria, não especificada"* e outras estruturas metálicas.

### **1.4 - EXCLUSÕES**

Não existe exclusão ao Sistema de Gestão Integrado Qualidade e Ambiente

### **1.5 - DECLARAÇÃO DA DIRECÇÃO**

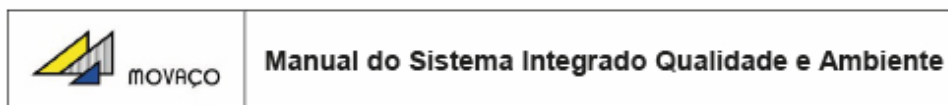
A administração da empresa MOVAÇO, estabeleceu como prioritário para o futuro da empresa o aumento dos níveis organizacionais internos, a internacionalização, a proximidade ao cliente, o reforço agressividade comercial, a redução dos desperdícios e o estabelecimento de uma clara estratégia de diferenciação. Desta forma pretende-se garantir a competitividade da empresa num ambiente concorrencial progressivamente exigente e caracterizado pela mudança.

A certificação do Sistema de Gestão da Qualidade e Ambiente, de acordo com a norma NP EN ISO 9001:2015 e ISO14001:2015, e a sua melhoria contínua são assumidas como pilares estratégicos da organização.

Por isso estabelecemos como compromisso:

- grande empenhamento na aplicação dos requisitos descritos no presente Manual da Qualidade;
- participação activa na definição dos processos da empresa;
- afectação dos recursos necessários à adequada implementação e melhoria do Sistema de Gestão da Qualidade;
- envolvimento nas actividades de melhoria contínua.

A Direcção da empresa responsabiliza-se por fazer respeitar este compromisso.



## 2.1 GESTÃO DO MANUAL DA QUALIDADE

### 2.1.1 OBJECTIVO

O objectivo deste capítulo é gerir a estrutura, configuração, revisão e controlo do Manual da Qualidade.

### 2.1.2 CAMPO DE APLICAÇÃO

É aplicável a todos os capítulos do presente Manual da Qualidade.

## 2.2 RESPONSABILIDADES

### 2.2.1 - Tabela de códigos e funções

1 – Gerência	
2 – Área Comercial	2.1 – Estratégia e análise de Mercado
	2.2 – Orçamentação
	2.3 – Vendas
	2.4 – Assistência Pós Venda
3 – Área Industrial e Logística	3.1 – Planeamento
	3.2 – Preparação
	3.3 – Fabricação
	3.4 – Manutenção
4 – Área de Recursos Humanos	4.1 – Secretaria
5 – Área Qualidade, Ambiente e SST	5.1 – Assessoria
6 – Área Administrativo-Financeira	6.1 – Gestão Financeira
	6.2 – Compras
	6.3 – Contabilidade
	6.4 – Subcontratação

### 2.2.2 - Tabela de responsabilidades e substituições

Aplicação do Procedimento	Responsável	Executa	Substitui	Verifica	Substitui
Elaboração e verificação do manual	5	5	1	3	1
Aprovação do manual	1	3	5	3	1
Gestão e Distribuição do manual	5	5	1	3	1



## 2.3. MÉTODO

### 2.3.1 -GENERALIDADES

O Manual da Qualidade deve ser escrito em linguagem simples, evitando quando possível o uso de abreviaturas, de forma a evitar interpretações erróneas do presente Manual da Qualidade.

### 2.3.2 - CONFIGURAÇÃO

#### 2.3.2.1. Modelo utilizado

O Manual da Qualidade é escrito de acordo o procedimento PQ 01 – Elaboração da informação documentada.

#### 2.3.2.2. Capa do manual da qualidade

A capa do Manual da Qualidade consta de:

- logotipo da empresa;
- descritivo "Manual da Qualidade";

#### 2.3.2.3. Configuração, edição e impressão

O Manual da Qualidade é editado em folhas brancas de tamanho A4 e impressas apenas do lado frontal da mesma. Os pontos e sub-pontos são numerados seguindo o Sistema Decimal Crescente.

O conteúdo do Manual está dividido em capítulos numerados, em que cada um deles constitui uma unidade de paginação individual, a qual fica reflectida em cada página. Refira-se, que os conteúdos do capítulo quarto ao capítulo oitavo respondem de forma clara às cláusulas do referencial NP EN ISO 9001:2015.

O modelo contém:

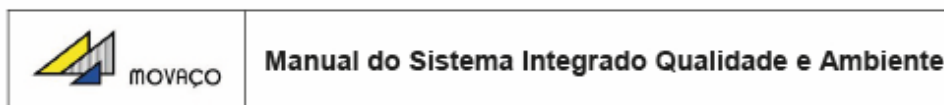
o cabeçalho com:

- logotipo da empresa
- Manual da Qualidade

o rodapé com::

- Indicação do caminho e nome do ficheiro
- Codificação com o capítulo, edição e data; Ex.:MQ / B-0 / DEZ11
- Paginação

A data de edição é colocada imediatamente abaixo da Edição e corresponde à última modificação. Além do número do capítulo, cada página é identificada com o nome do capítulo e sub-capítulo em cabeçalho.



#### 2.3.2.4 – Elaboração, revisão e aprovação

A tabela para elaboração, revisão e aprovação é constituída por três colunas e duas linhas, com o seguinte objectivo:

##### 1ª coluna

- a) a 1ª linha "elaborado" indica quem elaborou o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de elaboração;

##### 2ª coluna

- a) a 1ª linha "revisto" indica quem reviu o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de revisão;

##### 3ª coluna

- a) a 1ª linha "aprovado" indica quem aprovou o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de aprovação;

Esta tabela consta na página da tabela de registo das revisões.

#### 2.3.2.5 - Registo das revisões

A tabela para registo das modificações encontra-se no Capítulo 1.2, do Manual da Qualidade. Esta tabela é constituída por quatro colunas e linhas que indicam as sucessivas revisões que vão sendo realizadas ao Manual da Qualidade:

##### 1ª coluna: " EDIÇÃO "

Indica a edição actual do capítulo do Manual da Qualidade e as respectivas revisões.

##### 2ª coluna: " CAPÍTULO/PÁGINA "

Indica o capítulo e a página objecto de alteração.

##### 3ª coluna: " DESCRIÇÃO DA REVISÃO "

Descreve qual a revisão/alteração efectuada ao capítulo do Manual da Qualidade. À primeira edição (A-D) corresponde "EDIÇÃO".

##### 4ª coluna: "INICIAIS"

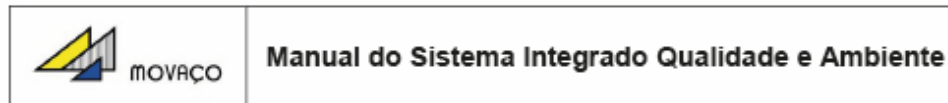
Nesta coluna indica-se as datas e iniciais do editor, do responsável pela revisão e do responsável pela aprovação das alterações.

#### 2.4 Identificação

O Manual da Qualidade da Movaço - Movimentação Industrial, Lda é identificado por um código único MQ e os capítulos codificados da seguinte maneira:

Capítulo X.Y

X indica o ponto do Manual da Qualidade, sendo que do capítulo quarto ao oitavo coincide com as cláusulas da norma ISO 9001:2015.



Y indica o sub-ponto do Manual da Qualidade, sendo que do capítulo quarto ao oitavo coincide com as sub-cláusulas da norma ISO 9001:2015.

Exemplo

#### Cap. 4.1

Este código indica que é o ponto 4º e o sub-ponto 1º do Manual da Qualidade.

##### 2.4.1. Identificação das edições

A identificação do Manual da Qualidade é constituída por um código conjunto letra e número. A letra indica "EDIÇÃO" e o número indica "REVISÃO". A edição tem início na letra "A" e a primeira revisão com número "0" e assim sucessivamente até à nona revisão. A partir da décima revisão de qualquer capítulo do Manual deve ser feita uma nova edição.

Exemplo

MQ - Edição B-2

Significa que o MQ foi editado pela segunda vez e tem 3 revisões.

#### 2.5. Conteúdo do manual da qualidade

Cada capítulo do manual da qualidade contém:

##### 2.5.1 Método

Este ponto define qual a metodologia usada para o cumprimento das diferentes cláusulas das normas NP EN ISO 9001:2015, as quais são apresentadas nos capítulos do manual da qualidade. O método aborda os diferentes itens da norma.

##### 2.5.2 Referências

Este ponto define quais as fontes aplicáveis a cada capítulo do manual da qualidade, como por exemplo normas específicas do sector, e faz referência aos procedimentos resultantes de cada capítulo.

No capítulo 2 do Manual da Qualidade far-se-á ainda referência aos seguintes pontos:

##### *Objectivo*

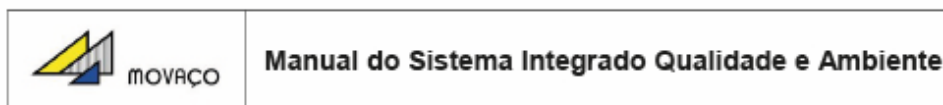
Este ponto descreve o objectivo do manual da qualidade.

##### *Campo de aplicação*

Este ponto define a aplicação do manual da qualidade.

##### *Responsabilidades*

Este ponto define as responsabilidades para execução, verificação, colaboração e responsabilidade dos aspectos do manual da qualidade.



## 2.6 - DISTRIBUIÇÃO E CONTROLO

### 2.6.1 CÓPIAS CONTROLADAS

As cópias controladas do Manual da Qualidade são definidas em consenso entre o Director da Qualidade, Ambiente e SST, o representante da gestão e a gerência. O Director da Qualidade, Ambiente e SST, como editor do Manual da Qualidade, é responsável pelo controlo destas cópias, devendo proceder à actualização/distribuição das mesmas, sempre que forem feitas revisões e destruir as folhas desactualizadas. A tabela seguinte mostra a lista de distribuição das cópias controladas.

LISTA DE CÓPIAS CONTROLADAS			
Nome	Departamento / Destinatário	Cópia #	Data
Teresa Pinto	Qualidade Ambiente e SST	Original	
Noémio Grilo	Gerência	1	
Nascimento Justino	Gerência	2	
Encarregado	Produção	3	
	Entidade certificadora	4	

### 2.6.2. CÓPIAS NÃO CONTROLADAS

Contrariamente às cópias controladas, as cópias não controladas não carecem de distribuição automática. A entrega das cópias não controladas é feito, Director da Qualidade Ambiente e SST.

### 2.6.3. DECLARAÇÃO DE PROPRIEDADE

O presente Manual da Qualidade é propriedade da MOVAÇO sendo proibida qualquer reprodução parcial ou integral do mesmo sem autorização prévia do seu editor.

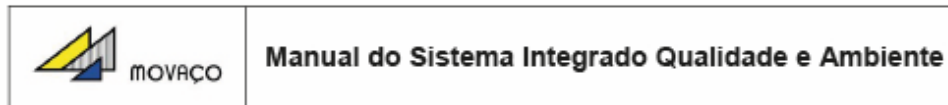
## 2.7. REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015  
 Norma NP EN ISO 14001:2015  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

## 3.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

### 3.1.1 – HISTORIAL

Criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, a Movaço – Movimentação Industrial, Lda constitui uma unidade produtiva especializada na produção de componentes para equipamentos de movimentação industrial.



Desde a sua criação, a partir de uma sucursal da ICM, que a Movaço - Movimentação Industrial, Lda, tem associado o seu nome à boa relação qualidade / preço que os seus produtos oferecem, à seriedade e ao cumprimento atempado de prazos de entrega.

Tem, de facto demonstrado ao longo dos anos uma atitude proactiva, focalizada na satisfação das necessidades do cliente, procurando sempre que possível exceder as suas expectativas e estando sempre receptiva à introdução de novos métodos organizacionais.

Esta estratégia encetada pela gestão da empresa permitiu a consolidação da presença no mercado, mantendo contudo, a Movaço, uma estrutura flexível e funcional.

### 3.1.2 – INSTALAÇÕES

O espírito empreendedor dos empresários tem determinado a modernização constante da empresa. Sendo que, em 1994 já haviam sido ampliadas as instalações e reconvertido o parque de máquinas, em 1998 foram ampliadas as instalações de modo a dar resposta mais consentânea às solicitações do mercado. Em 2007, foram construídas novas instalações para fabrico e armazenamento.

A empresa dispõe de espaços destinados a escritórios, armazenamento e atendimento, possuindo estas instalações boas condições para o desenvolvimento da actividade em que a empresa está inserida.

### 3.1.3 – PRODUTOS COMERCIALIZADOS

Com o objectivo já expresso de bem servir os clientes a Movaço – Movimentação Industrial, Lda, possui hoje em dia uma vasta gama de soluções. Sendo os equipamentos mais frequentes:

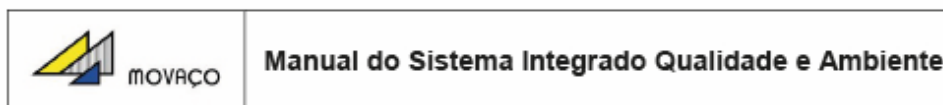
- Transportadores;
- Paletizadores;
- Estruturas metálicas;
- Sistemas/circuito de composição.

### 3.1.4 – PRINCÍPIOS, VISÃO, MISSÃO E OBJECTIVOS DA EMPRESA

#### 3.1.4.1- Princípios e Valores da Empresa

A Movaço – Movimentação Industrial, Lda, tem como princípios e valores:

- Respeitar e otimizar layouts e projectos do cliente;
- Seriedade;
- Cumprir prazos;
- Competência;
- Apostar na qualidade;
- Modernizar permanentemente o parque de máquinas;
- Apostar na formação e valorização dos Recursos Humanos.



### 3.1.4.2- Visão da Empresa

Pensamos que em cada negócio quer a MOVAÇO, quer o nosso cliente devem sair beneficiados.

Como tal, a Movaço tem como visão estratégica:

- Construir e vender equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade;
- Criar progressivamente produtos de maior valor acrescentado;
- Consolidação da presença no Mercado Doméstico/Nacional;
- Penetração nos mercados externos (Espanha, PALOP, América Latina);
- Manter uma estrutura de Recursos Humanos qualificada, estável e dinâmica;
- Manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

### 3.1.4.3- Missão da Empresa

"A missão da Movaço consiste em transformar metais em equipamentos diferenciados e capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologia ao nível eléctrico e de automação."

### 3.1.5 – QUALIDADE e AMBIENTE

A qualidade e ambiente assumem um papel de grande importância na MOVAÇO, sendo considerado como factor determinante para o sucesso num mercado cada vez mais competitivo. Esta é a razão pela qual a empresa apostou na certificação do seu Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente e na melhoria contínua.

### 3.1.6 – RECURSOS HUMANOS

Os Recursos Humanos representam para a MOVAÇO um dos seus principais activos, merecendo especial atenção por parte da gestão de topo da empresa. Verifica-se, de facto, uma preocupação constante na valorização dos recursos humanos, quer através da realização de acções de formação profissional, quer pela melhoria das condições de trabalho.

## 4- CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO

### 4.1 – Compreender a organização e o seu contexto

Com o objectivo de compreender a organização e o seu contexto a MOVAÇO determinou as questões internas e externas relevantes para o propósito e orientação estratégica, com impacto nos resultados pretendidos para o SGI.

As análises SWOT, realizadas por cada gestor de processo são apresentadas em reunião com a gestão de topo e revistas de forma a uniformizar a sua forma de aplicação e garantir a integridade da informação. As análises SWOT revistas ficam documentadas na acta da reunião.



Também, anualmente, na reunião de Revisão pela Gestão, ou sempre que se considere relevante e necessário, são identificadas/revistas as partes interessadas que podem ser relevantes para o SGI e os seus requisitos relevantes, que ficam documentados na acta da reunião de Revisão pela Gestão.

#### **4.2 – Compreender as necessidades e as expectativas das partes interessadas**

Por partes interessadas entende-se todos aqueles que de alguma forma estejam relacionados com a organização, neste sentido a MOVAÇO identificou e categorizou os diferentes tipos de interesses a diversos níveis do SGI: o seu impacto, a sua prioridade, quer a partir do seu nível de autoridade, ou seu envolvimento, grau de poder, nível de interesse, influência, consequência dos impactes ambientais entre outros.

O seu objetivo é obter uma sistematização quantitativa e qualitativa das informações relativas às partes interessadas de forma a poder definir estratégias de atuação mais adaptadas.

A Movaço anualmente revê, na reunião pela gestão a informação acerca das partes interessadas

##### **4.2.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Capítulo 4  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Capítulo 4  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

Legislação Aplicável ao Setor

##### **Processos**

PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
 PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

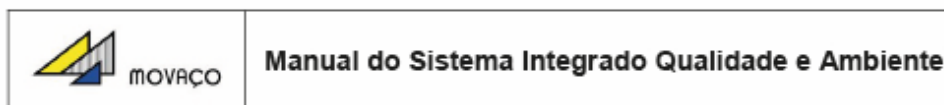
##### **Modelos**

Mod 17 ESC - Acta de Reuniões  
 Mod 63 ESC – Estratégia, Análise de risco e Plano de Acção.

#### **4.3 – Determinar o âmbito do sistema de gestão da Qualidade e Ambiente**

A MOVAÇO tem estabelecido e documentado um manual integrado da Qualidade e Ambiente, sendo este aplicável a todas as actividades desenvolvidas pela empresa. O manual do SGI é editado e gerido de acordo com o descrito no capítulo 2.1 do presente manual.

No Manual da Qualidade e Ambiente está referenciado o âmbito e os procedimentos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015 nos diferentes capítulos correspondentes. A relação de todos os procedimentos do sistema é apresentada no capítulo 11 do Manual da Qualidade e Ambiente.



O capítulo 12 apresenta a descrição da interacção entre os diferentes processos do sistema do SGI, clarificando a rede de processos a que está aplicado.

#### **4.4- Sistema de gestão da qualidade e ambiente e respectivos processos**

A implementação, manutenção e melhoria do sistema de gestão da Qualidade e Ambiente expresso no presente manual é da responsabilidade do Director da Qualidade Ambiente e SST e em estreita colaboração com o representante da gestão. Todavia, todas as áreas que interferem na função qualidade são co-responsáveis pela sua manutenção. A MOVAÇO poderá recorrer a assessoria/consultoria externa para implementação, manutenção ou melhoria do sistema de gestão da qualidade e de estruturas metálicas.

A MOVAÇO visando gerir e melhorar continuamente a eficácia do seu sistema de gestão da qualidade e estruturas metálicas, identificou os processos que considera necessários para a sua organização. Estabeleceu a sequência e interacção entre os diferentes processos e os critérios e métodos necessários para assegurar a sua eficaz monitorização. A identificação dos processos é apresentada no capítulo 12.1, o mapeamento dos processos no capítulo 12.2 e a interacção dos processos no capítulo 12.3 deste Manual de Gestão Integrada.

Todos os processos são alvo de monitorização, medição e análise, por forma a obterem-se resultados e detectar-se da necessidade de implementação de acções de melhoria. São também determinados os riscos e as oportunidades, são avaliados e tratados por forma a atingir os resultados pretendidos.

**Entrada para a revisão:** Todas as entradas utilizadas para a reunião de revisão pela gestão, têm por objectivo apoiar a avaliação da eficiência e eficácia do sistema de gestão da qualidade, tendo em consideração diversos aspectos, nomeadamente a satisfação dos clientes e a melhoria dos processos e realização do serviço, as questões internas e externas, bem como os requisitos das partes interessadas relevantes.

#### **Saída da revisão**

As saídas da reunião, expressas em acta, estão relacionadas com a melhoria da eficácia do sistema de gestão da qualidade e dos processos, com a melhoria dos produtos e cumprimento dos requisitos dos clientes e com as necessidades de recursos.

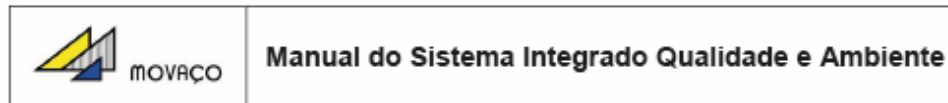
#### **REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 4  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 4  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

Legislação Aplicável ao Sector

#### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade  
 Ver capítulo 12 – Processos



## 5 - LIDERANÇA

### 5.1 Liderança e Compromisso

#### 5.1.1 - Generalidades

A Gestão da MOVAÇO definiu como objectivo estratégico a elevação da sua performance global.

Para cumprir este requisito a organização decidiu implementar e manter um sistema de gestão integrado definindo um seu representante para a área da qualidade e ambiente – o director fabril – responsabilizando-se assim directamente pelo seu sucesso.

O representante da gestão participa activamente nas reuniões relacionadas com a qualidade e ambiente e na definição dos objectivos anuais da organização, acompanhando também o cumprimento dos referidos objectivos.

Os responsáveis da empresa, evidenciam, de facto, o seu grande envolvimento na implementação do sistema da qualidade através de :

- Política e objectivos do SGI
- Integração dos requisitos do SGI nos processos de negócio da organização
- Consciencialização para a abordagem por processos
- Disponibilidade de recursos
- Obtenção dos resultados pretendidos
- Envolver, dirigir e apoiar as pessoas
- Abordagem por processos e do pensamento baseado no risco.

#### 5.1.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.1  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 4  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

#### Processos

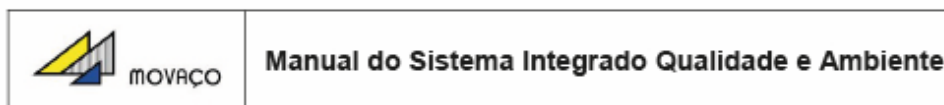
PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
 PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### 5.1.2 FOCO NO CLIENTE

A responsabilidade da análise dos contractos é da área administrativo-financeira, garantindo-se a adequada comunicação da informação a todas as áreas funcionais implicadas.

A gestão de topo da MOVAÇO estabeleceu como factor chave para o seu sucesso a compreensão e satisfação das necessidades e das expectativas explícitas e implícitas dos clientes.

De modo a atingir este desiderato tem definidos processos e atribuídas responsabilidades para:



- Cumprimento dos requisitos dos clientes e dos requisitos estatutários e regulamento aplicáveis.
- A determinação e tratamento dos riscos e oportunidades que podem afetar a conformidade dos produtos e serviços.
- O incremento da capacidade de satisfazer os clientes
- O fornecer produtos e serviços com a qualidade requerida, de forma consistente.

A identificação dos requisitos, necessidades e expectativas dos clientes e potenciais clientes é realizada de acordo com o descrito nos processos PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado e PC2 – Comercialização, PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação e PC6 – Assistência Após Venda.

### 5.2.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.1.2  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

#### Processos

PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado  
 PC2 – Comercialização  
 PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação  
 PC6 – Assistência Após Venda  
*Ver capítulo 12 – Processos*

## 5.2 – POLÍTICA

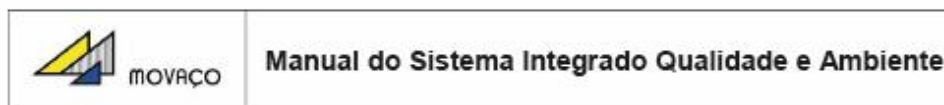
### 5.2.1 – Estabelecer a Política da Qualidade e Ambiente

A MOVAÇO assenta a sua política da qualidade e ambiente na procura da melhoria progressiva dos processos e na melhoria contínua do sistema de gestão da qualidade ambiente. A política da qualidade e ambiente é revista pela gestão de topo, de forma que se mantenha actualizada, apropriada, adequada e eficaz.

A política da qualidade e ambiente foi estabelecida de modo a:

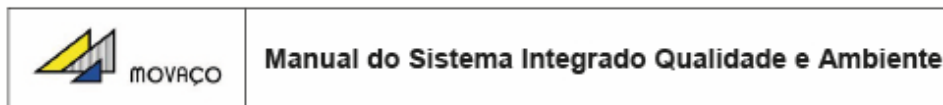
- estar coerente com a estratégia global da organização;
- que da mesma sejam estabelecidos objectivos precisos a atingir;
- demonstrar o envolvimento da administração;
- promover a qualidade junto de todos os colaboradores da empresa;
- satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes internos e externos;

A política da qualidade e ambiente da MOVAÇO foi estabelecida de forma que seja fácil de entender. Assim, é expressa da seguinte forma:



### 5.2.2- Comunicação da Política da Qualidade

A política ambiental da Movaço – Movimentação Industrial, Lda está documentada no Mod 33 QUA – Política da Qualidade e Ambiente, sendo divulgada a todos os colaboradores através de mensagens da gerência, afixação em “placards”, brochuras e/ou panfletos, Internet e cartazes. Está também acessível ao público quer através do sítio da Internet, quer nos espaços da empresa acessíveis ao público.



**5.2.2.1 - REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.2  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 5.2

**Processos**

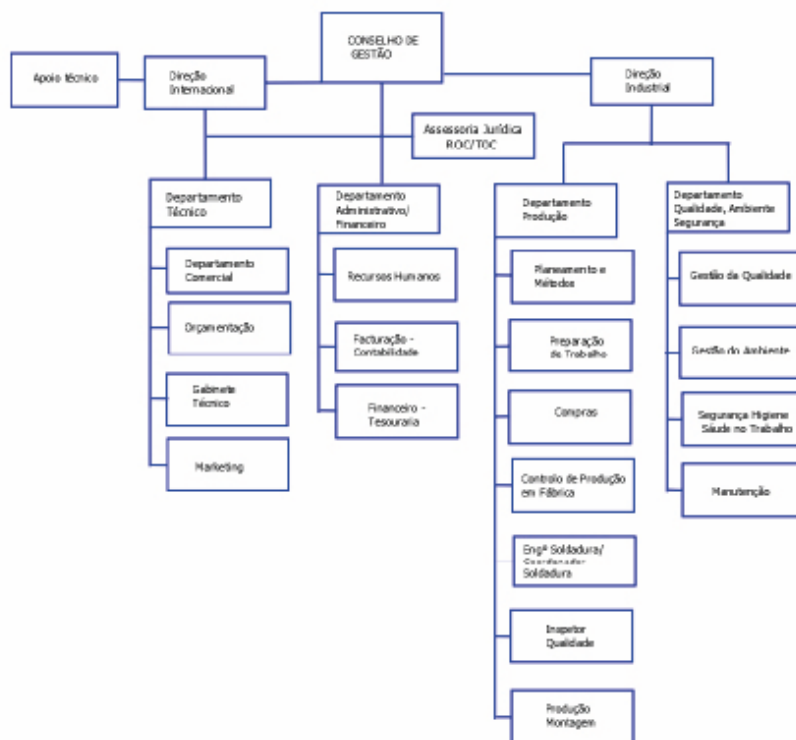
PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
 PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
 Ver capítulo 12 – Processos

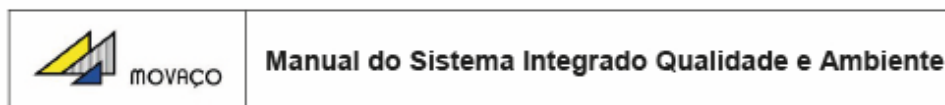
**Modelos**

Mod 33 QUA - Política da Qualidade e Ambiente

**5.3 – Funções, Responsabilidades e Autoridades Organizacionais**

A MOVAÇO tem definidas as funções aos diferentes níveis da organização de acordo, com o descrito no manual de funções.





### 5.3.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.3  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 5.3  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Modelos

Mod 07 ESC - Organograma  
Mod 02 ESC – Manual de Funções  
Mod 58 ESC – Matriz de Responsabilidades

## 6 – PLANEAMENTO

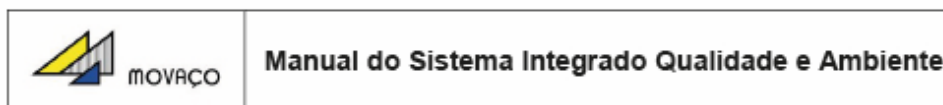
### 6.1 – Ações para Tratar riscos e oportunidades

Cabe ao Responsável da QAS, com o apoio do representante para a gestão, a convocação de reuniões ou sessões de trabalho onde se define e se acompanha a evolução do planeamento do sistema de gestão da qualidade e e ambiente, assim como dos processos e realização do serviço com base em objectivos e indicadores.

O planeamento do SGI tem por base a definição dos processos e procedimentos necessários para, de forma eficiente e eficaz, ir ao encontro dos objectivos definidos para a qualidade e ambiente dos produtos e processos e dos requisitos do sistema.

As actividades de planeamento têm como entradas (para além das orientações de referencia : política missão e visão) informações sobre os contextos internos e externos, que a MOVAÇO identifica e compreende as necessidades e expectativas das partes interessadas relevantes, os requisitos aplicáveis , tendo como saídas os planos estratégicos e operacionais. Para além dos objectivos incluídos nos planos são também identificados riscos e oportunidades por forma a: garantir os resultados alcançados; os efeitos não desejados sejam prevenidos ou minimizados, tais como os aspectos ambientais, as obrigações de conformidade, por forma a obter a melhoria;

A MOVAÇO identifica os riscos e as oportunidades, e planeia acções para lidar com eles, bem como a integração e implementação nos processos do sistema de gestão da qualidade e ambiente, e ainda a forma determina a forma como avalia a eficácia das acções.



### 6.1.2 – Aspectos ambientais

A MOVAÇO demonstra a identificação dos aspectos ambientais e dos impactes ambientais relacionados, tendo em consideração uma perspetiva de ciclo de vida.

A MOVAÇO estabelece critérios para determinar a significância dos aspectos ambientais de forma clara e replicável. Os colaboradores responsáveis e outros envolvidos nesta tarefa demonstram que são capazes de aplicar os critérios de forma consistente.

A MOVAÇO mantém informação documentada dos aspectos ambientais e impactes associados, dos aspectos ambientais significativos e dos critérios para estabelecer a sua significância. Esta informação documentada é mantida atualizada e revista sempre que se justifique, nomeadamente: alterações de produtos, alterações da envolvente, alterações de layout, entre outras. Os aspectos ambientais significativos – MOD 05 AMB – Determinação e Avaliação de Aspectos Ambientais.

#### 6.1.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 14001:2015

##### Processos

PA 01 Identificação e Avaliação de Aspectos Ambientais  
 PA 02 Identificação de Requisitos Legais e Outros  
 PA 04 Monitorização e medição

##### Modelos

Mod 05 AMB – Determinação e Avaliação de Aspectos Ambientais

### 6.1.3 – Obrigações de Conformidade

As obrigações de conformidade incluem os requisitos que a Movaço tem obrigação de cumprir por força da lei, comumente designados por requisitos legais, bem como outros requisitos de PI relevantes que decidiu ou tem de cumprir.

A Movaço tem acesso às obrigações de conformidade e mantém-se atualizada em relação às mesmas, esta informação é documentada no Mod 08 Amb – Legislação e avaliação da conformidade legal. O SGA é estabelecido, implementado e mantido, tendo em conta as obrigações de conformidade que visa cumprir.

#### 6.1.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 14001:2015

##### Processos

PA 01 Identificação e Avaliação de Aspectos Ambientais  
 PA 02 Identificação de Requisitos Legais e Outros  
 PA 04 Monitorização e medição

##### Modelos

Mod 08 Amb – Legislação e avaliação da conformidade legal



#### 6.1.4 – Planeamento de ações

O SGA da MOVAÇO, demonstra um planeamento de alto nível que permite identificar quais os elementos do SGA que asseguram as ações para tratar riscos e oportunidades, aspectos ambientais significativos e obrigações de conformidade que determinou.

Os resultados de monitorização, medição análise e avaliação da avaliação de conformidade, ou outras estabelecidas pela MOVAÇO, para este efeito permitem avaliar a eficácia das ações empreendidas.

A MOVAÇO, quando relevante, demonstra que considera as melhores opções tecnológicas, analisa a sua viabilidade e toma decisões apropriadas e justificadas em relação às mesmas.

No planeamento, são também identificadas as situações de emergência, incluindo as que tenham aspectos e impactes ambientais significativos e as obrigações de conformidade.

#### 6.2 - Objectivos da Qualidade e Ambiente e Planeamento para os atingir

A MOVAÇO desenvolveu um sistema de gestão integrado assente no autocontrolo e na responsabilização dos diferentes colaboradores e cada vez menos dependente de inspecção e verificação.

Os objectivos (consistentes com a política da qualidade e do ambiente e com a estratégia da empresa) e indicadores da qualidade e ambiente são definidos e comunicados a todos os elementos da organização, de modo a que todos possam contribuir conscientemente para a sua obtenção. Os objectivos da qualidade e ambiente são definidos e revistos anualmente em reunião de revisão pela gestão.

##### 6.2.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN 9001:2015 – Ponto 6.2

Norma NP EN 14001:2015 – Ponto 6.2

##### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

#### 6.3 - Planeamento das alterações

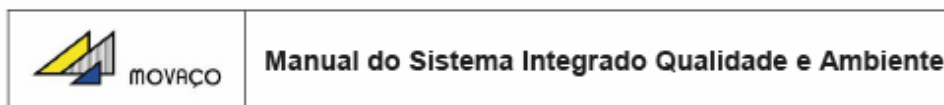
O planeamento do Sistema de Gestão da Qualidade tem por base a definição dos processos e procedimentos necessários para, de forma eficiente e eficaz, ir ao encontro dos objectivos definidos para a qualidade dos produtos e processos e dos requisitos do sistema, para isso disponibiliza recursos e atribui responsabilidades e autoridades.

#### 6 - REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 6.2

##### Processos

PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado



PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### **Modelos**

Mod 35 QUA - Objectivos da Qualidade  
 Mod 01 GES - Planeamento da Gestão  
 Mod 63 ESC - Diagnóstico e Planeamento Estratégico  
 Mod 86 QUA – Tratamento e Avaliação dos Riscos e Apostas

## **7- SUPORTE**

### **7.1 Recursos**

#### **7.1.1 - Generalidades**

As actividades da empresa requerem a aplicação de recursos materiais e humanos que são proporcionados de acordo com a política global definida pela Gestão de Topo. Foram também definidas funções e responsabilidades ao nível ambiental, assim como as dos diferentes colaboradores da empresa, estão definidas, documentadas e foram comunicadas aos diferentes colaboradores, de acordo com o Mod 09 AMB - Tabela de Responsabilidades ambientais.

#### **7.1.2 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.1

#### **Processos**

PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
 PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
 PS3 – Gestão Financeira  
 PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
*Ver capítulo 12 – Processos*

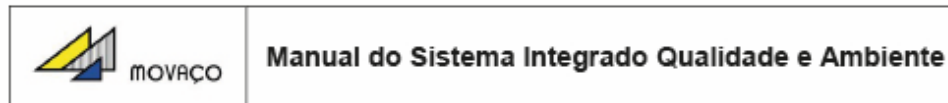
Mod 64 Esc – Descrição de funções  
 Mod 02 Esc- Manual de Funções

#### **7.1.2 – Pessoas**

O responsável pela gestão de recursos humanos determina a competência necessária para todos os colaboradores que desenvolvem actividades que afectam a qualidade dos produtos.

A MOVAÇO garante, através de acções de sensibilização e afixação de informações, que os seus colaboradores estão perfeitamente conscientes da relevância e da importância das suas actividades e de como as mesmas contribuem para a obtenção dos objectivos da qualidade.

Periodicamente são identificadas todas as lacunas no que concerne à formação, cabendo ao responsável pela gestão de recursos humanos, conjuntamente com o responsável pela área da



qualidade, ambiente e SST, e com base na informação dos diferentes departamentos, elaborar um plano de formação anual.

A empresa pode confiar a identificação das necessidades de formação a uma entidade externa, desde que a mesma esteja acreditada para o efeito.

O responsável pelos recursos humanos mantém um registo dos dados relativos aos colaboradores da empresa.

#### 7.1.2.1- REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.2

##### Processos

PS5– Gestão de Recursos Humanos

PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

*Ver capítulo 12 – Processos*

##### Modelos

Mod 06 ESC – Plano de Formação

#### 7.1.3 INFRAESTRUTURA

A MOVAÇO determina, proporciona e mantém a infra-estrutura necessária para a obtenção dos objectivos globais delineados e a conformidade com os requisitos.

A determinação da infra-estrutura necessária é definida pela Gestão de Topo da empresa em colaboração com os responsáveis de cada área funcional.

O método para a determinação da infra-estrutura apropriada tem por objectivo determinar os recursos necessários ao desenvolvimento da actividade da empresa de modo eficaz e eficiente, por forma a corresponder às expectativas dos seus clientes. Assim, este método visa definir as necessidades quanto às áreas de armazenamento, produção, serviços de apoio, tecnologias de informação e de comunicação e meios de transporte, tendo em consideração:

- os objectivos, função, desempenho, disponibilidade, custo, segurança, renovação;
- os custos de manutenção;
- as especificidades do trabalho de comercialização e distribuição;
- as necessidades e expectativas e a avaliação da infra-estrutura.

#### 7.1.3.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.3

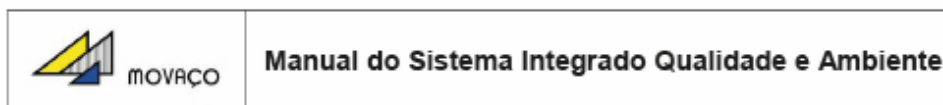
##### Processos

PS1 - Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PS4 – Gestão da Manutenção

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

*Ver capítulo 12 – Processos*



#### **7.1.4 – AMBIENTE PARA A OPERACIONALIZAÇÃO DOS PROCESSOS**

A MOVAÇO oferece adequadas condições ao nível do ambiente de trabalho para a operacionalização dos processos, disponibilizando instalações modernas com níveis de iluminação, ventilação, temperatura e higiene apropriadas à actividade que desenvolve e os recursos necessários para efectuar o trabalho.

Por outro lado, é filosofia da empresa promover o trabalho em equipa e motivar todos os seus colaboradores a participarem activamente na melhoria do desempenho da organização, sendo que todas as sugestões apresentadas pelos diferentes colaboradores são analisadas adequadamente.

##### **7.1.4.1 - REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.4  
Legislação específica ao nível da SST, do Ambiente

##### **Processos**

PS1 - Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### **7.1.5 – RECURSOS DE MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO**

##### **7.1.5.1 Generalidades**

##### **7.1.5.2 RASTREABILIDADE DA MEDIÇÃO**

Cabe ao responsável pela área da qualidade, ambiente e SST supervisionar e coordenar o sistema de calibração / verificação dos equipamentos de monitorização e medição. É ainda da sua responsabilidade o estabelecimento de um plano de calibração dos equipamentos e zelar pela sua correcta utilização.

O PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST indica como é feito o controlo destes equipamentos.

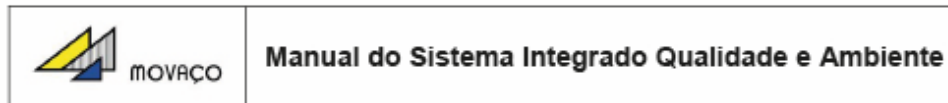
##### **7.1.5.2.1 - REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – 7.1.5

##### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

##### **Procedimentos**



PQ 08 – Controlo dos RMM  
 Ver capítulo 11 – Procedimentos  
 Mod 52 QUA – Gestão de RMM

#### 7.1.6 CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL

A Movaço garante o conhecimento necessário para a operacionalização dos seus processos para obter a conformidade dos seus produtos e serviços através do conhecimento adquirido com a experiência que é utilizada e partilhada.

#### 7.2 – COMPETÊNCIAS

As actividades da empresa requerem a aplicação de recursos materiais e humanos que são proporcionados de acordo com a política global definida pela Gestão de Topo.

A Gestão de Topo assegura os meios adequados para garantir a eficácia e eficiência do sistema de gestão qualidade. No que concerne à competência dos colaboradores que desempenham actividades que afectam a qualidade dos produtos, esta é definida tendo em consideração: a escolaridade; a formação; o saber fazer e a experiência.

#### 7.3 – CONSCIENCIALIZAÇÃO

Anualmente o responsável da Qualidade, Ambiente e SST, faz uma reunião onde consciencialização todos os trabalhadores da Movaço para as seguintes situações:

- Política da qualidade e ambiente
- Objectivos da qualidade e ambiente mais relevantes
- Contributo dos trabalhadores para a eficácia do SGI,
- Das implicações das não conformidades com os requisitos do SGI
- da necessidade de cumprimento dos requisitos do Sistema de Gestão Ambiental e das suas responsabilidades ao nível ambiental;
- da relevância e da importância das suas actividades e do impacte que as mesmas poderão causar no ambiente, para assim poderem valorizar os benefícios da melhoria do desempenho ambiental.

##### 7.3.1- REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.3  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.3

##### Processos

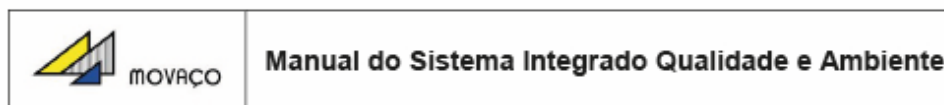
PS2 - Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

Ver capítulo 12 – Processos

#### 7.4 – COMUNICAÇÃO

Para que toda a comunicação relativa ao sistema de gestão integrado seja feita de forma adequada, e nos dois sentidos, a MOVAÇO recorre a várias formas de difusão, nomeadamente



informação afixada em placards, comunicados e circulares internas, brochuras e/ou panfletos, reuniões de trabalho, inquéritos e solicitação de sugestões.

No procedimento PA03 Comunicação, estabelece a forma seguida pela Movaço – Movimentação Industrial, Lda para proceder à comunicação dos seus aspectos ambientais e do seu sistema de gestão ambiental, a nível interno entre os vários níveis e funções da organização, bem como receber, documentar e responder a comunicações de partes interessadas externas.

## 7.5 INFORMAÇÃO DOCUMENTADA

### 7.5.1- Generalidades

A MOVAÇO tem documentado o seu sistema de gestão da qualidade baseado na norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015, legislação aplicável ao sector e estratégia definida, incluindo:

- processos;
- política da qualidade e ambiente;
- objectivos da qualidade e ambiente;
- manual da qualidade e ambiente;
- procedimentos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015;
- documentos necessários para garantir o planeamento, a operação e o controlo eficaz dos processos, nomeadamente instruções de trabalho, métodos internos e planos;
- registos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015 outros necessários para a melhoria continua dos processos.

No Mod06 QUA – Matriz documental encontram-se referidos os principais elementos do sistema de gestão ambiental e suas interações e referências a documentos relacionados.

O sistema de gestão da qualidade tem os seguintes níveis de documentação:

Nível	Documentos	Exigências específicas
1 Processos	Macroprocesso(s) Processos Chave Processos de Suporte	Definição da forma como está(ão) estruturado(s) o(s) negócio(s)
2 Política	Política da Qualidade e Ambiente	Definição dos princípios pelos quais a empresa se rege em termos da qualidade
3 Objectivos	Objectivos da Qualidade e Ambiente	Definição dos objectivos, para um determinado período, em termos de qualidade e ambiente
4 Manual da Qualidade	Manual da Qualidade e Ambiente	Definição do processo e das responsabilidades
5 Procedimentos	Procedimentos do SGI	Definição de Quem, Como e Quando
6 Instruções de Trabalho	Instruções de Trabalho	Explicação de que forma
7 Documentação complementar	Planos Modelos Métodos Internos	Exploração dos resultados/estado das performances



### 7.5.2 – Criação e Utilização

Cada área funcional emite os registos necessários ao sistema de gestão da qualidade, cabendo ao departamento da qualidade, ambiente e segurança a responsabilidade da manutenção e arquivo dos documentos originais.

Os controlos necessários para a identificação, armazenagem, protecção, recuperação, tempo de retenção e eliminação de registos é feito de acordo com o procedimento PQ 03 – Controlo dos registos.

### 7.5.3– Controlo da Informação Documentada

Os documentos pertencentes ao sistema de gestão da qualidade são desenvolvidos com base no procedimento PQ 01 – Elaboração da informação documentada, revistos e controlados de acordo com o procedimento PQ 02 – Controlo da informação documentada.

Todos os documentos de origem externa são adequadamente identificados, sendo a sua distribuição feita de acordo com orientações da administração.

Para o controlo da informação documentada existe um registo onde é indicada a última edição, a sua elaboração, verificação e aprovação e o departamento responsável.

#### 7.5.3.1 - REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.5  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.5

Legislação aplicável ao setor

#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Procedimentos

PQ 01 – Elaboração da Informação documentada

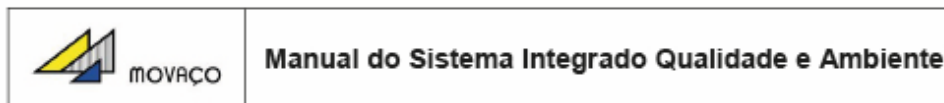
PQ 02 – Controlo da informação documentada

PQ 03 – Controlo de registos

*Ver capítulo 11 – Relação de Procedimentos*

#### Modelos

Mod 01 QUA - Matriz documental



## 8. OPERACIONALIZAÇÃO

### 8.1 – PLANEAMENTO E CONTROLO OPERACIONAL

A MOVAÇO tem definidos os processos adequados à realização do produto. No planeamento da realização do produto são tidos em consideração os requisitos associados, sendo este feito de forma articulada com os restantes processos.

Para os diferentes produtos são definidos parâmetros ao nível da qualidade e definidas as actividades de controlo nas diferentes fases do processo de fabricação.

A empresa tem também definido, no estrito cumprimento da legislação em vigor, critérios de aceitação do produto.

A Movaço - Movimentação Industrial, Lda para o cumprimento deste requisito implementou um procedimento escrito - PA04 Monitorização e medição, através do qual garante o cumprimento da sua política, objectivos e metas.

#### **8.1.REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.1  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 8.1  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

#### **Processos**

PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação  
 PC4 - Fabricação  
 Ver capítulo 12 – Processos

### 8.2 – REQUISITOS PARA PRODUTOS E SERVIÇOS

#### **8.2.1– Comunicação com o cliente**

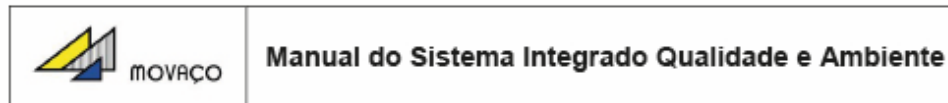
No que concerne à comunicação (prazos, produto, alterações contratuais) com o cliente, esta é feita por pessoas com responsabilidade para o efeito, sob a coordenação do responsável pela actividade comercial da MOVAÇO.

O retorno da informação do cliente é também preocupação da empresa

#### **8.2.2– Determinação dos requisitos relacionados com produtos e serviços**

A MOVAÇO nas diferentes áreas de intervenção determina os requisitos relacionados com o produto, nomeadamente:

- os requisitos determinados pelos clientes, incluindo os referidos em cadernos de encargos e ou contratos;



- os requisitos não declarados pelo cliente, mas necessários para a utilização especificada ou pretendida;
- os requisitos inerentes a regulamentos, normas e legislação específica;
- requisitos complementares que contribuam para o bom desenvolvimento do produto e para a conseqüente satisfação do cliente.

#### **8.2.3– Revisão dos requisitos para produtos e serviços**

Antes de assumir qualquer compromisso com os clientes em termos de fornecimento, a MOVAÇO assegura as condições essenciais para o cumprimento dos requisitos do cliente. Posteriormente, estabelece contractos com os seus clientes nos quais se incluem os requisitos relacionados com o produto / serviço.

#### **8.2.4 – Alterações aos requisitos para produtos e serviços**

Quaisquer alterações a contractos ou encomendas são adequadamente resolvidas. Estas alterações são comunicadas por email.

#### **8.2 – Preparação e resposta a emergências - ISO (14001:2015)**

As situações de emergência potenciais e os acidentes potenciais capazes de causarem impacto no ambiente, assim como a resposta a dar aos mesmos estão previstas no procedimento PA05 Preparação e Resposta a Situações de Emergência.

Este procedimento tem ainda estabelecida a forma de responder a situações de emergência e aos acidentes reais, prevenindo os impactes ambientais adversos daí recorrentes

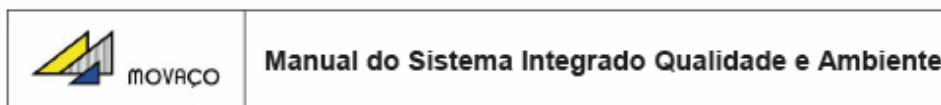
#### **8.2.2 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.2

##### **Processos**

PC2 - Comercialização  
PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação  
PC5 – Logística e Montagem no cliente  
PC6 - Assistência Após Venda

*Ver capítulo 12 – Processos*



### **8.3 DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS**

#### **8.3.1 GENERALIDADES**

As actividades de concepção e desenvolvimento são subcontratadas a empresas especializadas e tratando-se de projectos de menor complexidade realizadas pela secção de preparação e planeamento em estreita colaboração as áreas administrativo-financeiro, industrial e logística e da qualidade, ambiente e SST.

Dadas as especificidades do sector onde a empresa está inserida, em todos os desenvolvimentos de novos produtos tem-se em consideração quer os requisitos do cliente, quer dados de anteriores desenvolvimentos similares, quer ainda todos e quaisquer requisitos legalmente aplicáveis ( normativos, legislativos, regulamentares). Para atingir este desiderato a empresa cumpre o definido no processo PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação.

Quaisquer alterações, quer sejam identificadas internamente, quer sejam justificadas pelas exigências dos clientes, quer resultantes de alteração do mercado, alterações regulamentares, actividades de verificação, validação ou de outra qualquer razão na concepção e no desenvolvimento são identificadas e mantidos registos das mesmas.

Sempre que o projecto seja realizado em empresa subcontratada as alterações são comunicadas através da secção de planeamento e preparação.

#### **8.3.2 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.3  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### **Processos**

PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação  
*Ver capítulo 12 – Processos*

### **8.4 CONTROLO DOS PROCESSOS, PRODUTOS E SERVIÇOS DE FORNECEDORES EXTERNOS**

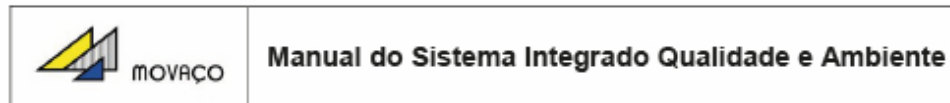
#### **8.4.1 GENERALIDADES**

A MOVAÇO, assegura que o produto comprado está em conformidade com as especificações de compra.

São ainda estabelecidos e aplicados critérios para avaliação, selecção e monitorização do desempenho e reavaliação de fornecedores externos com base na respectiva capacidade para fornecer processos ou produtos e serviços de acordo com os requisitos.

#### **8.4.2 – Tipo e extensão de controlo**

A MOVAÇO tem definida uma estrutura de responsabilidade para a realização das compras.



No processo PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação estão definidas as actividades associadas ao mesmo, assim como os responsáveis pelas mesmas.

O responsável pelo sistema de gestão da qualidade, ambiente e SST comprova que o processo de compras estabelecido cumpre com todos os requisitos de qualidade especificados. Na aquisição de quaisquer produtos tem-se em consideração o fim a que se destinam.

Os fornecedores são seleccionados e avaliados no que concerne ao cumprimento dos requisitos de qualidade, sendo a avaliação feita de acordo com o estabelecido no processo PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação.

No que concerne à subcontratação de pessoal, esta é feita tendo em consideração a competência necessária às funções a desempenhar, sendo os subcontratados integrados em equipas lideradas por colaboradores que fazem parte dos quadros da Movaço.

A MOVAÇO tem estabelecido e implementado actividades de inspecção, por forma a assegurar que os produtos comprados estão de acordo com os requisitos de compra especificados.

#### 8.4.3 – Informação para fornecedores externos

Toda a informação facultada aos fornecedores, incluindo as especificações de compra e os requisitos de qualidade, deve ser correcta, completa e objectiva.

A MOVAÇO tem estabelecido e implementado actividades de inspecção, por forma a assegurar que os produtos comprados estão de acordo com os requisitos de compra especificados.

##### 8.4.3.1- REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – ponto 8.4

##### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, *Ambiente e SST*

PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

*Ver capítulo 10 – Processos*

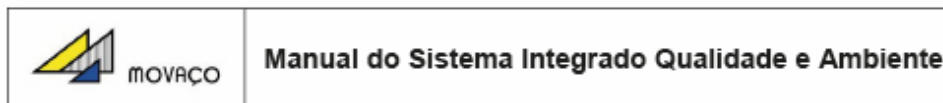
#### 8.5 PRODUÇÃO E DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

##### 8.5.1 – Controlo da produção e da prestação do serviço

A MOVAÇO desenvolve toda a sua actividade produtiva tendo por base: informação sobre as características dos produtos a fabricar/comercializar; instruções de trabalho sempre que consideradas relevantes; disponibilidade de meios técnicos adequados e utilização RMM; implementação de monitorização e medição e implementação de actividades de liberação, de entrega e posteriores à entrega.

##### Validação dos processos de produção e de fornecimento do serviço

Este requisito é aplicável, pelo facto das saídas dos processos não poderem ser verificadas por monitorização ou medição (soldadura e pintura).



#### 8.5.2 – Identificação e rastreabilidade

A rastreabilidade não é requisito obrigatório. Todos os produtos são identificados.

#### 8.5.3– Propriedade dos clientes ou dos fornecedores externos

A MOVAÇO responsabiliza-se pela propriedade do cliente, enquanto esta estiver sob a sua posse, sendo adequadamente identificada, verificada e protegida.

#### 8.5.4 – Preservação

As condições de preservação dos produtos (identificação, manuseamento, armazenamento e protecção) são fixadas pelo responsável pela qualidade, ambiente e SST em conjunto a gestão de topo, exigindo-se que sejam cumpridas por todos.

#### 8.5.5 – Actividades Posteriores à entrega

A MOVAÇO desenvolve toda a sua actividade produtiva tendo por base: informação sobre as características dos produtos a fabricar/comercializar; instruções de trabalho sempre que consideradas relevantes; disponibilidade de meios técnicos adequados e utilização RMM; implementação de monitorização e medição e implementação de actividades de libertação, de entrega e posteriores à entrega.

#### 8.5.6 – Controlo das alterações

As alterações não planeadas e essenciais para a produção e fornecimento do serviço são revistas e controladas de forma a não afectarem a conformidade. Para isso a MOVAÇO mantém registos onde são evidenciados os resultados da análise e decisão sobre as alterações e as acções que acarretam.

#### 8.6 – Libertação de Produtos e Serviços

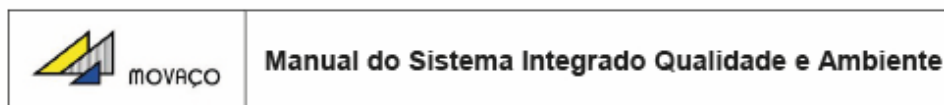
A empresa tem estabelecidas metodologias para a monitorização e medição da qualidade dos produtos visando a verificação dos seus requisitos. Estas acções são desenvolvidas em etapas apropriadas do processo. Os produtos não são libertados sem que se tenham verificado as operações planeadas que comprovem que cumprem com os requisitos aplicáveis.

#### 8.6.1- REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – ponto 8.5  
 Norma EN 1090-1  
 Norma EN 1090-2

#### Processos

PC4 – Fabricação  
 PC5 – Logística e Montagem no Cliente



PC6 – Assistência Após Venda  
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
PS4 – Gestão da Manutenção

## Procedimentos

PQ 07 – Validação de Processos Especiais

### 8.7 – Controlo de saídas não conformes

O produto não conforme, ou seja, o produto que não está conforme com os requisitos especificados é devidamente identificado e controlado, de forma a que seja impedida a sua junção aos produtos conformes e que seja involuntariamente incorporado no processo ou inadvertidamente entregue ao cliente.

No que diz respeito ao produto não conforme, a MOVAÇO :

- implementa acções para eliminar a (s) não conformidade (s) detectada (s), quando aplicável;
- autoriza a sua utilização, liberação ou aceitação, mediante aprovação de pessoa autorizada para o efeito e, quando aplicável, do cliente;
- implementa acções que impeçam a utilização previamente estabelecida.

O procedimento PQ 06 – Controlo do produto não conforme estabelece os controlos e correspondentes responsabilidades e autoridades para o tratamento do produto não conforme.

As situações de emergência potenciais e os acidentes potenciais capazes de causarem impacte no ambiente, assim como a resposta a dar aos mesmos estão previstas no procedimento PA05 Preparação e Resposta a Situações de Emergência.

Este procedimento tem ainda estabelecida a forma de responder a situações de emergência e aos acidentes reais, prevenindo os impactes ambientais adversos daí recorrentes

#### 8.7.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015

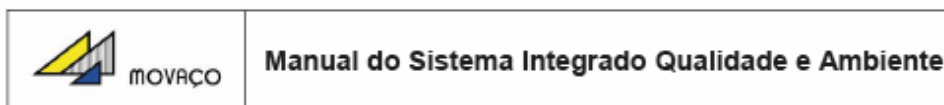
#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
PC4 – Fabricação

Ver capítulo 12 – Processos

#### Procedimentos

PQ 06 – Controlo do produto não conforme  
Ver Capítulo 11 – Relação de Procedimentos



## **9 AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO**

### **9.1 – MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO ANÁLISE E AVALIAÇÃO**

O responsável pela área da Qualidade, Ambiente e SST em coordenação com o responsável pela área Administrativo-Financeira é responsável por planificar, estabelecer e desenvolver as actividades de medição, análise e melhoria dos processos da MOVAÇO. Todas as áreas funcionais colaboram nestas actividades, de acordo com orientações da gestão de topo.

As metodologias utilizadas de monitorização, medição, análise e melhoria dos processos, visam assegurar a conformidade dos produtos fabricados e/ou serviços prestados pela MOVAÇO e melhorar continuamente a eficácia do seu Sistema de Gestão Integrado.

#### **9.1.1- Generalidades**

O Departamento da Qualidade, Ambiente e SST e o responsável pela área Administrativo-Financeira são responsáveis pelo estabelecimento de métodos apropriados para a monitorização e medição dos processos do sistema, sendo os seus resultados registados no modelo Mod 42 QUA – Quadro de Monitorização dos Processos.

O procedimento PA04 – Monitorização e medição define as acções necessárias para monitorizar e medir periodicamente as características principais das actividades relacionadas com os aspectos e impactes ambientais significativos, de modo a monitorizar o desempenho, os controlos operacionais respectivos e a conformidade com os objectivos e metas ambientais da organização.

Sempre que a empresa necessite de recorrer a entidades externas para a realização de monitorizações e medições é exigido ao fornecedor a calibração/verificação e manutenção adequada dos seus equipamentos, mediante fornecimento de registos.

#### **9.1.2 – Satisfação do Cliente**

A MOVAÇO tem como principal objectivo ir ao encontro dos requisitos dos clientes e se possível superar as suas expectativas. Para aferir o índice de satisfação dos clientes e a possibilidade de detectar acções de melhoria a empresa desenvolve actividades como questionários, tratamento de reclamações e visitas a clientes.

#### **9.1.2 – Avaliação da Conformidade ISO 14001:2015**

O procedimento PA04 – Monitorização e medição define também a forma de avaliar periodicamente a conformidade com os requisitos legais e outros aplicáveis à Movimentação Industrial, Lda.

O PA02 – Identificação de Requisitos Legais e Outros estabelece o sistema que a Movimentação Industrial, Lda segue para identificar, conhecer, manter em dia e avaliar a conformidade com os requisitos legais e outros que são aplicáveis às suas actividades, produtos e serviços no âmbito do Sistema de Gestão Ambiental.



O Mod 08 AMB – Avaliação da Conformidade relativa a Requisitos legais e outros permite fazer a avaliação e o acompanhamento aos requisitos legais e outros que sejam aplicáveis à organização

#### **9.1.3- Análise e Avaliação**

A MOVAÇO determina, recolhe e analisa dados, incluindo informação de monitorização e de medição com vista a comprovar a eficácia do sistema de gestão da qualidade e a identificar oportunidades de melhoria.

No sentido de avaliar a satisfação dos clientes são recolhidos e analisados entre outros os seguintes dados: resultados do questionários; relatórios de visitas a clientes; número de reclamações de clientes e volume de vendas por cliente (principais clientes).

Para avaliar o índice de conformidade com os requisitos do produto, são recolhidos e analisados os dados relativos à sua conformidade

Para avaliar a eficácia dos processos e oportunidades de melhoria foram estabelecidos indicadores para cada processo, os quais são monitorizados periodicamente.

Além das sugestões, para analisar a satisfação dos colaboradores procede-se à realização de questionários escritos e ao respectivo tratamento dos dados.

As informações sobre o desempenho dos diferentes fornecedores são recolhidas e analisadas com base no processo PS2 – Aprovisionamento

### **9.2 – Auditoria Interna**

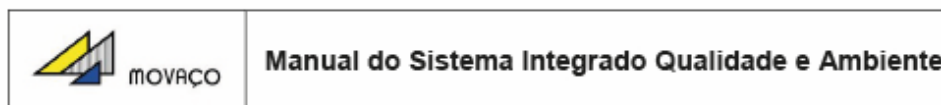
É da responsabilidade da área da qualidade, ambiente e SST a planificação e coordenação das auditorias internas da qualidade e ambiente, as quais são realizadas de acordo com o definido no procedimento PQ 04– Auditorias Internas.

### **9.3 – Revisão pela Gestão**

#### **9.3.1 – Generalidades**

A revisão do sistema de gestão integrado é feita em reunião anual, excepto se outros factores levarem a uma revisão intermédia, sendo coordenada pelo representante da gestão, tendo a presença, sempre que possível, dos responsáveis pelos diferentes departamentos.

Da reunião é elaborada uma acta, Mod 17 ESC - Acta de Reuniões, na qual constam os pontos tratados, as observações efectuadas e as acções de melhoria a implementar. É distribuída uma cópia aos participantes e mantido o original na área da qualidade.



Os objectivos desta revisão passam por:

- assegurar que o sistema se mantém apropriado, adequado e eficaz;
- detectar necessidades de alterações / oportunidades de melhoria;
- otimizar os processos e elevar a performance global e ambiental da organização.

### 9.3.2 – Entrada para a revisão pela gestão

Todas as entradas utilizadas para a reunião de revisão pela gestão, têm por objectivo apoiar a avaliação da eficiência e eficácia do sistema de gestão da qualidade e ambiente, tendo em consideração diversos aspectos, nomeadamente a satisfação dos clientes e a melhoria dos processos e realização do serviço.

### 9.3.3 – Saída da revisão pela gestão

As saídas da reunião, expressas em acta, estão relacionadas com a melhoria da eficácia do sistema de gestão da qualidade e ambiente e dos processos, com a melhoria dos produtos e cumprimento dos requisitos dos clientes e ambientais e com as necessidades de recursos.

#### 9.3.3.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 9  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 - Ponto 9

#### Processos

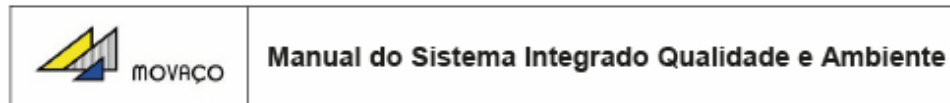
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
 PS2 – Compras , Aprovisionamento e Subcontratação  
 PS3 – Gestão Financeira  
 PS4 – Gestão da Manutenção  
 PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
 PC1 – Análise e Estratégia de Mercado  
 PC2 – Comercialização  
 PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação  
 PC4 – Fabricação  
 PC5 – Logística e Montagem no Cliente  
 PC6 – Assistência Pós-Venda

*Ver capítulo 12 – Processos*

## 10 – MELHORIA

### 10.1 – Generalidades

Objectivando a melhoria contínua da eficácia do Sistema integrado Qualidade e Ambiente, a MOVACO tem implementado a política da qualidade, objectivos, monitorização de processos, relatórios de auditorias, não conformidades, acções correctivas, revisão pela gestão e reclamações entre outros.



### 10.2 – Não Conformidade e Ação Correctiva

As acções correctivas são baseadas em estudos/análises acerca da causa da não conformidade detectadas, analisando-se detalhadamente os dados disponíveis inerentes às diferentes áreas funcionais. As acções correctivas são realizadas de acordo com o definido no processo PQ 05 Acções Correctivas.

### 10.3 – Melhoria Contínua

O Responsável da Qualidade, Ambiente e SST é o responsável por zelar pelo cumprimento das acções correctivas e acções para tratar riscos e oportunidades e de fazer um seguimento das mesmas, para comprovar a sua efectividade prática.

Com a análise de riscos e oportunidades, são desencadeadas acções de forma a detectar, analisar e eliminar as causas de potenciais não conformidades baseando-se, para tal, em fontes adequadas de informação, tais como reclamações de clientes, relatórios de não conformidades, relatórios de auditorias internas, brainstormings, grupos de trabalho etc

#### 10.3.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015

Norma NP EN ISO 14001:2015 - Ponto 9

#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

Ver capítulo 12 – Processos

#### Procedimentos

PQ 05 Acções Correctivas

PQ 09 Gestão de Riscos e Oportunidades

Ver Capítulo 11 – Relação de Procedimentos

### 11.1 - RELAÇÃO DE PROCEDIMENTOS

Os procedimentos usados na MOVAÇO são os que seguidamente se apresentam:

PQ 01 Elaboração da Informação Documentada

PQ 02 Controlo da Informação Documentada

PQ 03 Controlo dos Registos

PQ 04 Auditorias Internas


PQ 05 Acções Correctivas

PQ 06 Controlo do Produto não Conforme

PQ 07 Validação de Processo Especiais

PQ 08 Controlo dos RMM

PQ 09 Gestão de Risco

	<b>Manual da Qualidade</b>
---	----------------------------

**12.1 – IDENTIFICAÇÃO DOS PROCESSOS**

IDENTIFICAÇÃO DOS PROCESSOS	RELACIONAMENTO COM OS PONTOS DA NORMA NP EN ISO 9001:2015
<b>MACROPROCESSOS</b>	
MP – Macroprocesso	
<b>PROCESSOS CHAVE</b>	
PC1 – Análise estratégica e de Mercado	4.4 /4.2/ 5.1.1/5.1.2/ / 5.2 / 6 / 5.4 / 5.6 / 7.1.1/ 7.1.2/7.2/ 7.5/ /8.4/ 9.1.3
PC2 – Comercialização	5.1.2 / 8.2 / 9.1.3
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação	5.1.2 / 8.1 / 8.2 / 8.3 / 9.1.3
PC4 – Fabricação	8.1 / 8.5 / 8.7/ 9.1.3/ 10.2
PC5 – Logística e Montagem no cliente	8.2 / 8.5 /9.1.3
PC6 – Assistência Pós-venda	5.1.2 /8.2 / 8.5 / 9.1.3
<b>PROCESSOS DE SUPORTE</b>	
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST	4/ 5.2 / 7.1 /7.1.3 / 7.1.4 /7.1.5/7.5 /8.4 /8.5 /8.7/ 9.1 /9.1.3 /9.3 /10 /10.2
PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação.	8.4 / 9.1.3
PS3 – Gestão Financeira	7.1 / 9.1.4
PS4 – Gestão da Manutenção	7.1.3 / 8.5 / 9.1
PS5- Gestão de Recursos Humanos	5/ 7.1.1 / 7.1.2/ 7.1.3/ 7.1.4/ 9.1.3

IDENTIFICAÇÃO DOS PROCESSOS	RELACIONAMENTO COM OS PONTOS DA NORMA NP EN ISO 14001:2015
<b>PROCESSOS CRÍTICOS</b>	
PC1 – Análise estratégica e de Mercado	4.1/4.2/6.2/6.2.1/6.2.2/7.1/7.4.1/7.4.2/7.4.3/9.3
PC2 – Comercialização	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/10.2
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC4 – Fabricação	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC5 – Logística e Montagem no cliente	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC6– Assistência Pós-venda	8.1/9.1/9.11

 <b>MOVAÇO</b>	<h2>Manual da Qualidade</h2>
---	------------------------------

<b>PROCESSOS DE SUPORTE</b>	
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST	4.3/5.2/6.1.2/6.1.3/6.2.1/6.2.2/7.4.2/7.4.3/7.5.1/7.5.2/8.1/9.1/10.2
PS2 – Compras, Aprovisionamento, e Subcontratação	8.1
PS3 – Gestão Financeira	5.2/6.1.2/6.1.3/7.1/9
PS4 – Gestão da Manutenção	6.1.2/8.1/8.2/9.1
PS5 - Gestão de Recursos Humanos	5.3/7.2/7.3/7/8.1/8.2/9.1

### 12.2 – MAPEAMENTO DOS PROCESSOS

Macroprocesso	Processo Chave	Processo Suporte	ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO																						
			Comercial						Industrial e Logística				Recursos Humanos		Qualidade, Ambiente e SST		Administrativo-Financeiro								
			1	2	2.1	2.2	2.3	2.4	3	3.1	3.2	3.3	3.4	4	4.1	5	5.1	6	6.1	6.2	6.3	6.4			
MP	PC1		●	○	○	○			○						○	○	○	○	○						
	PC2		●	○			○		○						○	○	○	○	○						
	PC3		●	○					○	○	○				○	○	○	○	○						
	PC4		●						○		○	○	○		○		○	○							
	PC5		●	○					○	○					○	○	○	○	○						
	PC8		●	○			○	○	○							○	○	○	○						
	PS1		○	○					○	○		○			○	○	●	○	○						
	PS2		●	○					○	○		○	○		○	○	○	○	○		○		○		○
	PS3		●	○	○	○	○	○	○						○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	PS4		●						○	○		○	○		○	○	○	○	○						
PS5		●	○					○	○		○			○	○	○	○	○							

RESPONSÁVEL ● PARTICIPA ○



**12.3 – INTERACÇÃO DOS PROCESSOS**

A \ B		MP												
		PC1	PC2	PC3	PC4	PC5	PC6	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5		
MP	PC1							X						
	PC2	X						X						
	PC3	X	←					X						
	PC4			←				X						
	PC5				←			X						
	PC6		←	←			PC6	X						
	PS1							PS1						
	PS2		X	←			X	X	PS2					
	PS3	X		←		←		X		PS3				
	PS4				X	X		X			PS4			
	PS5	X			X			X		⇒		PS5		

**SIMBOLOGIA:**

Processo A que interage com o processo B nos dois sentidos  
 $A \leftrightarrow B : X$

Processo A que interage com o processo B num único sentido  
 $A \rightarrow B : \Rightarrow$

Processo B que interage com o processo A num único sentido  
 $A \leftarrow B : \Leftarrow$

## Apêndices

### QUESTÕES EXTRA

1º → Quando diz que gostava de estar no melhor ranking de empresas de metalomecânica, o que pensa que pode fazer para chegar a esse objetivo? Quais são os objetivos de Crescimento? Onde querem evoluir e chegar?

Questionário:p16 + novo equipamento e recrutamento

2º → Estão confortáveis com a marca gráfica? Estão abertos a mudanças?

Não estamos confortáveis com a marca gráfica, estando abertos a algumas mudanças, não alterando muito o conceito.

3º → Para que serve a área reservada?

Não tem utilidade

4º → Que redes sociais têm?

Não tem

5º → Como angariaram os clientes atuais?

"Boca a boca"

6º → Têm clientes internacionais?

Sim, na Bulgária, USA e Alemanha

7º → Têm alguma empresa que admirem a seu funcionamento e comunicação?

NÃO HÁ RESPOSTA

8º → Como comunicam com os clientes? Quais os suportes e formatos?

Via email

9º → Quando ao *packaging*/embalamentos têm algum formato contínuo que os identifica?

Sem embalagens porque todas as peças são de grande dimensão.

### Apêndice 1 - Questionário extra.

### Questionário

**1. Em que área de negócio se encontra a Empresa Movaço? O catálogo de produtos com a indústria do vidro, movimentação de cargas, indústria da construção.**

Fabrico, montagem e comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

Sim são ver manual de acolhimento e o manual da qualidade e ambiente.

**2. Qual é a missão da empresa?**

“A missão da Movaço consiste em transformar metais em equipamentos diferenciados e capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologia ao nível elétrico e de automação,”

**3. Quais são os três objetivos mais importantes da empresa?**

- Construir e vender equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade;
- Consolidação da presença no Mercado Nacional e Internacional;
- Manter uma estrutura de Recursos Humanos qualificada, estável e dinâmica;
- Manter/aumentar a competitividade geral da empresa

**4. Porque é que esta empresa foi criada?**

Ambos os sócios queriam criar a empresa e o que impulsionou a sua criação foram as formações que o centro de formação forneceu, o que juntaram colaboradores e a antiga Aptiv precisava de um celeiro de apoio, sendo o primeiro projeto que a empresa executou.

**5. Descreva os vossos produtos e serviços.**

As categorias de produtos por exemplo no website estão incorretas.

Sistemas integrados de armazenagem de cargas:

- Paletizadores;
- Despaletizadores;
- Transportadores de rolos e transportadores de correntes;
- Elevadores industriais;
- Carros transportadores de paletes;
- Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados.

Equipamentos e movimentação de cargas:

- Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas;
- Transportadores de tela e corrente,
- sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres;
- skips

**Equipamentos de pesagem industrial:**

- Bâsculas de camiões;
- Bâsculas de vagons-caminhos de ferro;
- Plataformas de pesagem;
- Pesagem em tolvas, silos ou transportadores;
- Sistemas de composição e dosificação.

**Estruturas metálicas;**

- Pontes Rolantes Automáticas;
- Sistemas de Transporte;
- Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos);
- Edifícios Industriais;
- Torres Metálicas de Processo.

**6. Qual é a vossa vantagem competitiva? Porque é que os clientes escolhem o vosso produto/serviço?**

Os clientes escolhem os nossos serviços porque criamos;

**Soluções à medida do cliente**

A Movaço tem uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projecto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.

**Montagem e manutenção**

A Movaço proporciona às suas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico. Os profissionais da Movaço estão aptos a prestar serviços de montagem e manutenção, quer na área mecânica, quer na área elétrica e de automação.

**Apoio ao cliente**

A Movaço oferece ao cliente um serviço onde pode obter ajuda nas seguintes áreas:

- Assistência pós-venda
- Peças de reserva/reposição
- Aconselhamento na tomada de decisão
- Esclarecimento de eventuais dúvidas.

**7. O que faz a empresa ser melhor que outras empresas?**

Ter profissionais talentosos e motivados.

Promover a melhoria continua na empresa.

Aprender com a concorrência.

Estar atento ao feedback de satisfação de clientes.

**8. O que impulsiona a vossa empresa? O que constitui a prioridade da mesma?**

Attingir os objetivos propostos anualmente.

Cumprir com as políticas internas. (Presentes no Manual de acolhimento)

**9. Quem são os vossos públicos/clientes?**

Os nossos principais clientes são as indústrias do vidro e dos pneus, sendo os principais grupos de clientes:

Barbosa e Almeida; Verallia, Gallo Vidro; Continental.

**10. Há outros públicos/clientes a quem se queiram dirigir?**

Gostariam de alcançar mais o mercado externo.

**11. Qual é o vosso mercado alvo?**

O mercado alvo, são soluções criadas à medida de cada cliente principalmente para as indústrias do vidro e dos pneus.

**12. Como comercializam os vossos produtos ou serviços?**

“Boca a boca”

**13. Qual é a vossa concorrência? Existe algum concorrente que admirem mais?**

Icelbel, Poço e Vidrocerâmica

**14. Quais são as tendências e mudanças que afetam o vosso negócio?**

As tendências que afetam o nosso negócio são principalmente o covid 19, aumento e escassez de matéria-prima e mais recentemente a Guerra da Ucrânia que está a fazer disparar a inflação.

Também existe falta de mão de obra qualificada, nomeadamente chefes de equipa, serralheiros e soldadores. As mudanças nas instalações também têm afetado o negócio.

**15. Em que lugar pensam estar (como empresa) daqui a 5 anos? 10 anos?**

No melhor do ranking de empresas de metalomecânica! Operamos apenas neste setor.

**16. Como medem o sucesso?**

Semestralmente, através de indicadores que nos indicam;

- Volume de Negócios
- Produtividade
- Nº Obras
- Satisfação Cliente
- Satisfação Colaboradores

**17. Que valores e crenças unificam a empresa e o seu desempenho?**

Manual da qualidade e ambiente tem presente estes fatores.

**18. Quais são as possíveis barreiras em relação ao sucesso do vosso produto ou serviço?**

Preços das Matérias-primas

Falta de mão de obra

Legislação cada vez mais exigente em termos de segurança e ambiente, entre outras.

**19. O que vos mantém acordados à noite?**

Sem resposta.

**20. Coloquem-se no futuro. Se a vossa empresa pudesse fazer qualquer coisa, o que seria?**

Manter o setor e continuar a evoluir.

**21. Se pudessem comunicar uma única mensagem sobre a empresa, qual seria?**

O mesmo "Your industrial solutions".

**22. Que oportunidades associam à empresa?**

- Capacitação ao nível das infraestruturas e valorização do parque de equipamentos que elevarão bastante a capacidade produtiva.
- Disponibilizar formação aos colaboradores de acordo com as necessidades identificadas e

- requisitos legais a cumprir.
- Reforço da componente de sustentabilidade (ambiental e principalmente energética) na cadeia de valor interno.
  - Capitalizar o elevado know-how interno e o capital relacional

**23. Que desafios se colocam à empresa?**

Mão de obra, leis laborais, interioridade e inconstância do mercado.

**24. Que preocupações se colocam à empresa?**

- Concorrência com países do centro europeu com fabrico no leste.
- Agravamento da situação pandémica a nível global pode ter impactos muito negativos em termos de faturação no geral, mas particularmente na faturação associada a mercados externos, levando a desequilíbrios financeiros
- Degradação da imagem da MOVAÇO caso haja uma estagnação na capacidade de resposta às necessidades dos clientes
- Dificuldade em contratação de pessoal especializado.

**25. Que aspetos positivos associam à empresa?**

- Autonomia financeira;
- A Movaço é uma PME Líder
- Certificação pela norma ISO 9001:2015; 14001:2015 e EN1090-2
- Parque de Máquinas
- Instalações Fabris

**26. Com que animal a vossa empresa se poderia identificar? Justifiquem a resposta**

Leão.

Força, flexibilidade e garra para enfrentar todos os desafios que nos possam tentar destruir a dinâmica dimensão da nossa empresa.

**27. Como surgiu o nome da empresa?**

Numa conversa informal ambos os sócios levaram as ideias de alguns nomes e decidiram juntar a palavra movimentação e aço, criando assim a palavra MOV+AÇO, sendo o aço a matéria prima principal da empresa.

## Apêndice 6 - Questionário, p.5.

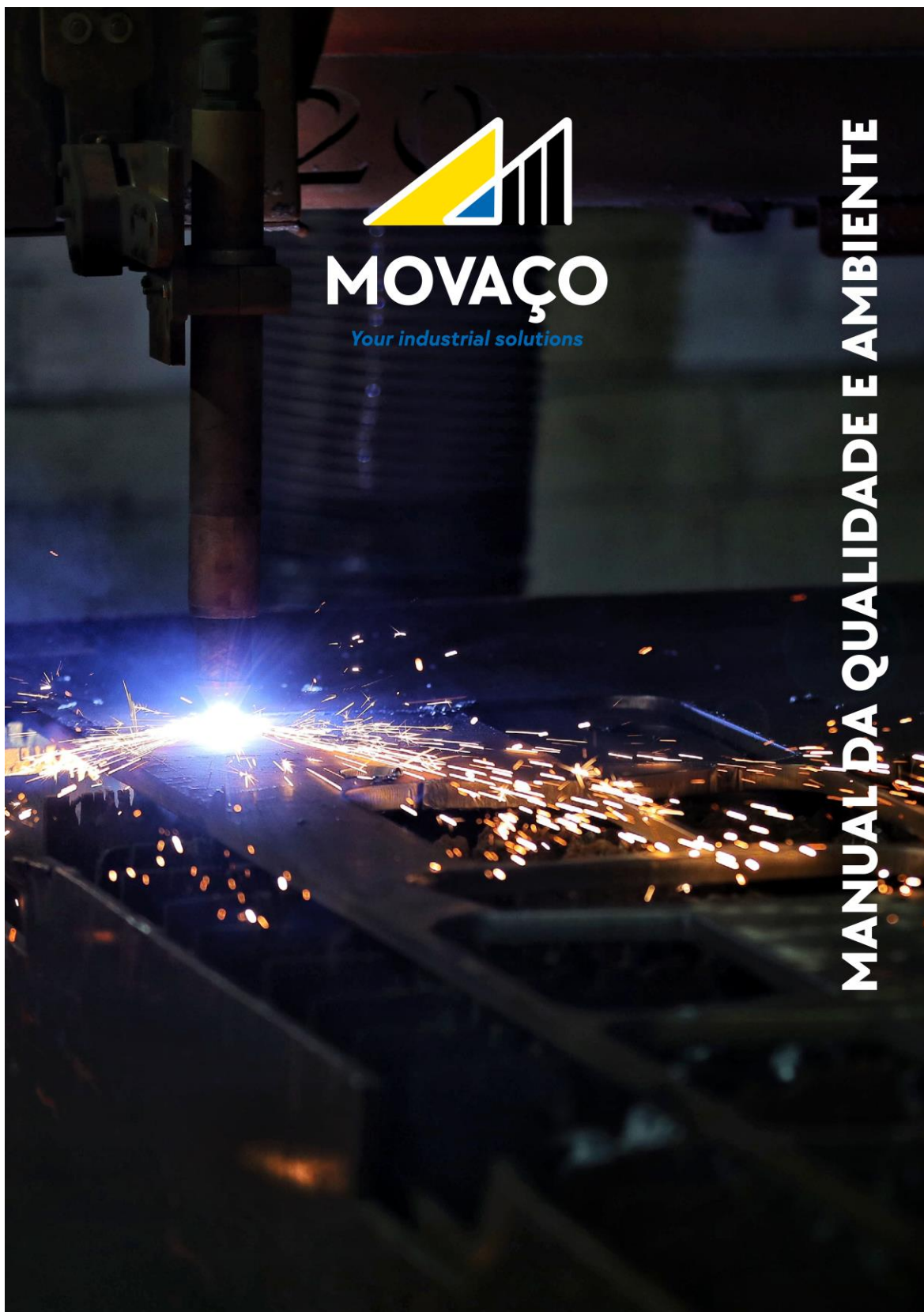
**28. Como surgiu a marca gráfica da empresa?**

Sem resposta.

**29. Expliquem o porquê das formas e cores da marca gráfica.**

Sem resposta.

## Apêndice 7 - Questionário, p.6.



Apêndice 8 - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, Capa.



# MANUAL DA QUALIDADE E AMBIENTE

Apêndice 9 - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.2.

<b>1. RÚBRICAS PRELIMINARES</b> .....	<b>5</b>	<b>ÍNDICE</b>
1.1 Índice .....	4	
1.2 Registo das modificações .....	5	
1.3 Âmbito .....	6	
1.4 Exclusões .....	6	
1.5 Declaração da Direção .....	6	
<b>2. GESTÃO DO MANUAL DA QUALIDADE</b> .....	<b>7</b>	
<b>3. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	<b>12</b>	
<b>4. CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO</b> .....	<b>14</b>	
4.1 Requisitos gerais .....	14	
4.2 Requisitos de documentação .....	15	
<b>5. LIDERANÇA</b> .....	<b>17</b>	
5.1 Liderança e compromisso .....	17	
5.2 Política da qualidade .....	19	
5.3 Funções, Responsabilidade, autoridades organizacionais .....	20	
<b>6. PLANEAMENTO</b> .....	<b>21</b>	
6.1 Ações para tratar riscos .....	21	
6.2 Objectivos da qualidade e planeamento para os atingir .....	22	
6.3 Planeamento das alterações .....	22	
<b>7. SUPORTE</b> .....	<b>23</b>	
7.1 Recursos .....	23	
7.2 Competência .....	26	
7.3 Consciencialização .....	26	
7.4 Comunicação .....	27	
7.5 Informação documentada .....	27	

<b>8. OPERACIONALIZAÇÃO</b> .....	<b>29</b>
8.1 Planeamento e controlo operacional .....	29
8.2 Requisitos para produtos e serviços	
Preparação e Resposta a emergências .....	29
8.3 Design e desenvolvimento de produtos e serviços .....	30
8.3 Design e desenvolvimento de produtos e serviços .....	31
8.4 Controlo dos processos, produtos e serviços de fornecedores externos .....	32
8.5 Produção e prestação de serviço .....	33
8.6 Libertação de produtos e serviços .....	35
8.7 Controlo de saídas não conformes .....	35
<hr/>	
<b>9. AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO</b> .....	<b>36</b>
9.1 Monitorização, medição, análise e avaliação .....	36
9.2 Auditoria Interna .....	37
9.3 Revisão pela Gestão .....	37
<hr/>	
<b>10. MELHORIA</b> .....	<b>39</b>
10.1 Generalidades .....	39
10.2 Não Conformidade e acção corretiva .....	39
10.3 Melhoria Contínua .....	40
<hr/>	
<b>11. RELAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS</b> .....	<b>40</b>
<b>12. PROCESSOS</b> 41	
12.1 Identificação dos Processos .....	41
12.2 Mapeamento dos Processos .....	42
12.3 Interacção entre Processos .....	43

**1.2 TABELA DE REGISTO DAS REVISÕES**

Todas as revisões efectuadas são registadas de acordo com a tabela seguinte:

EDIÇÃO	CAP./PÁG.	DESCRIÇÃO DA REVISÃO	DATA	INICIAIS		
A-0		Edição inicial	09-07-07	BF	NG	JM
A - 1	1	Alteração/ajustamento do âmbito	11-11-08	BF	NG	JM
A - 2	geral	Adaptação do Manual da Qualidade aos requisitos da norma ISO 9001:2008	02-10-09	BF	NG	JM
B - 0	geral	Unificação do documento e adaptação ao novo modelo e mapeamento de processos	09-12-11	NB	NG	NJ
B - 1	geral	Adaptação do novo organograma	17-12-15	TP	NG	NJ
B - 2	geral	Alteração/ajustamento do âmbito	13-06-17	TP	NG	NJ
B - 2	geral	Adaptação do Manual da Qualidade aos requisitos da norma EN1090- 2	13-06-17	TP	NG	NJ
B - 2	geral	Adaptação do Manual da Qualidade aos requisitos da norma ISO 9001:2015	13-06-17	TP	NG	NJ
B - 3	geral	Adaptação aos novos processos	27-11-18	TP	NG	NJ
B - 4	geral	Revisão Geral do Manual da Qualidade	29-10-19	TP	NG	NJ
B - 5	geral	Integração do Manual da Qualidade e Ambiente	17-03-21	TP	NG	NJ

Elaborado: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

Revisto: \_\_\_\_\_

Aprovado: \_\_\_\_\_

### **1.3 ÂMBITO**

O âmbito do sistema reside no “Fabrico, montagem e comercialização de máquinas e equipamentos para a indústria, não especificada” e outras estruturas metálicas.

### **1.4 EXCLUSÕES**

Não existe exclusão ao Sistema de Gestão Integrado Qualidade e Ambiente.

### **1.5 DECLARAÇÃO DA DIREÇÃO**

A administração da empresa MOVAÇO, estabeleceu como prioritário para o futuro da empresa o aumento dos níveis organizacionais internos, a internacionalização, a proximidade ao cliente, o reforço agressividade comercial, a redução dos desperdícios e o estabelecimento de uma clara estratégia de diferenciação. Desta forma pretende-se garantir a competitividade da empresa num ambiente concorrencial progressivamente exigente e caracterizado pela mudança.

A certificação do Sistema de Gestão da Qualidade e Ambiente, de acordo com a norma NP EN ISO 9001:2015 e ISO14001:2015, e a sua melhoria contínua são assumidas como pilares estratégicos da organização.

Por isso estabelecemos como compromisso:

- grande empenhamento na aplicação dos requisitos descritos no presente Manual da Qualidade;
- participação activa na definição dos processos da empresa;
- afectação dos recursos necessários à adequada implementação e melhoria do Sistema de Gestão da Qualidade;
- envolvimento nas actividades de melhoria continua.

A Direcção da empresa responsabiliza-se por fazer respeitar este compromisso.



### 2.1.1 OBJECTIVO

O objectivo deste capítulo é gerir a estrutura, configuração, revisão e controlo do Manual da Qualidade.

### 2.1.2 CAMPO DE APLICAÇÃO

É aplicável a todos os capítulos do presente Manual da Qualidade.

## 2.2 RESPONSABILIDADES

### 2.2.1 Tabela de códigos e funções:

1 – Gerência	
2 – Área Comercial	2.1 – Estratégia e análise de Mercado
	2.2 – Orçamentação
	2.3 – Vendas
	2.4 – Assistência Pós Venda
3 – Área Industrial e Logística	3.1 – Planeamento
	3.2 – Preparação
	3.3 – Fabricação
	3.4 – Manutenção
4 – Área de Recursos Humanos	4.1 – Secretaria
5 – Área Qualidade, Ambiente e SST	5.1 – Assessoria
6 – Área Administrativo-Financeira	6.1 – Gestão Financeira
	6.2 – Compras
	6.3 – Contabilidade
	6.4 – Subcontratação

### 2.2.2 Tabela de responsabilidades e substituições

APLICAÇÃO DO PROCEDIMENTO	RESPON-SÁVEL	EXECUTA	SUBSTI-TUI	VERIFICA	SUBSTI-TUI
Elaboração e verificação do manual	5	5	1	3	1
Aprovação do manual	1	3	5	3	1
Gestão e Distribuição do manual	5	5	1	3	1

## 2.3. MÉTODO

### 2.3.1 -GENERALIDADES

O Manual da Qualidade deve ser escrito em linguagem simples, evitando quando possível o uso de abreviaturas, de forma a evitar interpretações erróneas do presente Manual da Qualidade.

### 2.3.2 - CONFIGURAÇÃO

#### 2.3.2.1. Modelo utilizado

O Manual da Qualidade é escrito de acordo o procedimento PQ 01 – Elaboração da informação documentada.

#### 2.3.2.2. Capa do manual da qualidade

A capa do Manual da Qualidade consta de:

- logotipo da empresa;
- descritivo "Manual da Qualidade";

#### 2.3.2.3. Configuração, edição e impressão

O Manual da Qualidade é editado em folhas brancas de tamanho A4 e impressas apenas do lado frontal da mesma. Os pontos e sub-pontos são numerados seguindo o Sistema Decimal Crescente.

O conteúdo do Manual está dividido em capítulos numerados, em que cada um deles constitui uma unidade de paginação individual, a qual fica

reflectida em cada página. Refira-se, que os conteúdos do capítulo quarto ao capítulo oitavo respondem de forma clara às cláusulas do referencial NP EN ISO 9001:2015.

O modelo contém o cabeçalho com:

- logotipo da empresa
- Manual da Qualidade

O rodapé com:

- Indicação do caminho e nome do ficheiro
- Codificação com o capítulo, edição e data; Ex.:MQ / B-0 / DEZ11
- Paginação

A data de edição é colocada imediatamente abaixo da Edição e corresponde à última modificação. Além do número do capítulo, cada página é identificada com o nome do capítulo e sub-capítulo em cabeçalho.

#### **2.3.2.4 – Elaboração, revisão e aprovação**

A tabela para elaboração, revisão e aprovação é constituída por três colunas e duas linhas, com o seguinte objectivo:

##### **1ª coluna**

- a) a 1ª linha “elaborado” indica quem elaborou o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de elaboração;

##### **2ª coluna**

- a) a 1ª linha “revisto” indica quem reviu o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de revisão;

##### **3ª coluna**

- a) a 1ª linha “aprovado” indica quem aprovou o manual;
- b) a 2ª linha indica a data de aprovação;

Esta tabela consta na página da tabela de registo das revisões.

#### **2.3.2.5 - Registo das revisões**

A tabela para registo das modificações encontra-se no Capítulo 1.2, do Manual da Qualidade. Esta tabela é constituída por quatro colunas e linhas que indicam as sucessivas revisões que vão sendo realizadas ao Manual da Qualidade:

##### **1ª coluna: “ EDIÇÃO ”**

Indica a edição actual do capítulo do Manual da Qualidade e as respectivas revisões.

##### **2ª coluna: “ CAPÍTULO/PÁGINA”**

Indica o capítulo e a página objecto de alteração.

**3ª coluna: " DESCRIÇÃO DA REVISÃO "**

Descreve qual a revisão/alteração efectuada ao capítulo do Manual da Qualidade. À primeira edição (A-0) corresponde "EDIÇÃO".

**4ª coluna: "INICIAIS"**

Nesta coluna indica-se as datas e iniciais do editor, do responsável pela revisão e do responsável pela aprovação das alterações.

**2.4 Identificação**

O Manual da Qualidade da Movaço - Movimentação Industrial, Lda é identificado por um código único MQ e os capítulos codificados da seguinte maneira:

**Capítulo X.Y**

X indica o ponto do Manual da Qualidade, sendo que do capítulo quarto ao oitavo coincide com as cláusulas da norma ISO 9001:2015.

Y indica o sub-ponto do Manual da Qualidade, sendo que do capítulo quarto ao oitavo coincide com as sub-cláusulas da norma ISO 9001:2015.

**Exemplo**

Cap. 4.1

Este código indica que é o ponto 4º e o sub-ponto 1º do Manual da Qualidade.

**2.4.1. Identificação das edições**

A identificação do Manual da Qualidade é constituída por um código conjunto letra e número. A letra indica "EDIÇÃO" e o número indica "REVISÃO". A edição tem início na letra "A" e a primeira revisão com número "0" e assim sucessivamente até á nona revisão. A partir da décima revisão de qualquer capítulo do Manual deve ser feita uma nova edição.

**Exemplo**

MQ - Edição B-2

Significa que o MQ foi editado pela segunda vez e tem 3 revisões.

**2.5. Conteúdo do manual da qualidade**

Cada capítulo do manual da qualidade contém:

**2.5.1 Método**

Este ponto define qual a metodologia usada para o cumprimento das dife-

rentes cláusulas das normas NP EN ISO 9001:2015, as quais são apresentadas nos capítulos do manual da qualidade. O método aborda os diferentes itens da norma.

### 2.5.2 Referências

Este ponto define quais as fontes aplicáveis a cada capítulo do manual da qualidade, como por exemplo normas específicas do sector, e faz referência aos procedimentos resultantes de cada capítulo.

No capítulo 2 do Manual da Qualidade far-se-á ainda referência aos seguintes pontos:

#### Objectivo

Este ponto descreve o objectivo do manual da qualidade.

#### Campo de aplicação

Este ponto define a aplicação do manual da qualidade.

#### Responsabilidades

Este ponto define as responsabilidades para execução, verificação, colaboração e responsabilidade dos aspectos do manual da qualidade.

## 2.6 - DISTRIBUIÇÃO E CONTROLO

### 2.6.1 CÓPIAS CONTROLADAS

As cópias controladas do Manual da Qualidade são definidas em consenso entre o Director da Qualidade, Ambiente e SST, o representante da gestão e a gerência. O Director da Qualidade, Ambiente e SST, como editor do Manual da Qualidade, é responsável pelo controlo destas cópias, devendo proceder à actualização/distribuição das mesmas, sempre que forem feitas revisões e destruir as folhas desactualizadas. A tabela seguinte mostra a lista de distribuição das cópias controladas.

LISTA DE CÓPIAS CONTROLADAS			
NOME	DEPARTAMENTO/ DESTINATÁRIO	CÓPIAS#	DATA
Teresa Pinto	Qualidade Ambiente e SST	ORIGINAL	
Noémio Grilo	Gerência	1	
Nascimento Justino	Gerência	2	
Encarregado	Produção	3	
	Entidade certificadora	4	

### 2.6.2 CÓPIAS NÃO CONTROLADAS

Contrariamente às cópias controladas, as cópias não controladas não carecem de distribuição automática. A entrega das cópias não controladas é feito, Director da Qualidade Ambiente e SST.

### 2.6.3 DECLARAÇÃO DE PROPRIEDADE

O presente Manual da Qualidade é propriedade da MOVAÇO sendo proibida qualquer reprodução parcial ou integral do mesmo sem autorização prévia do seu editor.

## 2.7 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015  
Norma NP EN ISO 14001:2015  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

## 3.1 HISTORIAL

Criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, a Movaço – Movimentação Industrial, Lda constitui uma unidade produtiva especializada na produção de componentes para equipamentos de movimentação industrial.

Desde a sua criação, a partir de uma sucursal da ICM, que a Movaço - Movimentação Industrial, Lda, tem associado o seu nome à boa relação qualidade / preço que os seus produtos oferecem, à seriedade e ao cumprimento atempado de prazos de entrega.

Tem, de facto demonstrado ao longo dos anos uma atitude proactiva, focalizada na satisfação das necessidades do cliente, procurando sempre que possível exceder as suas expectativas e estando sempre receptiva à introdução de novos métodos organizacionais.

Esta estratégia encetada pela gestão da empresa permitiu a consolidação da presença no mercado, mantendo contudo, a Movaço, uma estrutura flexível e funcional.



### 3.2 INSTALAÇÕES

O espírito empreendedor dos empresários tem determinado a modernização constante da empresa. Sendo que, em 1994 já haviam sido ampliadas as instalações e reconvertido o parque de máquinas, em 1998 foram ampliadas as instalações de modo a dar resposta mais consentânea às solicitações do mercado. Em 2007, foram construídas novas instalações para fabrico e armazenamento.

A empresa dispõe de espaços destinados a escritórios, armazenamento e atendimento, possuindo estas instalações boas condições para o desenvolvimento da actividade em que a empresa está inserida.

### 3.3 PRODUTOS COMERCIALIZADOS

Com o objectivo já expresso de bem servir os clientes a Movaço – Movimentação Industrial, Lda, possui hoje em dia uma vasta gama de soluções. Sendo os equipamentos mais frequentes:

- Transportadores;
- Paletizadores;
- Estruturas metálicas;
- Sistemas/circuito de composição.

### 3.4 PRINCÍPIOS, VISÃO, MISSÃO E OBJECTIVOS DA EMPRESA

#### 3.4.1 Princípios e Valores da Empresa

A Movaço – Movimentação Industrial, Lda, tem como princípios e valores:

- Respeitar e otimizar layouts e projectos do cliente;
- Seriedade;
- Cumprir prazos;
- Competência;
- Apostar na qualidade;
- Modernizar permanentemente o parque de máquinas;
- Apostar na formação e valorização dos Recursos Humanos.

#### 3.4.2 Visão da Empresa

Pensamos que em cada negócio quer a MOVAÇO, quer o nosso cliente devem sair beneficiados.

Como tal, a Movaço tem como visão estratégica:

- Construir e vender equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade;

- Criar progressivamente produtos de maior valor acrescentado;
- Consolidação da presença no Mercado Doméstico/Nacional;
- Penetração nos mercados externos (Espanha, PALOP, América Latina);
- Manter uma estrutura de Recursos Humanos qualificada, estável e dinâmica;
- Manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

#### **3.4.3– Missão da Empresa**

“A missão da Movaço consiste em transformar metais em equipamentos diferenciados e capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologia ao nível eléctrico e de automação.”

#### **3.1.5 – QUALIDADE e AMBIENTE**

A qualidade e ambiente assumem um papel de grande importância na MOVAÇO, sendo considerado como factor determinante para o sucesso num mercado cada vez mais competitivo. Esta é a razão pela qual a empresa apostou na certificação do seu Sistema de Gestão de Qualidade e Ambiente e na melhoria contínua.

#### **3.1.6 – RECURSOS HUMANOS**

Os Recursos Humanos representam para a MOVAÇO um dos seus principais activos, merecendo especial atenção por parte da gestão de topo da empresa. Verifica-se, de facto, uma preocupação constante na valorização dos recursos humanos, quer através da realização de acções de formação profissional, quer pela melhoria das condições de trabalho.

#### **4.1 – Compreender a organização e o seu contexto**

Com o objectivo de compreender a organização e o seu contexto a MOVAÇO determinou as questões internas e externas relevantes para o propósito e orientação estratégica, com impacto nos resultados pretendidos para o SGI.

As análises SWOT, realizadas por cada gestor de processo são apresentadas em reunião com a gestão de topo e revistas de forma a uniformizar a sua forma de aplicação e garantir a integridade da informação. As análises SWOT revistas ficam documentadas na acta da reunião.

Também, anualmente, na reunião de Revisão pela Gestão, ou sempre que se considere relevante e necessário, são identificadas/revistas as partes interessadas que podem ser relevantes para o SGI e os seus requisitos relevantes, que ficam documentados na acta da reunião de Revisão pela Gestão.

## 4.2 – Compreender as necessidades e as expectativas das partes

### interessadas

Por partes interessadas entende-se todos aqueles que de alguma forma estejam relacionados com a organização, neste sentido a MOVAÇO identificou e categorizou os diferentes tipos de interesses a diversos níveis do SGI: o seu impacto, a sua prioridade, quer a partir do seu nível de autoridade, ou seu envolvimento, grau de poder, nível de interesse, influência, consequência dos impactes ambientais entre outros.

O seu objetivo é obter uma sistematização quantitativa e qualitativa das informações relativas às partes interessadas de forma a poder definir estratégias de atuação mais adaptadas.

A Movaço anualmente revê, na reunião pela gestão a informação acerca das partes interessadas

### 4.2.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Capítulo 4

Norma NP EN ISO14001:2015 – Capítulo 4

Norma EN 1090-1

Norma EN 1090-2

Legislação Aplicável ao Setor

#### Processos

PC1 – Estratégia e Análise de Mercado

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Modelos

Mod 17 ESC - Acta de Reuniões

Mod 63 ESC – Estratégia, Análise de risco e Plano de Acção.

## 4.3 – Determinar o âmbito do sistema de gestão da Qualidade e

### Ambiente

A MOVAÇO tem estabelecido e documentado um manual integrado da Qualidade e Ambiente, sendo este aplicável a todas as actividades desenvolvidas pela empresa. O manual do SGI é editado e gerido de acordo com o descrito no capítulo 2.1 do presente manual.

No Manual da Qualidade e Ambiente está referenciado o âmbito e

os procedimentos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015 nos diferentes capítulos correspondentes. A relação de todos os procedimentos do sistema é apresentada no capítulo 11 do Manual da Qualidade e Ambiente.

O capítulo 12 apresenta a descrição da interacção entre os diferentes processos do sistema do SGI, clarificando a rede de processos a que está aplicado.

#### **4.4– Sistema de gestão da qualidade e ambiente e respectivos**

##### **processos**

A implementação, manutenção e melhoria do sistema de gestão da Qualidade e Ambiente expresso no presente manual é da responsabilidade do Director da Qualidade Ambiente e SST e em estreita colaboração com o representante da gestão. Todavia, todas as áreas que interferem na função qualidade são co-responsáveis pela sua manutenção. A MOVAÇO poderá recorrer a assessoria/consultoria externa para implementação, manutenção ou melhoria do sistema de gestão da qualidade e de estruturas metálicas.

A MOVAÇO visando gerir e melhorar continuamente a eficácia do seu sistema de gestão da qualidade e estruturas metálicas, identificou os processos que considera necessários para a sua organização. Estabeleceu a sequência e interacção entre os diferentes processos e os critérios e métodos necessários para assegurar a sua eficaz monitorização. A identificação dos processos é apresentada no capítulo 12.1, o mapeamento dos processos no capítulo 12.2 e a interacção dos processos no capítulo 12.3 deste Manual de Gestão Integrada.

Todos os processos são alvo de monitorização, medição e análise, por forma a obterem-se resultados e detectar-se da necessidade de implementação de acções de melhoria. São também determinados os riscos e as oportunidades, são avaliados e tratados por forma a atingir os resultados pretendidos.

##### **Entrada para a revisão**

Todas as entradas utilizadas para a reunião de revisão pela gestão, têm por objectivo apoiar a avaliação da eficiência e eficácia do sistema de gestão da qualidade, tendo em consideração diversos aspectos, nomeadamente a satisfação dos clientes e a melhoria dos processos e realização do serviço, as questões internas e externas, bem como os requisitos das partes interessadas relevantes.



#### Saída da revisão

As saídas da reunião, expressas em acta, estão relacionadas com a melhoria da eficácia do sistema de gestão da qualidade e dos processos, com a melhoria dos produtos e cumprimento dos requisitos dos clientes e com as necessidades de recursos.

#### REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 4  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 4  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

Legislação Aplicável ao Sector

#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade  
*Ver capítulo 12 – Processos*

### **5.1 Liderança e Compromisso**

#### **5.1.1 - Generalidades**

A Gestão da MOVAÇO definiu como objectivo estratégico a elevação da sua performance global.

Para cumprir este requisito a organização decidiu implementar e manter um sistema de gestão integrado definindo um seu representante para a área da qualidade e ambiente – o director fabril – responsabilizando-se assim directamente pelo seu sucesso.

O representante da gestão participa activamente nas reuniões relacionadas com a qualidade e ambiente e na definição dos objectivos anuais da organização, acompanhando também o cumprimento dos referidos objectivos.

Os responsáveis da empresa, evidenciam, de facto, o seu grande envolvimento na implementação do sistema da qualidade através de :

- Política e objectivos do SGI
- Integração dos requisitos do SGI nos processos de negócio da organização
- Consciencialização para a abordagem por processos
- Disponibilidade de recursos
- Obtenção dos resultados pretendidos
- Envolver, dirigir e apoiar as pessoas
- Abordagem por processos e do pensamento baseado no risco.

### 5.1.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.1  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 4  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

### 5.1.2 FOCO NO CLIENTE

A responsabilidade da análise dos contractos é da área administrativo-financeira, garantindo-se a adequada comunicação da informação a todas as áreas funcionais implicadas.

A gestão de topo da MOVAÇO estabeleceu como factor chave para o seu sucesso a compreensão e satisfação das necessidades e das expectativas explícitas e implícitas dos clientes.

De modo a atingir este desiderato tem definidos processos e atribuídas responsabilidades para:

- Cumprimento dos requisitos dos clientes e dos requisitos estatutários e regulamento aplicáveis.
- A determinação e tratamento dos riscos e oportunidades que podem afetar a conformidade dos produtos e serviços.
- O incremento da capacidade de satisfazer os clientes
- O fornecer produtos e serviços com a qualidade requerida, de forma consistente.

A identificação dos requisitos, necessidades e expectativas dos clientes e potenciais clientes é realizada de acordo com o descrito nos processos PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado e PC2 – Comercialização, PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação e PC6 – Assistência Após Venda.

### 5.2.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.1.2  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado  
PC2 – Comercialização  
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação  
PC6 – Assistência Após Venda  
*Ver capítulo 12 – Processos*



**5.2 POLÍTICA**

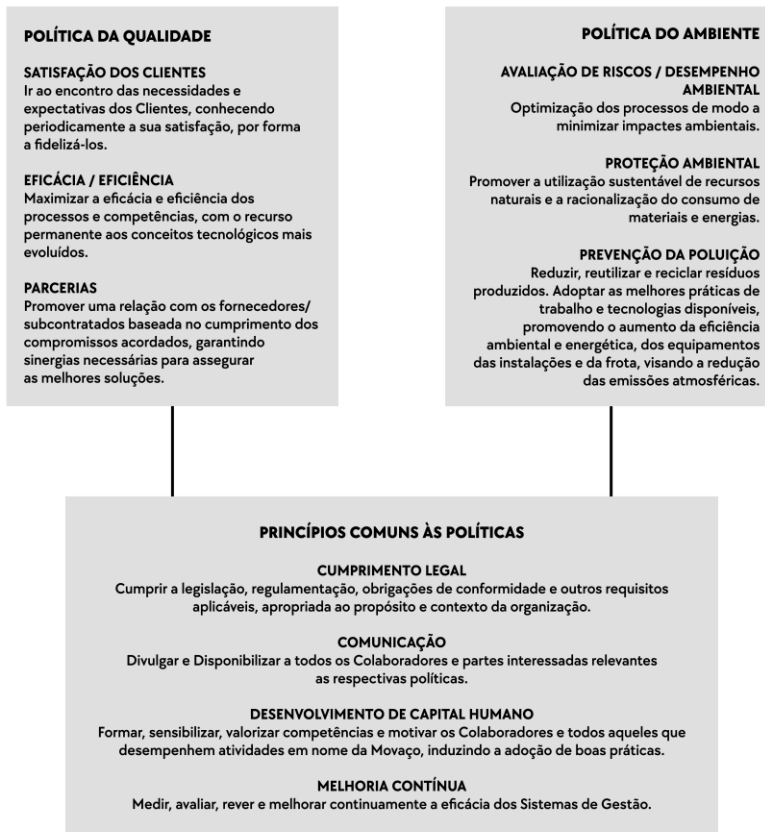
**5.2.1 Estabelecer a Política da Qualidade e Ambiente**

A MOVAÇO assenta a sua política da qualidade e ambiente na procura da melhoria progressiva dos processos e na melhoria contínua do sistema de gestão da qualidade ambiente. A política da qualidade e ambiente é revista pela gestão de topo, de forma que se mantenha actualizada, apropriada, adequada e eficaz.

A política da qualidade e ambiente foi estabelecida de modo a:

- estar coerente com a estratégia global da organização;
- que da mesma sejam estabelecidos objectivos precisos a atingir;
- demonstrar o envolvimento da administração;
- promover a qualidade junto de todos os colaboradores da empresa;
- satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes internos e externos;

A política da qualidade e ambiente da MOVAÇO foi estabelecida de forma que seja fácil de entender. Assim, é expressa da seguinte forma:



### 5.2.2 Comunicação da Política da Qualidade

A política ambiental da Movaço – Movimentação Industrial, Lda está documentada no Mod 33 QUA – Política da Qualidade e Ambiente, sendo divulgada a todos os colaboradores através de mensagens da gerência, afixação em “placards”, brochuras e/ou panfletos, Internet e cartazes. Está também acessível ao público quer através do sítio da Internet, quer nos espaços da empresa acessíveis ao público.

#### 5.2.2.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.2  
 Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 5.2

#### Processos

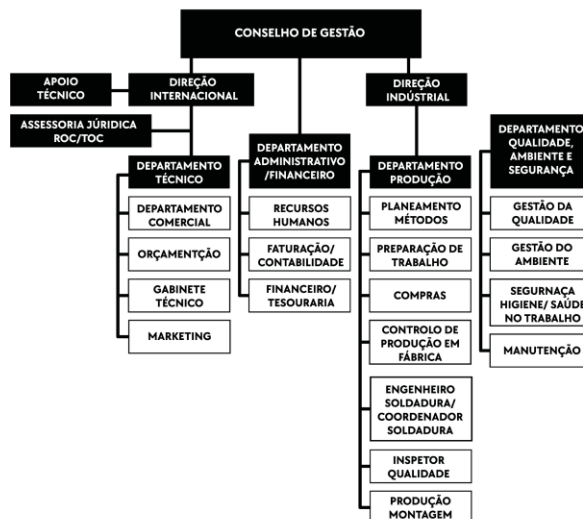
PC1 – Estratégia e Análise de Mercado  
 PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Modelos

Mod 33 QUA - Política da Qualidade e Ambiente

### 5.3 Funções, Responsabilidades e Autoridades Organizacionais

A MOVAÇO tem definidas as funções aos diferentes níveis da organização de acordo, com o descrito no manual de funções.





### 5.3.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 5.3  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 5.3  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Modelos

Mod 07 ESC - Organograma  
Mod 02 ESC – Manual de Funções  
Mod 58 ESC – Matriz de Responsabilidades

### 6.1 Ações para Tratar riscos e oportunidades

Cabe ao Responsável da QAS, com o apoio do representante para a gestão, a convocação de reuniões ou sessões de trabalho onde se define e se acompanha a evolução do planeamento do sistema de gestão da qualidade e e ambiente, assim como dos processos e realização do serviço com base em objectivos e indicadores.

O planeamento do SGI tem por base a definição dos processos e procedimentos necessários para, de forma eficiente e eficaz, ir ao encontro dos objectivos definidos para a qualidade e ambiente dos produtos e processos e dos requisitos do sistema.

As actividades de planeamento têm como entradas (para além das orientações de referencia : política missão e visão) informações sobre os contextos internos e externos, que a MOVAÇO identifica e compreende as necessidades e expectativas das partes interessadas relevantes, os requisitos aplicáveis , tendo como saídas os planos estratégicos e operacionais. Para além dos objectivos incluídos nos planos são também identificados riscos e oportunidades por forma a: garantir os resultados alcançados; os efeitos não desejados sejam prevenidos ou minimizados, tais como os aspectos ambientais, as obrigações de conformidade, por forma a obter a melhoria; A MOVAÇO identifica os riscos e as oportunidades, e planeia acções para lidar com eles, bem como a integração e implementação nos processos do sistema de gestão da qualidade e ambiente, e ainda a forma determina a forma como avalia a eficácia das acções.

#### **6.1.4 Planeamento de ações**

O SGA da MOVAÇO, demonstra um planeamento de alto nível que permite identificar quais os elementos do SGA que asseguram as ações para tratar riscos e oportunidades, aspectos ambientais significativos e obrigações de conformidade que determinou.

Os resultados de monitorização, medição análise e avaliação da avaliação de conformidade, ou outras estabelecidas pela MOVAÇO, para este efeito permitem avaliar a eficácia das ações empreendidas.

A MOVAÇO, quando relevante, demonstra que considera as melhores opções tecnológicas, analisa a sua viabilidade e toma decisões apropriadas e justificadas em relação às mesmas.

No planeamento, são também identificadas as situações de emergência, incluindo as que tenham aspectos e impactes ambientais significativos e as obrigações de conformidade.

#### **6.2 Objectivos da Qualidade e Ambiente e Planeamento para os atingir**

A MOVAÇO desenvolveu um sistema de gestão integrado assente no autocontrolo e na responsabilização dos diferentes colaboradores e cada vez menos dependente de inspecção e verificação.

Os objectivos (consistentes com a política da qualidade e do ambiente e com a estratégia da empresa) e indicadores da qualidade e ambiente são definidos e comunicados a todos os elementos da organização, de modo a que todos possam contribuir conscientemente para a sua obtenção. Os objectivos da qualidade e ambiente são definidos e revistos anualmente em reunião de revisão pela gestão.

##### **6.2.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN 9001:2015 – Ponto 6.2

Norma NP EN 14001:2015 – Ponto 6.2

##### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

#### **6.3 Planeamento das alterações**

O planeamento do Sistema de Gestão da Qualidade tem por base a definição dos processos e procedimentos necessários para, de forma



eficiente e eficaz, ir ao encontro dos objectivos definidos para a qualidade dos produtos e processos e dos requisitos do sistema, para isso disponibiliza recursos e atribui responsabilidades e autoridades.

## 6 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 6.2

### Processos

PC1 – Estratégia e Análise ao Mercado

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

*Ver capítulo 12 – Processos*

### Modelos

Mod 35 QUA - Objectivos da Qualidade

Mod 01 GES - Planeamento da Gestão

Mod 63 ESC - Diagnóstico e Planeamento Estratégico

Mod 86 QUA – Tratamento e Avaliação dos Riscos e Apostas

## 7.1 Recursos

### 7.1.1 Generalidades

As actividades da empresa requerem a aplicação de recursos materiais e humanos que são proporcionados de acordo com a política global definida pela Gestão de Topo.

Foram também definidas funções e responsabilidades ao nível ambiental, assim como as dos diferentes colaboradores da empresa, estão definidas, documentadas e foram comunicadas aos diferentes colaboradores, de acordo com o Mod 09 AMB - Tabela de Responsabilidades ambientais.

### 7.1.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1

Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.1

### Processos

PC1 – Estratégia e Análise de Mercado

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PS3 – Gestão Financeira

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

*Ver capítulo 12 – Processos*

Mod 64 Esc – Descrição de funções

Mod 02 Esc- Manual de Funções

### 7.1.2 Pessoas

O responsável pela gestão de recursos humanos determina a competência necessária para todos os colaboradores que desenvolvem actividades que afectam a qualidade dos produtos.

A MOVAÇO garante, através de acções de sensibilização e afixação de informações, que os seus colaboradores estão perfeitamente conscientes da relevância e da importância das suas actividades e de como as mesmas contribuem para a obtenção dos objectivos da qualidade.

Periodicamente são identificadas todas as lacunas no que concerne à formação, cabendo ao responsável pela gestão de recursos humanos, conjuntamente com o responsável pela área da plano de formação anual.

A empresa pode confiar a identificação das necessidades de formação a uma entidade externa, desde que a mesma esteja acreditada para o efeito.

O responsável pelos recursos humanos mantém um registo dos dados relativos aos colaboradores da empresa.

#### 7.1.2.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.2

#### Processos

PS5– Gestão de Recursos Humanos

PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Modelos

Mod 06 ESC – Plano de Formação

### 7.1.3 INFRAESTRUTURA

A MOVAÇO determina, proporciona e mantém a infra-estrutura necessária para a obtenção dos objectivos globais delineados e a conformidade com os requisitos.

A determinação da infra-estrutura necessária é definida pela Gestão de Topo da empresa em colaboração com os responsáveis de cada área funcional.

O método para a determinação da infra-estrutura apropriada tem por objectivo determinar os recursos necessários ao desenvolvimento da actividade da empresa de modo eficaz e eficiente, por forma a corresponder às expectativas dos seus clientes. Assim, este método visa definir as necessidades quanto às áreas de armazenamento, produção, serviços de apoio, tecnologias de informação e de comunicação e meios de transporte, tendo em consideração:



- os objectivos, função, desempenho, disponibilidade, custo, segurança, renovação;
- os custos de manutenção;
- as especificidades do trabalho de comercialização e distribuição;
- as necessidades e expectativas e a avaliação da infra-estrutura.

#### **7.1.3.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.3

##### **Processos**

PS1 - Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PS4 – Gestão da Manutenção

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### **7.1.4 AMBIENTE PARA A OPERACIONALIZAÇÃO DOS PROCESSOS**

A MOVAÇO oferece adequadas condições ao nível do ambiente de trabalho para a operacionalização dos processos, disponibilizando instalações modernas com níveis de iluminação, ventilação, temperatura e higiene apropriadas à actividade que desenvolve e os recursos necessários para efectuar o trabalho.

Por outro lado, é filosofia da empresa promover o trabalho em equipa e motivar todos os seus colaboradores a participarem activamente na melhoria do desempenho da organização, sendo que todas as sugestões apresentadas pelos diferentes colaboradores são analisadas adequadamente.

#### **7.1.4.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.1.4

Legislação específica ao nível da SST, do Ambiente

##### **Processos**

PS1 - Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### **7.1.5 RECURSOS DE MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO**

##### **7.1.5.1 Generalidades**

##### **7.1.5.2 RASTREABILIDADE DA MEDIÇÃO**

Cabe ao responsável pela área da qualidade, ambiente e SST supervisionar e coordenar o sistema de calibração / verificação dos equipamentos de mon-

itorização e medição. É ainda da sua responsabilidade o estabelecimento de um plano de calibração dos equipamentos e zelar pela sua correcta utilização.

O PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST indica como é feito o controlo destes equipamentos.

#### 7.1.5.2.1 - REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – 7.1.5

##### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

*Ver capítulo 12 – Processos*

##### Procedimentos

PQ 08 – Controlo dos RMM

*Ver capítulo 11 – Procedimentos*

Mod 52 QUA – Gestão de RMM

#### 7.1.6 CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL

A Movaço garante o conhecimento necessário para a operacionalização dos seus processos para obter a conformidade dos seus produtos e serviços através do conhecimento adquirido com a experiência que é utilizada e partilhada.

#### 7.2 COMPETÊNCIAS

As actividades da empresa requerem a aplicação de recursos materiais e humanos que são proporcionados de acordo com a política global definida pela Gestão de Topo.

A Gestão de Topo assegura os meios adequados para garantir a eficácia e eficiência do sistema de gestão qualidade. No que concerne à competência dos colaboradores que desempenham actividades que afectam a qualidade dos produtos, esta é definida tendo em consideração: a escolaridade; a formação; o saber fazer e a experiência.

#### 7.3 CONSCIENCIALIZAÇÃO

Anualmente o responsável da Qualidade, Ambiente e SST, faz uma re-



## 7. SUPORTE

união onde consciencialização todos os trabalhadores da Movaço para as seguintes situações:

- Política da qualidade e ambiente
- Objectivos da qualidade e ambiente mais relevantes
- Contributo dos trabalhadores para a eficácia do SGI,
- Das implicações das não conformidades com os requisitos do SGI
- Da necessidade de cumprimento dos requisitos do Sistema de Gestão Ambiental e das suas responsabilidades ao nível ambiental;
- Da relevância e da importância das suas actividades e do impacte que as mesmas poderão causar no ambiente, para assim poderem valorizar os benefícios da melhoria do desempenho ambiental.

### 7.3.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.3

Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.3

#### Processos

PS2 - Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

PS5 – Gestão de Recursos Humanos

*Ver capítulo 12 – Processos*

### 7.4 COMUNICAÇÃO

Para que toda a comunicação relativa ao sistema de gestão integrado seja feita de forma adequada, e nos dois sentidos, a MOVAÇO recorre a várias formas de difusão, nomeadamente informação afixada em placards, comunicados e circulares internas, brochuras e/ou panfletos, reuniões de trabalho, inquéritos e solicitação de sugestões.

No procedimento PA03 Comunicação, estabelece a forma seguida pela Movaço – Movimentação Industrial, Lda para proceder à comunicação dos seus aspectos ambientais e do seu sistema de gestão ambiental, a nível interno entre os vários níveis e funções da organização, bem como receber, documentar e responder a comunicações de partes interessadas externas.

### 7.5 INFORMAÇÃO DOCUMENTADA

#### 7.5.1 Generalidades

A MOVAÇO tem documentado o seu sistema de gestão da qualidade baseado na norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015 , legislação

aplicável ao sector e estratégia definida, incluindo:

- processos;
- política da qualidade e ambiente;
- objectivos da qualidade e ambiente;
- manual da qualidade e ambiente;
- procedimentos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015;
- documentos necessários para garantir o planeamento, a operação e o controlo eficaz dos processos, nomeadamente instruções de trabalho, métodos internos e planos;
- registos exigidos pela norma NP EN ISO 9001:2015 e NP EN ISO 14001:2015 outros necessários para a melhoria continua dos processos.

No Mod06 QUA – Matriz documental encontram-se referidos os principais elementos do sistema de gestão ambiental e suas interações e referências a documentos relacionados.

O sistema de gestão da qualidade tem os seguintes níveis de documentação:

NÍVEL	DOCUMENTOS	EXIGÊNCIAS ESPECIFICAS
1 Processos	Macroprocesso(s), Processos Chave e de Suporte	Definição da forma como está(ão) estruturado(s) o(s) negócio(s)
2 Política	Política da Qualidade e Ambiente	Definição dos princípios pelos quais a empresa se rege em termos da qualidade
3 Objectivos	Objectivos da Qualidade e Ambiente	Definição dos objetivos, num determinado período (termos de qualidade e ambiente)
4 Manual da Qualidade	Manual da Qualidade e Ambiente	Definição do processo e das responsabilidades
5 Procedimentos	Procedimentos do SGI	Definição de Quem, Como e Quando
6 Instruções de Trabalho	Instruções de Trabalho	Explicação de que forma
7 Documentação complementar	Planos, Modelos e Métodos Internos	Exploração dos resultados/estado das performances

### 7.5.2 Criação e Utilização

Cada área funcional emite os registos necessários ao sistema de gestão da qualidade, cabendo ao departamento da qualidade, ambiente e segurança a responsabilidade da manutenção e arquivo dos documentos originais.

Os controlos necessários para a identificação, armazenagem, protecção, recuperação, tempo de retenção e eliminação de registos é feito de acordo com o procedimento PQ 03 – Controlo dos registos.

### 7.5.3 Controlo da Informação Documentada

Os documentos pertencentes ao sistema de gestão da qualidade são desenvolvidos com base no procedimento PQ 01 – Elaboração da informação documentada, revistos e controlados de acordo com o procedimento PQ 02 – Controlo da informação documentada.



Todos os documentos de origem externa são adequadamente identificados, sendo a sua distribuição feita de acordo com orientações da administração.

Para o controlo da informação documentada existe um registo onde é indicada a última edição, a sua elaboração, verificação e aprovação e o departamento responsável.

#### **7.5.3.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 7.5  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 7.5

Legislação aplicável ao setor

##### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

##### **Procedimentos**

PQ 01 – Elaboração da Informação documentada  
PQ 02 – Controlo da informação documentada  
PQ 03 – Controlo de registos  
*Ver capítulo 11 – Relação de Procedimentos*

##### **Modelos**

Mod 01 QUA - Matriz documental

### **8.1 PLANEAMENTO E CONTROLO OPERACIONAL**

A MOVAÇO tem definidos os processos adequados à realização do produto. No planeamento da realização do produto são tidos em consideração os requisitos associados, sendo este feito de forma articulada com os restantes processos.

Para os diferentes produtos são definidos parâmetros ao nível da qualidade e definidas as actividades de controlo nas diferentes fases do processo de fabricação.

A empresa tem também definido, no estrito cumprimento da legislação em vigor, critérios de aceitação do produto.

A Movaço - Movimentação Industrial, Lda para o cumprimento deste requisito implementou um procedimento escrito - PA04 Monitorização e medição, através do qual garante o cumprimento da sua política, objectivos e metas.

### 8.1.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.1  
Norma NP EN ISO 14001:2015 – Ponto 8.1  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação

PC4 - Fabricação

*Ver capítulo 12 – Processos*

### 8.2 REQUISITOS PARA PRODUTOS E SERVIÇOS

#### 8.2.1 Comunicação com o cliente

No que concerne à comunicação (prazos, produto, alterações contratuais) com o cliente, esta é feita por pessoas com responsabilidade para o efeito, sob a coordenação do responsável pela actividade comercial da MOVAÇO. O retorno da informação do cliente, é também preocupação da empresa

#### 8.2.2 Determinação dos requisitos relacionados com produtos e serviços

A MOVAÇO nas diferentes áreas de intervenção determina os requisitos relacionados com o produto, nomeadamente:

- os requisitos determinados pelos clientes, incluindo os referidos em cadernos de encargos e ou contratos;
- os requisitos não declarados pelo cliente, mas necessários para a utilização especificada ou pretendida;
- os requisitos inerentes a regulamentos, normas e legislação específica;
- requisitos complementares que contribuam para o bom desenvolvimento do produto e para a consequente satisfação do cliente.

#### 8.2.3 Revisão dos requisitos para produtos e serviços

Antes de assumir qualquer compromisso com os clientes em termos de fornecimento, a MOVAÇO assegura as condições essenciais para o cumprimento dos requisitos do cliente. Posteriormente, estabelece contractos com os seus clientes nos quais se incluem os requisitos relacionados com o produto / serviço.



#### 8.2.4 Alterações aos requisitos para produtos e serviços

Quaisquer alterações a contractos ou encomendas são adequadamente resolvidas. Estas alterações são comunicadas por email.

### 8.2 Preparação e resposta a emergências - ISO (14001:2015)

As situações de emergência potenciais e os acidentes potenciais capazes de causarem impacto no ambiente, assim como a resposta a dar aos mesmos estão previstas no procedimento PA05 Preparação e Resposta a Situações de Emergência.

Este procedimento tem ainda estabelecida a forma de responder a situações de emergência e aos acidentes reais, prevenindo os impactes ambientais adversos daí recorrentes

#### 8.2.2 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.2

##### Processos

PC2 - Comercialização

PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação

PC5 – Logística e Montagem no cliente

PC6 - Assistência Após Venda

*Ver capítulo 12 – Processos*

### 8.3 DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

#### 8.3.1 GENERALIDADES

As actividades de concepção e desenvolvimento são subcontratadas a empresas especializadas e tratando-se de projectos de menor complexidade realizadas pela secção de preparação e planeamento em estreita colaboração as áreas administrativo-financeiro, industrial e logística e da qualidade, ambiente e SST.

Dadas as especificidades do sector onde a empresa está inserida, em todos os desenvolvimentos de novos produtos tem-se em consideração quer os requisitos do cliente, quer dados de anteriores desenvolvimentos similares, quer ainda todos e quaisquer requisitos legalmente aplicáveis (normativos, legislativos, regulamentares). Para atingir este desiderato a empresa

cumpre o definido no processo PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação.

Quaisquer alterações, quer sejam identificadas internamente, quer sejam justificadas pelas exigências dos clientes, quer resultantes de alteração do mercado, alterações regulamentares, actividades de verificação, validação ou de outra qualquer razão na concepção e no desenvolvimento são identificadas e mantidos registos das mesmas.

Sempre que o projecto seja realizado em empresa subcontratada as alterações são comunicadas através da secção de planeamento e preparação.

### **8.3.2 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 8.3

Norma EN 1090-1

Norma EN 1090-2

#### **Processos**

PC3 - Projecto, Planeamento e Preparação

*Ver capítulo 12 – Processos*

## **8.4 CONTROLO DOS PROCESSOS, PRODUTOS E SERVIÇOS DE FORNECEDORES EXTERNOS**

### **8.4.1 GENERALIDADES**

A MOVAÇO, assegura que o produto comprado está em conformidade com as especificações de compra.

São ainda estabelecidos e aplicados critérios para avaliação, selecção e monitorização do desempenho e reavaliação de fornecedores externos com base na respectiva capacidade para fornecer processos ou produtos e serviços de acordo com os requisitos.

### **8.4.2 Tipo e extensão de controlo**

A MOVAÇO tem definida uma estrutura de responsabilidade para a realização das compras.

No processo PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação estão definidas as actividades associadas ao mesmo, assim como os responsáveis pelas mesmas.



O responsável pelo sistema de gestão da qualidade, ambiente e SST comprova que o processo de compras estabelecido cumpre com todos os requisitos de qualidade especificados. Na aquisição de quaisquer produtos tem-se em consideração o fim a que se destinam.

Os fornecedores são seleccionados e avaliados no que concerne ao cumprimento dos requisitos de qualidade, sendo a avaliação feita de acordo com o estabelecido no processo PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação.

No que concerne à subcontratação de pessoal, esta é feita tendo em consideração a competência necessária às funções a desempenhar, sendo os subcontratados integrados em equipas lideradas por colaboradores que fazem parte dos quadros da Movaço.

A MOVAÇO tem estabelecido e implementado actividades de inspecção, por forma a assegurar que os produtos comprados estão de acordo com os requisitos de compra especificados.

#### **8.4.3 Informação para fornecedores externos**

Toda a informação facultada aos fornecedores, incluindo as especificações de compra e os requisitos de qualidade, deve ser correcta, completa e objectiva.

A MOVAÇO tem estabelecido e implementado actividades de inspecção, por forma a assegurar que os produtos comprados estão de acordo com os requisitos de compra especificados.

##### **8.4.3.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – ponto 8.4

##### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação

*Ver capítulo 10 – Processos*

## **8.5 PRODUÇÃO E DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO**

### **8.5.1 Controlo da produção e da prestação do serviço**

A MOVAÇO desenvolve toda a sua actividade produtiva tendo por base: informação sobre as características dos produtos a fabricar/comercializar; instruções de trabalho sempre que consideradas relevantes; disponibilidade de meios técnicos adequados e utilização RMM; implementação de monitorização e medição e implementação de actividades de libertação, de

entrega e posteriores à entrega.

#### **Validação dos processos de produção e de fornecimento do serviço**

Este requisito é aplicável, pelo facto das saídas dos processos não poderem ser verificadas por monitorização ou medição (soldadura e pintura).

#### **8.5.2 Identificação e rastreabilidade**

A rastreabilidade não é requisito obrigatório. Todos os produtos são identificados.

#### **8.5.3 Propriedade dos clientes ou dos fornecedores externos**

A MOVAÇO responsabiliza-se pela propriedade do cliente, enquanto esta estiver sob a sua posse, sendo adequadamente identificada, verificada e protegida.

#### **8.5.4 Preservação**

As condições de preservação dos produtos (identificação, manuseamento, armazenamento e protecção) são fixadas pelo responsável pela qualidade, ambiente e SST em conjunto a gestão de topo, exigindo-se que sejam cumpridas por todos.

#### **8.5.5 Actividades Posteriores à entrega**

A MOVAÇO desenvolve toda a sua actividade produtiva tendo por base: informação sobre as características dos produtos a fabricar/comercializar; instruções de trabalho sempre que consideradas relevantes; disponibilidade de meios técnicos adequados e utilização RMM; implementação de monitorização e medição e implementação de actividades de libertação, de entrega e posteriores à entrega.

#### **8.5.6 Controlo das alterações**

As alterações não planeadas e essenciais para a produção e fornecimento do serviço são revistas e controladas de forma a não afectarem a conformidade. Para isso a MOVAÇO mantém registos onde são evidenciados os resultados da análise e decisão sobre as alterações e as acções que acarretam.

### 8.6 Libertação de Produtos e Serviços

A empresa tem estabelecidas metodologias para a monitorização e medição da qualidade dos produtos visando a verificação dos seus requisitos. Estas acções são desenvolvidas em etapas apropriadas do processo. Os produtos não são libertados sem que se tenham verificado as operações planeadas que comprovem que cumprem com os requisitos aplicáveis.

#### 8.6.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015 – ponto 8.5  
Norma EN 1090-1  
Norma EN 1090-2

#### Processos

PC4 – Fabricação  
PC5 – Logística e Montagem no Cliente  
PC6 – Assistência Após Venda  
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
PS4 – Gestão da Manutenção

#### Procedimentos

PQ 07 – Validação de Processos Especiais

### 8.7 Controlo de saídas não conformes

O produto não conforme, ou seja, o produto que não está conforme com os requisitos especificados é devidamente identificado e controlado, de forma a que seja impedida a sua junção aos produtos conformes e que seja involuntariamente incorporado no processo ou inadvertidamente entregue ao cliente.

No que diz respeito ao produto não conforme, a MOVAÇO :

- implementa acções para eliminar a (s) não conformidade (s) detectada (s), quando aplicável;
- autoriza a sua utilização, liberação ou aceitação, mediante aprovação de pessoa autorizada para o efeito e, quando aplicável, do cliente;
- implementa acções que impeçam a utilização previamente estabelecida.

O procedimento PQ 06 – Controlo do produto não conforme estabelece os controlos e correspondentes responsabilidades e autoridades para o tratamento do produto não conforme.

As situações de emergência potenciais e os acidentes potenciais capazes de causarem impacto no ambiente, assim como a resposta a dar aos

mesmos estão previstas no procedimento PA05 Preparação e Resposta a Situações de Emergência.

Este procedimento tem ainda estabelecida a forma de responder a situações de emergência e aos acidentes reais, prevenindo os impactes ambientais adversos daí recorrentes

### 8.7.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015

#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST

PC4 – Fabricação

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Procedimentos

PQ 06 – Controlo do produto não conforme

*Ver Capítulo 11 – Relação de Procedimentos*

## 9.1 – MONITORIZAÇÃO E MEDIÇÃO ANÁLISE E AVALIAÇÃO

O responsável pela área da Qualidade, Ambiente e SST em coordenação com o responsável pela área Administrativo-Financeira é responsável por planificar, estabelecer e desenvolver as actividades de medição, análise e melhoria dos processos da MOVAÇO. Todas as áreas funcionais colaboram nestas actividades, de acordo com orientações da gestão de topo.

As metodologias utilizadas de monitorização, medição, análise e melhoria dos processos, visam assegurar a conformidade dos produtos fabricados e/ou serviços prestados pela MOVAÇO e melhorar continuamente a eficácia do seu Sistema de Gestão Integrado.

### 9.1.1- Generalidades

O Departamento da Qualidade, Ambiente e SST e o responsável pela área Administrativo-Financeira são responsáveis pelo estabelecimento de métodos apropriados para a monitorização e medição dos processos do sistema, sendo os seus resultados registados no modelo Mod 42 QUA – Quadro de Monitorização dos Processos.

O procedimento PA04 – Monitorização e medição define as acções necessárias para monitorizar e medir periodicamente as características principais das actividades relacionadas com os aspectos e impactes ambientais significativos, de modo a monitorizar o desempenho, os controlos operacio-



nais respectivos e a conformidade com os objectivos e metas ambientais da organização.

Sempre que a empresa necessite de recorrer a entidades externas para a realização de monitorizações e medições é exigido ao fornecedor a calibração/verificação e manutenção adequada dos seus equipamentos, mediante fornecimento de registos.

### **9.1.2 – Satisfação do Cliente**

A MOVAÇO tem como principal objectivo ir ao encontro dos requisitos dos clientes e se possível superar as suas expectativas. Para aferir o índice de satisfação dos clientes e a possibilidade de detectar acções de melhoria a empresa desenvolve actividades como questionários, tratamento de reclamações e visitas a clientes.

### **9.1.2 – Avaliação da Conformidade ISO 14001:2015**

O procedimento PA04 – Monitorização e medição define também a forma de avaliar periodicamente a conformidade com os requisitos legais e outros aplicáveis à Movimentação Industrial, Lda.

O PA02 – Identificação de Requisitos Legais e Outros estabelece o sistema que a Movimentação Industrial, Lda segue para identificar, conhecer, manter em dia e avaliar a conformidade com os requisitos legais e outros que são aplicáveis às suas actividades, produtos e serviços no âmbito do Sistema de Gestão Ambiental.

O Mod 08 AMB – Avaliação da Conformidade relativa a Requisitos legais e outros permite fazer a avaliação e o acompanhamento aos requisitos legais e outros que sejam aplicáveis à organização

### **9.1.3- Análise e Avaliação**

A MOVAÇO determina, recolhe e analisa dados, incluindo informação de monitorização e de medição com vista a comprovar a eficácia do sistema de gestão da qualidade e a identificar oportunidades de melhoria.

No sentido de avaliar a satisfação dos clientes são recolhidos e analisados entre outros os seguintes dados: resultados do questionários; relatórios de visitas a clientes; número de reclamações de clientes e volume de vendas por cliente (principais clientes).

Para avaliar o índice de conformidade com os requisitos do produto, são recolhidos e analisados os dados relativos à sua conformidade. Para avaliar a eficácia dos processos e oportunidades de melhoria foram estabelecidos indicadores para cada processo, os quais são monitorizados periodicamente.

Além das sugestões, para analisar a satisfação dos colaboradores procede-se à realização de questionários escritos e ao respectivo tratamento dos dados.

As informações sobre o desempenho dos diferentes fornecedores são recolhidas e analisadas com base no processo PS2 – Aprovisionamento

### **9.2 – Auditoria Interna**

É da responsabilidade da área da qualidade, ambiente e SST a planificação e coordenação das auditorias internas da qualidade e ambiente, as quais são realizadas de acordo com o definido no procedimento PQ 04– Auditorias Internas.

### **9.3 – Revisão pela Gestão**

#### **9.3.1 – Generalidades**

A revisão do sistema de gestão interado é feita em reunião anual, excepto se outros factores levarem a uma revisão intermédia, sendo coordenada pelo representante da gestão, tendo a presença, sempre que possível, dos responsáveis pelos diferentes departamentos.

Da reunião é elaborada uma acta, Mod 17 ESC - Acta de Reuniões, na qual constam os pontos tratados, as observações efectuadas e as acções de melhoria a implementar. É distribuída uma cópia aos participantes e mantido o original na área da qualidade.

Os objectivos desta revisão passam por:

- assegurar que o sistema se mantém apropriado, adequado e eficaz;
- detectar necessidades de alterações / oportunidades de melhoria;
- otimizar os processos e elevar a performance global e ambiental da organização.

#### **9.3.2 – Entrada para a revisão pela gestão**

Todas as entradas utilizadas para a reunião de revisão pela gestão, têm por objectivo apoiar a avaliação da eficiência e eficácia do sistema de gestão da qualidade e ambiente, tendo em consideração diversos aspectos, nomeadamente a satisfação dos clientes e a melhoria dos processos e realização do serviço.

#### **9.3.3 – Saída da revisão pela gestão**

As saídas da reunião, expressas em acta, estão relacionadas com a melhoria da eficácia do sistema de gestão da qualidade e ambiente e dos processos,



com a melhoria dos produtos e cumprimento dos requisitos dos clientes e ambientais e com as necessidades de recursos.

#### **9.3.3.1 REFERÊNCIAS**

Norma NP EN ISO 9001:2015 – Ponto 9  
Norma NP EN ISO 14001:2015 - Ponto 9

##### **Processos**

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
PS2 – Compras , Aprovisionamento e Subcontratação  
PS3 – Gestão Financeira  
PS4 – Gestão da Manutenção  
PS5 – Gestão de Recursos Humanos  
PC1 – Análise e Estratégia de Mercado  
PC2 – Comercialização  
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação  
PC4 – Fabricação  
PC5 – Logística e Montagem no Cliente  
PC6 – Assistência Pós-Venda

*Ver capítulo 12 – Processos*

#### **10.1 – Generalidades**

Objectivando a melhoria contínua da eficácia do Sistema integrado Qualidade e Ambiente, a MOVAÇO tem implementado a política da qualidade, objectivos, monitorização de processos, relatórios de auditorias, não conformidades, acções correctivas, revisão pela gestão e reclamações entre outros.

#### **10.2 – Não Conformidade e Ação Correctiva**

As acções correctivas são baseadas em estudos/análises acerca da causa da não conformidade detectadas, analisando-se detalhadamente os dados disponíveis inerentes às diferentes áreas funcionais. As acções correctivas são realizadas de acordo com o definido no processo PQ 05 Acções Correctivas.

### 10.3 – Melhoria Contínua

O Responsável da Qualidade, Ambiente e SST é o responsável por zelar pelo cumprimento das acções correctivas e acções para tratar riscos e oportunidades e de fazer um seguimento das mesmas, para comprovar a sua efectividade prática.

Com a análise de riscos e oportunidades, são desencadeadas acções de forma a detectar, analisar e eliminar as causas de potenciais não conformidades baseando-se, para tal, em fontes adequadas de informação, tais como reclamações de clientes, relatórios de não conformidades, relatórios de auditorias internas, brainstormings, grupos de trabalho etc

#### 10.3.1 REFERÊNCIAS

Norma NP EN ISO 9001:2015  
Norma NP EN ISO 14001:2015 - Ponto 9

#### Processos

PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST  
*Ver capítulo 12 – Processos*

#### Procedimentos

PQ 05 Acções Correctivas  
PQ 09 Gestão de Riscos e Oportunidades  
*Ver Capítulo 11 – Relação de Procedimentos*

Os procedimentos usados na MOVAÇO são os que seguidamente se apresentam:

- PQ 01 Elaboração da Informação Documentada
- PQ 02 Controlo da Informação Documentada
- PQ 03 Controlo dos Registos
- PQ 04 Auditorias Internas
- PQ 05 Acções Correctivas
- PQ 06 Controlo do Produto não Conforme
- PQ 07 Validação de Processo Especiais
- PQ 08 Controlo dos RMM
- PQ 09 Gestão de Risco



## 12. PROCESSOS

### 12.1 – IDENTIFICAÇÃO DOS PROCESSOS

IDENTIFICAÇÃO DE PROCESSOS	RELACIONAMENTO COM OS PONTOS DA NORMA NP EN ISO 9001:2015
<b>MACROPROCESSOS</b>	
MP – Macroprocesso	
<b>PROCESSOS CHAVE</b>	
PC1 – Análise estratégica e de Mercado	4.4 / 4.2 / 5.1.1 / 5.1.2 / 5.2 / 6 / 5.4 / 5.6 / 7.1.1 / 7.1.2 / 7.2 / 7.5 / 8.4 / 9.1.3
PC2 – Comercialização	5.1.2 / 8.2 / 9.1.3
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação	5.1.2 / 8.1 / 8.2 / 8.3 / 9.1.3
PC4 – Fabricação	8.1 / 8.5 / 8.7 / 9.1.3 / 10.2
PC5 – Logística e Montagem no cliente	8.2 / 8.5 / 9.1.3
PC6 – Assistência Pós-venda	5.1.2 / 8.2 / 8.5 / 9.1.3
<b>PROCESSOS DE SUPORTE</b>	
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST	4 / 5.2 / 7.1 / 7.1.3 / 7.1.4 / 7.1.5 / 7.5 / 8.4 / 8.5 / 8.7 / 9.1 / 9.1.3 / 9.3 / 10 / 10.2
PS2 – Compras, Aprovisionamento e Subcontratação.	8.4 / 9.1.3
PS3 – Gestão Financeira	7.1 / 9.1.4
PS4 – Gestão da Manutenção	7.1.3 / 8.5 / 9.1
PS5 – Gestão de Recursos Humanos	5 / 7.1.1 / 7.1.2 / 7.1.3 / 7.1.4 / 9.1.3



**12. PROCESSOS**

IDENTIFICAÇÃO DOS PROCESSOS	RELACIONAMENTO COM OS PONTOS DA NORMA NP EN ISO 14001:2015
<b>PROCESSOS CRÍTICOS</b>	
PC1 – Análise estratégica e de Mercado	4.1/4.2/6.2/6.21/6.2.2/7.1/7.4.1/7.4.2/7.4.3/9.3
PC2 – Comercialização	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/10.2
PC3 – Projecto, Planeamento e Preparação	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC4 – Fabricação	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC5 – Logística e Montagem no cliente	6.1.2/6.1.3/7.2/7.3/8.1/8.2/9.1/9.1.1/10.2/10.3
PC6 – Assistência Pós-venda	8.1/9.1/9.11
<b>PROCESSOS DE SUPORTE</b>	
PS1 – Gestão da Qualidade, Ambiente e SST	4.3/5.2/6.1.2/6.1.3/6.2.1/6.2.2/7.4.2/7.4.3/7.5.1/7.5.2/8.1/9.1/10.2
PS2 – Compras, Aprovisionamento, e Subcontratação	8.1
PS3 – Gestão Financeira	5.2/6.1.2/6.1.3/7.1/9
PS4 – Gestão da Manutenção	6.1.2/8.1/8.2/9.1
PS5 – Gestão de Recursos Humanos	5.3/7.2/7.3/7/8.1/8.2/9.1

**12.2 – MAPEAMENTO DOS PROCESSOS**

M A N U F A C T U R A	P R O D U C T O R I A	O S P R O C E S S O S	ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO																		
			COMERCIAL					INDÚSTRIA E LOGÍSTICA				RECURSOS HUMANOS		QUALIDADE, AMBIENTE E SST		ADMINISTRATIVO/ FINANCEIRO					
			1	2	2.1	2.2	2.3	2.4	3	3.1	3.2	3.3	3.4	4	4.1	5	5.1	6	6.1	6.2	6.3
MP	PC1	●	○	○	○		○					○	○	○	○	○					
	PC2	●	○		○		○					○	○	○	○	○					
	PC3	●	○				○	○	○			○	○	○	○	○					
	PC4	●					○		○	○	○	○		○	○						
	PC5	●	○				○	○				○	○	○	○	○					
	PC6	●	○			○	○	○					○	○	○	○					
	PS1	○	○				○	○		○		○	○	●	○	○					
	PS2	●	○				○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	PS3	●	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	PS4	●					○	○		○	○	○	○	●	○	○					
PS5	●	○				○	○		○		○	○	○	○	○	○					

RESPONSÁVEL ● PARTICIPA ○



**12.PROCESSOS**

**12.3 – INTERACÇÃO DOS PROCESSOS**

A \ B		MP												
		PC1	PC2	PC3	PC4	PC5	PC6	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5		
MP	PC1							X						
	PC2	X						X						
	PC3	X	←					X						
	PC4			←				X						
	PC5				←			X						
	PC6		←	←				X						
	PS1								PS1					
	PS2		X	←			X	X		PS2				
	PS3	X		←		←		X			PS3			
	PS4				X	X		X					PS4	
	PS5	X			X			X		⇒				PS5

**SIMBOLOGIA:**

Processo A que interage com o processo B nos dois sentidos

A ↔ B : X

Processo A que interage com o processo B num único sentido  
A ↔ B : ⇒

Processo B que interage com o processo A num único sentido  
A ↔ B : ←



**Denominação:**

Movaço – Movimentação Industrial, Lda

**Morada:**

Zona Industrial, Rua D Lote P11, Apartado 1148, 6000-997  
Castelo Branco – Portugal

**Telefone:**

(+351) 272 349 570

**E-mail:**

movaco@movaco.pt

Apêndice 51 - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, p.44.



Apêndice 52 - Proposta Manual da Qualidade e Ambiente, contracapa.



Apêndice 53 - Proposta de Acolhimento, capa.



Apêndice 54 - Proposta de Acolhimento, p.2.

<hr/>		<b>ÍNDICE</b>
<b>I. INFORMAÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA</b>		
1.1 Breve Historial _____	4	
1.2 Objectivos e missão _____	4	
1.2.1 Objectivos gerais _____	4	
1.2.2 Missão _____	4	
1.2.3 Os princípios _____	5	
1.3 O que fazemos/Meios de que dispomos _____	5	
1.4 Política da Qualidade e Ambiente _____	6	
1.5 Planta da instalação fabril _____	7	
1.6 Organigrama _____	8	
<hr/>		
<b>II. DIREITOS GERAIS</b>		
2.1 Horário de Trabalho _____	9	
2.2 Controlo de Ponto _____	9	
2.3 Pausas _____	9	
2.4 Férias _____	9	
2.5 Salários _____	10	
2.6 Prémios _____	10	
2.7 Medicina no Trabalho _____	10	
2.8 Atendimento ao Pessoal (17.00 às 17.30) _____	10	
2.9 Bar _____	10	
2.10 Subsídio de Alimentação _____	10	
<hr/>		
<b>III. OBRIGAÇÕES GERAIS</b>		
3.1 Obrigações de todos os colaboradores _____	11	
3.2 Regras Básicas de HST _____	11	
3.3 Boas Práticas Ambientais _____	12	
3.4 Comunicação de faltas _____	13	
<hr/>		
<b>IV. EVENTOS/COMEMORAÇÕES</b>		
4.1 Festa de Natal _____	13	
<hr/>		
<b>V. COVID19</b>		
5.1 Covid19 _____	13	
<hr/>		
<b>VI. REGIME GERAL DE PROTEÇÃO DE DENUNCIANTES DE INFRAÇÃO (RGPDI)</b>		
_____	14	



### 1.1 Breve Historial

Criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, a Movaço – Movimentação Industrial, Lda constitui uma unidade produtiva especializada na produção de estruturas e componentes para equipamentos de movimentação industrial (transportadores, paletizadores elevadores, pontes rolantes,

Desde a sua criação, que a Movaço - Movimentação Industrial, Lda, tem associado o seu nome a clientes com dimensão e relevo devido à boa relação qualidade / preço que os seus produtos oferecem, à seriedade nas negociações e ao cumprimento de prazos de entrega.

Ao longo dos anos tem demonstrado uma atitude proactiva, focalizada na satisfação das necessidades do cliente, procurando sempre que possível exceder as suas expectativas e estando sempre receptiva à introdução de novas tecnologias com melhoramento dos métodos organizacionais.

O espírito empreendedor dos sócios tem determinado a dimensão e modernização constante da empresa. Assim, em 1994 e posteriormente em, 2009 e 2013 foram ampliadas as instalações de modo a dar resposta mais adequada às solicitações do mercado.

Esta estratégia decidida pelo conselho de gestão da empresa permitiu a consolidação e expansão da presença no mercado, mantendo e desenvolvendo uma estrutura ainda mais flexível e funcional.

### 1.2 Objectivos e missão

#### 1.2.1 Objectivos gerais

- Construir estruturas especiais e equipamentos de transporte e movimentação com elevado nível de qualidade;
- Penetração nos mercados externos (COMUNITARIO, PALOPS, RUSSIA, USS E América Latina);
- Consolidação da Presença no Mercado Doméstico/Nacional;
- Manter uma estrutura de Recursos Humanos estável e dinâmica;
- Criar progressivamente produtos de maior de valor acrescentado;
- Manter/aumentar a competitividade geral da empresa.

#### 1.2.2 Missão

Consiste em transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que lhe permitem obter elevado nível de automação.



### **1.2.3 Os princípios**

- Conceber e otimizar layouts que cumpram as necessidades do cliente;
- Negociar e produzir com seriedade;
- Cumprir prazos;
- Apostar na qualidade;
- Modernizar permanentemente o parque de máquinas;
- Apostar na competência com formação e valorização constante dos Recursos Humanos.

### **1.3 O que fazemos/Meios de que dispomos**

Concebemos e realizamos.

Sistemas integrados de armazenagem de cargas:

- Paletizadores;
- Despaletizadores;
- Transportadores de rolos e transportadores de correntes;
- Elevadores industriais;
- Carros transportadores de paletes;
- Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados.

Equipamentos e movimentação de cargas:

- Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas;
- Transportadores de tela e corrente,
- Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redlers;
- Skips

Equipamentos de pesagem industrial:

- Bâsculas de camiões;
- Bâsculas de vagons-caminhos de ferro;
- Plataformas de pesagem;
- Pesagem em tolvas, silos ou transportadores;
- Sistemas de composição e dosificação.

Construção e instalação de edifícios industriais.



### 1.4 Política da Qualidade e Ambiente

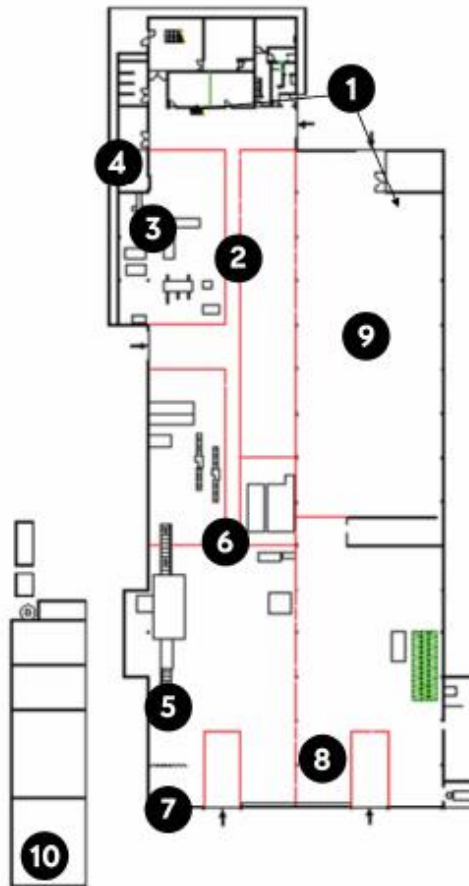
A MOVAÇO, é atualmente uma das mais dinâmicas empresas do setor metalomecânico especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, incluindo nos seus objetivos o compromisso dos processos e procedimentos baseados nos seguintes princípios:



### 1.5 Planta da instalação fabril

**LEGENDA:**

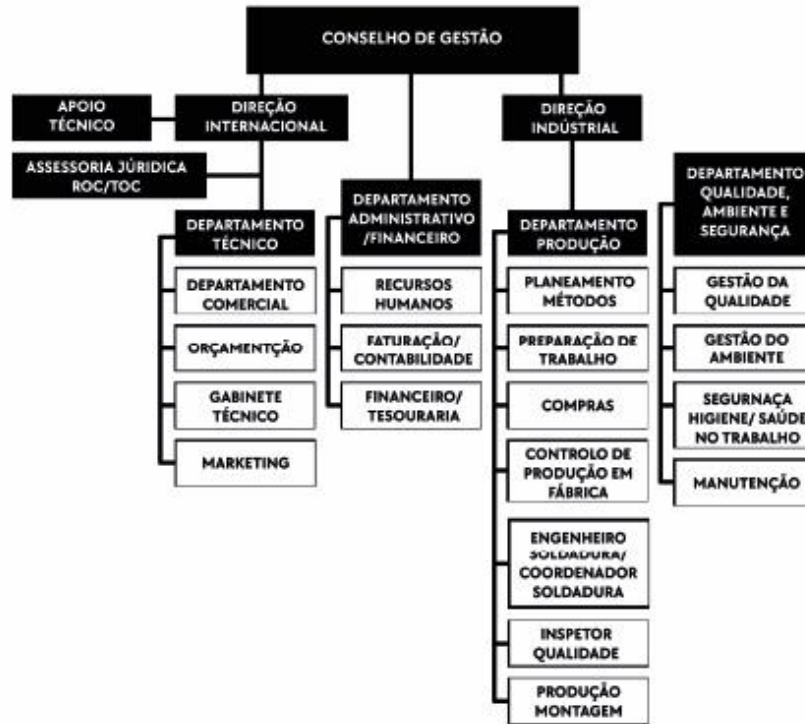
- 1** armazém standarizados
- 2** pré-montagem
- 3** máquinação, moldação
- 4** armazém matérias primas e zona de corte das matérias primas
- 5** túnel de decapagem
- 6** oxicorte
- 7** setor soldadura
- 8** setor pintura
- 9** montagem dos equipamentos
- 10** armezém de moldes e equipamentos usados



## I. INFORMAÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA



1.6 Organigrama



**I. INFORMAÇÃO GERAL SOBRE A EMPRESA**



## II – DIREITOS GERAIS

### 2.1 Horário de Trabalho

De segunda a sexta-feira  
Entrada: 08h00  
Saída: 17h00  
Período de Almoço: 12h30m às 13h30m

### 2.2 Controlo de Ponto

Todos os colaboradores da MOVAÇO devem proceder ao registo de ponto à entrada e saída das instalações. O registo deverá ser efectuado quando o colaborador inicia o dia de trabalho, quando sai para almoço, quando regressa do almoço e quando termina o dia de trabalho. Deve ser também registado no MOD 21 ESC/ A-3 /ABR19.

### 2.3 Pausas

Embora não estando contemplado no contrato colectivo de trabalho é concedido um período de 10 minutos, das 10:00, às 10:10 para o Pequeno-almoço.

### 2.4 Férias

Marcação de Férias (Período) – através de preenchimento de modelo específico para o efeito por parte dos colaboradores. Entregar na área administrativa (serviço de pessoal).  
Afixação do mapa global de Férias até 30 de Abril

### 2.5 Salários

São pagos no último dia útil de cada mês, por transferência bancária.



### **2.6 – Prémios**

Estão instituídos prémios de, produção assiduidade e deslocação, cujos critérios de atribuição são definidos caso a caso pela gerência da empresa e comunicados aos colaboradores, sempre que haja alteração, aquando do pagamento do vencimento de cada mês.

### **2.7 – Medicina no Trabalho**

A Movaço contratou os serviços técnicos de uma empresa especializada na área da Segurança Higiene e Saúde no Trabalho, a qual presta serviços de Medicina no Trabalho a todos os trabalhadores da empresa.

De modo a evitar doenças profissionais a Movaço procede à monitorização dos níveis de ruído de acordo com estipulado na legislação em vigor.

### **2.8 – Atendimento ao Pessoal** (17.00 às 17.30)

### **2.9 – Bar- Refeitório**

Todos os funcionários têm o direito de utilizar o bar da empresa, dentro do horário destinado ao pequeno-almoço, ou fora do horário de trabalho.

Neste bar/refeitório são servidas refeições no horário de almoço, sendo estas confeccionadas por uma empresa contratada para o efeito.

### **2.10 Subsídio de alimentação**

O trabalhador tem direito ao subsídio de alimentação em uma das seguintes modalidades: Recebendo o valor do subsídio de alimentação por cada dia de trabalho, ou em sua substituição a empresa fornece gratuitamente a refeição completa no seu refeitório.

### 3.1 Obrigações de todos os colaboradores

A usar o fardamento previamente distribuído, solicitando a sua substituição sempre que alguma peça se danifique de forma a manter a melhor apresentação.

A utilizar o equipamento de protecção Individual (EPI) que lhe foi distribuído. Na recepção dos EPI's e do fardamento o trabalhador assina um documento apropriado no qual se evidencie a recepção dos mesmos Mod 15 ESC – Registo da distribuição do equipamento de protecção individual e fardamento.

Nenhum funcionário deverá ausentar-se do seu posto de trabalho para executar outra tarefa sem autorização das chefias.

Nas instalações dos nossos Clientes obrigamo-nos a respeitar as normas de SHST por eles definidas.

Manter a confidencialidade dos trabalhos e projectos a executar.

### 3.2 Regras Básicas de Higiene e Segurança:

Não é permitido fumar durante o horário de produção. Apenas será permitido fumar nos períodos de descanso, definidos pela empresa (pequeno-almoço, almoço) nos locais devidamente definidos para esse efeito. Bem como também o uso do telemóvel particular em benefício próprio é proibido.

Só será permitido comer dentro da empresa no bar/refeitório.

Esteja alerta com o eventual movimento de veículos ou máquinas existentes no interior e exterior das instalações.

Não utilize o empilhador sem autorização e se não tiver formação específica.

Não obstrua as saídas de emergência, com nenhum obstáculo, pode a qualquer momento precisar delas.

Use sempre o equipamento de segurança individual.

Utilize de modo adequado as ferramentas e equipamentos que lhe são atribuídos.



### III – OBRIGAÇÕES GERAIS

Durante o horário de trabalho não deve estar sob o efeito de álcool, drogas, opiáceos ou outros.

Sempre que tiver dúvidas, detectar uma situação ou condição insegura informe o seu superior hierárquico e o técnico de SHT.

#### ACTUAÇÃO EM CASO DE ACIDENTE/INCIDENTE:

- Mantenha a calma;
- Afastar os curiosos;
- Quando se aproximar da vítima, tenha a certeza de que está devidamente protegido;
- Evite movimentos desnecessários da vítima, para não causar maiores e/ou novas lesões, ex.: lesões na coluna cervical, hemorragias, etc;
- Utilize luvas, para evitar contacto directo com sangue ou outras secreções (luvas descartáveis);
- Comunicar o acidente/incidente ao Responsável de SHT da MOVAÇO.

#### ACTUAÇÃO EM CASO DE INCÊNDIO:

- Mantenha a calma;
- Accione imediatamente o alarme de incêndio usando o botão de alarme mais próximo;
- Desligue os equipamentos e máquinas em funcionamento;
- Utilize o extintor de acordo com as instruções.

### 3.3 Boas Práticas Ambientais

#### ORGANIZAÇÃO E LIMPEZA

Manter os locais de trabalho em boas condições de limpeza e arrumação, evitando-se a acumulação de resíduos

#### MATERIAIS

Utilize apenas produtos contidos em recipientes devidamente rotulado, respeitando as instruções de manipulação e utilização dos produtos químicos, óleos e lubrificantes que constam na rotulagem e fichas técnicas e de segurança dos produtos;

#### RESÍDUOS

É proibido qualquer abandono de resíduos; Os resíduos produzidos no âmbito da actividade devem ser colocados em contentores próprios nas instalações da MOVAÇO, em recipientes destinados a cada tipo de resíduos, de acordo com os procedimentos internos;

É proibido o transporte de resíduos para o exterior sem o conhecimento de um responsável da MOVAÇO, que assegura a identificação dos resíduos e o seu encaminhamento a destino final adequado, acompanhados da respectiva guia de acompanhamento;

Não efectuar quaisquer descargas para o solo, linhas de água ou redes de drenagem de águas (residuais ou pluviais) de:

- Matérias inflamáveis;
- Entulhos, areias ou outros materiais;
- Óleos (novos ou usados).
- Tintas, solventes ou outras substâncias ou preparações perigosas.

### 3.4 Comunicação de faltas

A intenção de faltar deve ser comunicada num período mínimo de 72 horas em impresso próprio, Modelo – Mod 05 ESC, o qual deverá ser entregue na área administrativa, (serviço de pessoal). Posteriormente, é comunicado ao trabalhador a aceitação ou não da sua intenção de faltar. No caso de falta por motivo imponderado o colaborador deve entregar a justificação da falta, preenchendo o impresso próprio, e entregando o mesmo logo que chegue à empresa.

### 4.1 Festa de Natal

A Movaço, de forma a assinalar esta data de especial importância para todos os que nela trabalham realiza anualmente um jantar de Natal para o qual tem o gosto de convidar todos os seus colaboradores.

### 5.1 Covid19

Foram levantadas algumas restrições pelo governo, devido à evolução favorável da COVID-19 em Portugal e neste sentido a movaço também decidiu alterar algumas medidas, ficando em vigor apenas as seguintes medidas:

- Horários de Almoço, são repartidos em 3 turnos 12h-13h/ 12h-20m-13h-30m/ 13h-14h
- Sempre que possível manter o distanciamento obrigatório de 1.5m.
- Estão à disposição de todos máscaras cirúrgicas e gel desinfetante, para quem necessite.

Caso sinta alguns sintomas, tais como tosse, febre, dificuldade respiratória, deve permanecer em casa, comunicar o SNS24 e a entidade patronal.



Para cumprimento do estabelecido na Lei 93/2021 de 20 de Dezembro, está afixado no placard informativo um documento elucidativo das infrações que podem ser objeto de denúncia que pode ser utilizada por qualquer um dos elementos da Movaço.

Quem pretender usar desta medida terá de o fazer exclusivamente com a colaboradora da empresa nomeada para esta função – Eng<sup>a</sup>. Teresa Pinto.

As denúncias podem de preferência ser efetuadas por escrito, através do email [denuncias@movaco.pt](mailto:denuncias@movaco.pt), por telefone através do contacto 272 349 577 ou em último caso verbalmente sendo elaborada uma acta pela Eng<sup>a</sup>. teresa que será assinada no ato pelo denunciante.

Castelo Branco, 14 de julho de 2022

O conselho de gestão

(N. Justino)

(N. Grilo)



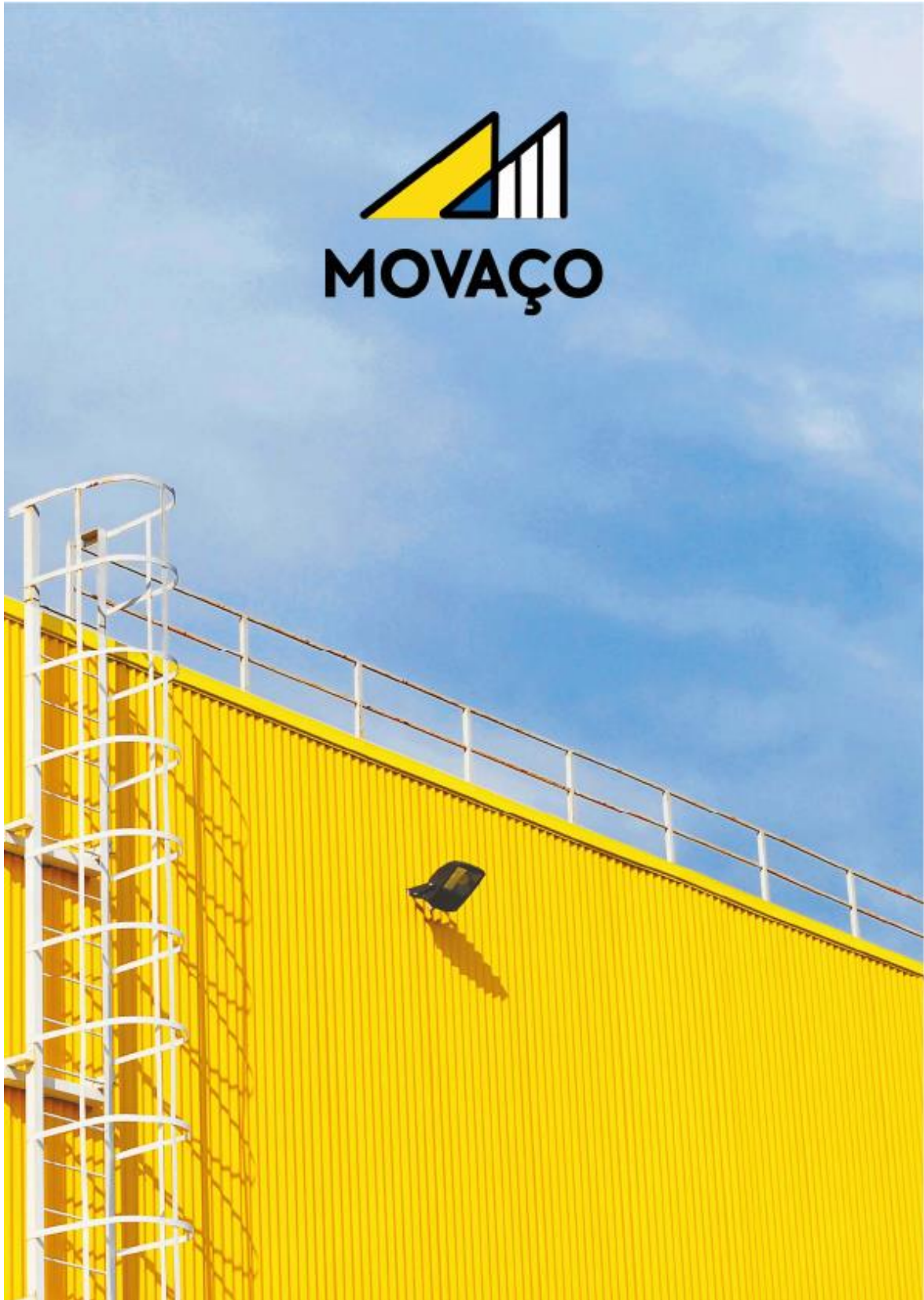
**Denominação:**  
Movaço – Movimentação Industrial, Lda

**Morada:**  
Zona Industrial, Rua D Lote P11, Apartado 1148, 6000-997  
Castelo Branco – Portugal

**Telefone:**  
(+351) 272 349 570

**E-mail:**  
movaco@movaco.pt

Apêndice 67 - Proposta de Acolhimento, p.15.



**Apêndice 68** - Proposta de Acolhimento, contracapa.



## MANUAL DE MARCA

Apêndice 69 - Manual de Marca, Capa.

ÍNDICE					
<b>A EMPRESA</b> _____	<b>3</b>	<b>TIPOGRAFIA</b> _____	<b>10</b>	<b>UTILIZAÇÕES</b>	
<b>MISSÃO</b> _____	<b>3</b>	UTILIZAÇÃO NA		<b>INCORRETAS</b> _____	<b>17</b>
<b>VISÃO</b> _____	<b>3</b>	COMUNICAÇÃO _____	<b>10</b>		
<b>VALORES</b> _____	<b>3</b>	UTILIZAÇÃO NA		<b>IMAGÉTICA</b> _____	<b>16</b>
		MARCA GRÁFICA _____	<b>11</b>		
<b>CONCEITO</b>		<b>MARGEM</b>		<b>COR</b> _____	<b>18</b>
<b>VISUAL</b> _____	<b>4</b>	<b>SEGURANÇA</b> _____	<b>12</b>	PALETA CROMÁTICA DA	
				COMUNICAÇÃO _____	<b>18</b>
<b>MARCA GRÁFICA</b> _____	<b>5</b>	<b>REDUÇÕES</b>		<b>GRAFISMOS</b> _____	<b>19</b>
CORES - POSITIVO _____	<b>5</b>	<b>MINIMAS</b> _____	<b>13</b>		
CORES - NEGATIVO _____	<b>6</b>			<b>PICTOGRAMAS</b> _____	<b>20</b>
<b>COR</b> _____	<b>7</b>	<b>APLICAÇÃO</b>		<b>APLICAÇÕES</b> _____	<b>21</b>
PALETA CROMÁTICA NA MARCA		<b>SOBREFUNDOS</b>		IMPRESSAS _____	<b>21</b>
GRÁFICA _____	<b>7</b>	<b>CORPORATIVOS</b> _____	<b>14</b>	DIGITAIS _____	<b>24</b>
UMA COR - POSITIVO _____	<b>8</b>			SINALÉTICA _____	<b>25</b>
UMA COR - NEGATIVO _____	<b>9</b>			EMPRESA - ENTRADA _____	<b>26</b>

Apêndice 70 - Manual de Marca, índice.

## A EMPRESA

A Movaço foi criada em 1990, na Zona Industrial de Castelo Branco, é uma das mais dinâmicas empresas do sector metalomecânico especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

### MISSÃO

Temos como missão transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que permite obter elevado nível de automação.

### VISÃO

A nossa visão é sermos a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.

### VALORES

Os nossos valores são: seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

3

Apêndice 71 - Manual de Marca, p.3.

## CONCEITO VISUAL

A **marca gráfica** MOVAÇO é composta pelo **símbolo** e **logótipo**.

O símbolo é composto por **3 triângulos**: o de cor **amarela**, que representa as soluções da empresa para a Indústria dos Pneus, o **branco com linhas verticais** pretas representa as soluções para a Indústria do Vidro e o **azul** representa as soluções para outras Indústrias.

Os 3 triângulos formam a **letra M**, inicial da MOVAÇO.

À marca gráfica associa-se a **tagline** "**Your industrial solutions**".



Símbolo

Logótipo

Tagline

4

Apêndice 72 - Manual de Marca, p.4.

**MARCA GRÁFICA**  
CORES - POSITIVO

VERTICAL



com Tagline

HORIZONTAL



5



sem Tagline



Apêndice 73 - Manual de Marca, p.5.

**MARCA GRÁFICA**  
CORES - NEGATIVO

VERTICAL



com Tagline

HORIZONTAL



6



sem Tagline







Apêndice 74 - Manual de Marca, p.6.





## COR

### PALETA CROMÁTICA NA MARCA GRÁFICA





#### CMYK:

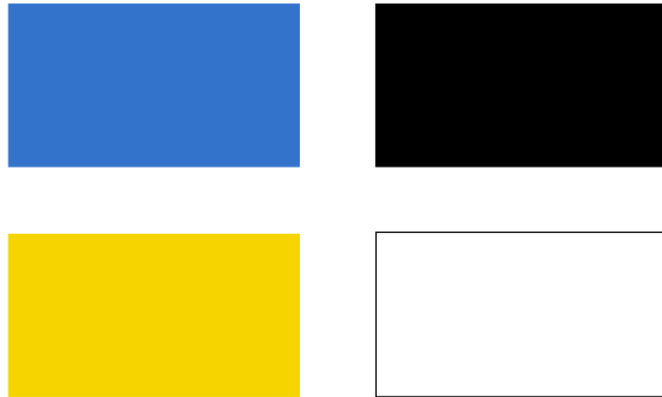
C:80, M:50, Y:0, K:0 —   
C:71, M:13, Y:94, K:0 —   
C:0, M:0, Y:0, K:100 —   
C:0, Y:0, M:0, K:0 — 

#### RGB:

R:51, G:115, B:204 —   
R: 245, G: 212, B:0 —   
R:0, G:0, B:0 —   
R:255, G:255, B:255 — 

#### CORES DIRETAS:

PANTONE 285 C —   
PANTONE YEL.012 C —   
PANTONE BLACK C —   
PANTONE 000 C WHITE — 



7

Apêndice 75 - Manual de Marca, p.7.

## MARCA GRÁFICA

### UMA COR - POSITIVO

VERTICAL



HORIZONTAL



8



Apêndice 76 - Manual de Marca, p.8.



Apêndice 77 - Manual de Marca, p.9.

## TIPOGRAFIA

TT CHOCOLATE TRL - UTILIZAÇÃO NA COMUNICAÇÃO

<b>EXTRA BOLD ITALIC</b>	_____	títulos
<b>EXTRA BOLD</b>	_____	
<b>BOLD ITALIC</b>	_____	subtítulos
<b>BOLD</b>	_____	
<b>DEMI BOLD ITALIC</b>	_____	subsubtítulos
<b>DEMI BOLD</b>	_____	
<b>MEDIUM ITALIC</b>	_____	negritos
<b>MEDIUM</b>	_____	
<b>ITALIC</b>	_____	corpo de texto
<b>REGULAR</b>		
<b>LIGHT ITALIC</b>		
<b>LIGHT</b>		
<b>EXTRA LIGHT ITALIC</b>		
<b>EXTRA LIGHT</b>		

10

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789,.;-!"#%&'()\*~°a\|€£@{[]}'»><:\*+ -= ``^

Apêndice 78 - Manual de Marca, p.10.

## TIPOGRAFIA

TT CHOCOLATE TRL - UTILIZAÇÃO NA MARCA GRÁFICA

**EXTRA BOLD ITALIC**  
**EXTRA BOLD**  
**BOLD ITALIC**  
**BOLD**  
*DEMI BOLD ITALIC*  
**DEMI BOLD**  
*MEDIUM ITALIC*  
**MEDIUM**  
*ITALIC*  
**REGULAR**  
*LIGHT ITALIC*  
**LIGHT**  
*EXTRA LIGHT ITALIC*  
**EXTRA LIGHT**



nome  
tagline



caixa alta  
caixa baixa

11

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m -  
 n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ; - ! " # \$ % / ( ) ? ' ~ ° ª \ | € £ @ { [ ] } ' » < : \* + = - ' ` ^

Apêndice 79 - Manual de Marca, p.11.

## MARGEM SEGURANÇA



12

A medida utilizada para esta área de proteção equivale à altura da letra M, presente no logótipo.



Apêndice 80 - Manual de Marca, p.12.

## REDUÇÕES MINIMAS

para reprodução em ecrã



79x64px



143x26px



79x56px



143x26px

com Tagline

sem Tagline

para impressão



16x13mm



33x7mm



16x11mm



33x7mm

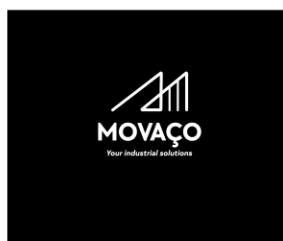
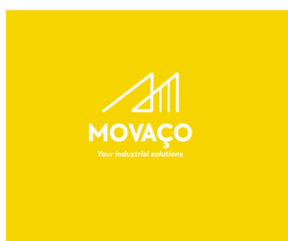
13

Apêndice 81 - Manual de Marca, p.13.

## APLICAÇÃO SOBREFUNDOS CORPORATIVOS



14



Apêndice 82 - Manual de Marca, p.14.

## UTILIZAÇÕES INCORRETAS

não esticar ou distorcer



não alterar a composição



não mudar as cores



15

não retirar nem adicionar elementos na composição



respeitar a área de proteção



não rodar ou utilizar na vertical a marca gráfica

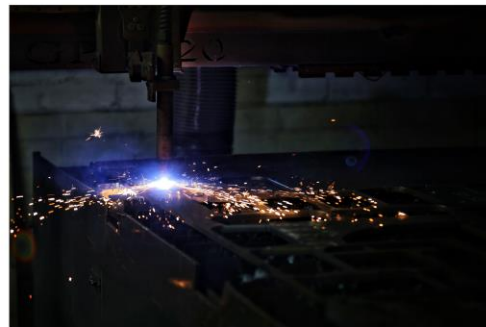


Apêndice 83 - Manual de Marca, p.15.

## IMAGÉTICA

Esta imagem está presente na página inicial do website e no manual de qualidade e ambiente.

É uma imagem que representa partículas luminosas, centelhas que significam em sentido figurado uma manifestação notável de inspiração ou talento.



16

Esta imagem está presente na página secundária "Quem somos" do website e no manual de acolhimento.

É uma imagem composta pela cores corporativas e linhas geométricas que aludem aos triângulos do símbolo.



Apêndice 84 - Manual de Marca, p.16.

## IMAGÉTICA

Esta imagem está presente numa publicação do LinkedIn. O fitro amarelo representa as soluções para a indústria dos pneus.



Esta imagem está presente numa publicação do LinkedIn. O fitro azul representa as soluções outras indústrias.



17

Esta imagem está presente numa publicação do LinkedIn. O fitro preto e branco representa as soluções para a indústria do vidro.








Apêndice 85 - Manual de Marca, p.17.

## COR






PALETA CROMÁTICA DA COMUNICAÇÃO

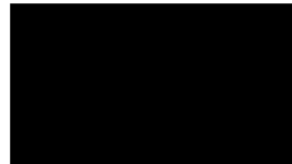
### CMYK:

C:80, M:50, Y:0, K:0 —   
 C:71, M:13, Y:94, K:0 —   
 C:0, M:0, Y:0, K:100 —   
 C:0, Y:0, M:0, K:0 —   
 C:0, M:0, Y:0, K:11 — 








### RGB:

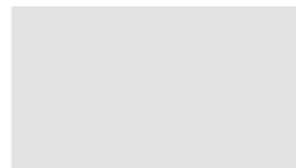
R:51, G:115, B:204 —   
 R: 245, G: 212, B:0 —   
 R:0, G:0, B:0 —   
 R:255, G:255, B:255 —   
 R:226, G:226, B:226 — 



18

### CORES DIRETAS:

PANTONE 285 C —   
 PANTONE YEL.012 C —   
 PANTONE BLACK C —   
 PANTONE 000 C WHITE —   
 PANTONE PMS COOL GRAY — 



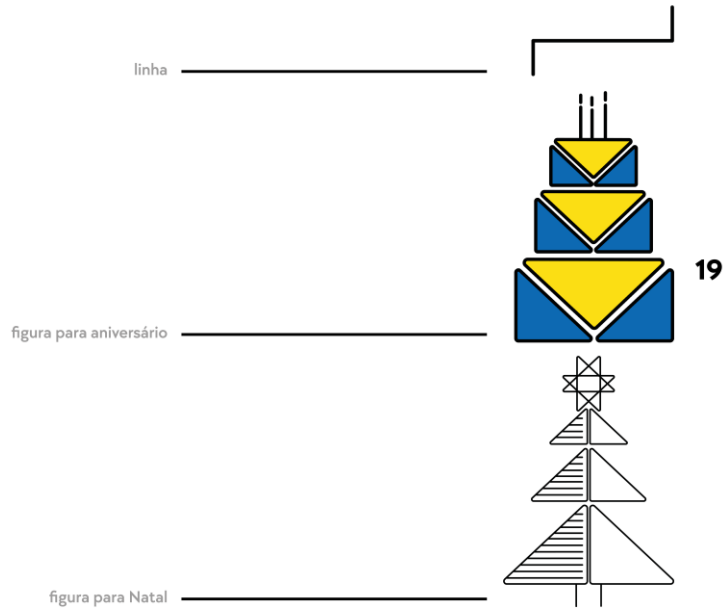
Apêndice 86 - Manual de Marca, p.18.

## GRAFISMOS

A partir do símbolo, mantendo a mesma forma da linha e utilizando os triângulos, cria-se figuras para a utilização na comunicação de dias festivos.

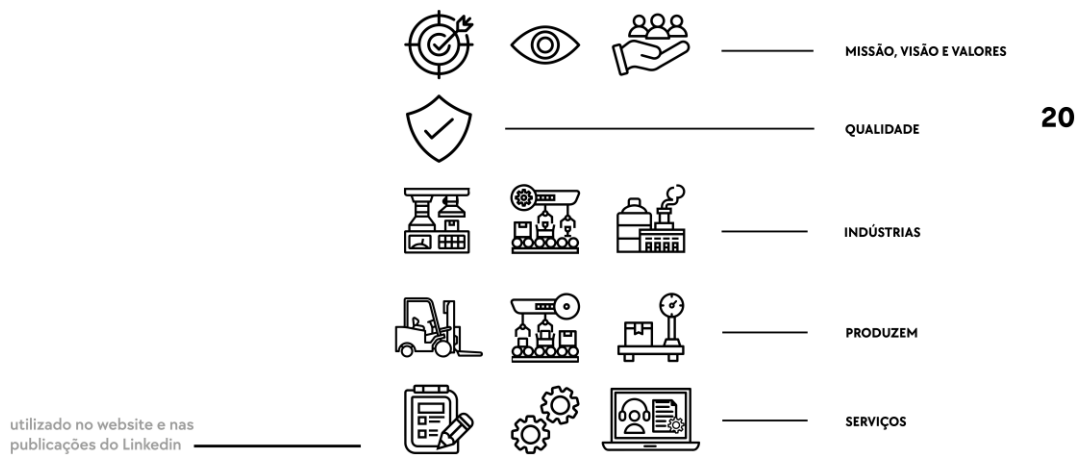
As linhas no website e nos manuais têm a mesma forma do contorno do símbolo.

As formas com as pontas arredondadas, os retângulos do website e os pictogramas, também se baseiam na forma do símbolo.



Apêndice 87 - Manual de Marca, p.19

## PICTOGRAMAS



utilizado no website e nas publicações do LinkedIn

Apêndice 88 - Manual de Marca, p.20.

## APLICAÇÕES IMPRESSAS

Brindes - fita métrica, porta-chaves



21

vestuário fabril

Apêndice 89 - Manual de Marca, p.21.

## APLICAÇÕES IMPRESSAS

SACO



22



veículo da empresa

Apêndice 90 - Manual de Marca, p.22.



## APLICAÇÕES SINALÉTICA

sinalética exterior



25

sinalética interior



Apêndice 93 - Manual de Marca, p.25

## APLICAÇÕES EMPRESA

entrada



26

estrutura



Apêndice 94 - Manual de Marca, p.26.



**Denominação:**  
Movaço – Movimentação Industrial, Lda

**Morada:**  
Zona Industrial, Rua D Lote P11, Aparta-  
do 1148, 6000-997  
Castelo Branco – Portugal

**Telefone:**  
(+351) 272 349 570  
**E-mail:**  
movaco@movaco.pt

**Apêndice 95 - Manual de Marca, contracapa.**

EMPRESASOLUÇÕESCONTACTOSinPT  
EN  
ES



## Your industrial solutions

Com mais de **30 anos de experiência**, somos uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de **soluções de fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais, de movimentação e outras estruturas metálicas.**

SABER MAIS

### AS NOSSAS SOLUÇÕES



**INDÚSTRIA DE PNEUS**  
SABER MAIS



**INDÚSTRIA DO VIDRO**  
SABER MAIS



**OUTRAS**  
SABER MAIS

### OS MERCADOS EM ATUAMOS



A Movaço opera no mercado Global tendo soluções instaladas em quatro continentes:

- Europa
- África
- América do Sul
- América do Norte

### ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins.

ENVIAR

PARCERIAS



APOIOS



CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





**MOVAÇO** EMPRESA SOLUÇÕES CONTACTOS in PT EN ES

SOBRE NÓS QUALIDADE



## Your industrial solutions

Com mais de **30 anos de experiência**, somos uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de **soluções de fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais, de movimentação e outras estruturas metálicas.**

SABER MAIS

### AS NOSSAS SOLUÇÕES



**INDÚSTRIA DE PNEUS**  
SABER MAIS



**INDÚSTRIA DO VIDRO**  
SABER MAIS



**OUTRAS**  
SABER MAIS

### ESTAMOS EM TODO O MUNDO



A Movaço opera no mercado Global tendo soluções instaladas em quatro continentes:

- Europa
- África
- América do Sul
- América do Norte

### ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

**ENVIAR**

**PARCERIAS**  
PES GLASS TOP ISA

**APOIOS**  
COPAC

**CONTACTOS**  
Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal  
Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES



## Your industrial solutions

Com mais de **30 anos de experiência**, somos uma das mais dinâmicas empresas do sector metalomecânico especializada no desenvolvimento de **soluções de fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais, de movimentação e outras estruturas metálicas.**

[SABER MAIS](#)

### AS NOSSAS SOLUÇÕES



**INDÚSTRIA DE PNEUS**

[SABER MAIS](#)



**INDÚSTRIA DO VIDRO**

[SABER MAIS](#)



**OUTRAS**

[SABER MAIS](#)

### ESTAMOS EM TODO O MUNDO



A Movaço opera no mercado Global tendo soluções instaladas em quatro continentes:

**Europa**  
**África**  
**América do Sul**  
**América do Norte**

### ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins.

[ENVIAR](#)

**PARCERIAS**





**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





**APOIOS**





Apêndice 98 - Página inicial, 3.

**MOVAÇO** EMPRESA SOLUÇÕES CONTACTOS in PT EN ES

INFORMAÇÕES  
TRABALHE  
CONNOSCO

**Your industrial solutions**

Com mais de **30 anos de experiência**, somos uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de **soluções de fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais, de movimentação e outras estruturas metálicas.**

SABER MAIS

**AS NOSSAS SOLUÇÕES**

**INDÚSTRIA DOS PNEUS**  
SABER MAIS

**INDÚSTRIA DO VIDRO**  
SABER MAIS

**OUTRAS**  
SABER MAIS

**ESTAMOS EM TODO O MUNDO**

A Movaço opera no mercado Global tendo soluções instaladas em quatro continentes:

Europa  
África  
América do Sul  
América do Norte

**ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO**

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Assinto a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

ENVIAR

**PARCERIAS**  
PES GLASS SOFT ISA

**APOIOS**  
COMETEC

**CONTACTOS**  
Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal  
Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)

SOS SOS PME líder 22



[EMPRESA](#)
[SOLUÇÕES](#)
[CONTACTOS](#)



PT  
EN  
ES

SOBRE NÓS

A **Movaço** foi criada em 1990, na Zona Industrial de **Castelo Branco**, é uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

A boa relação com os clientes é alcançada pela **boa relação qualidade/preço** dos produtos, bem como pela **seriedade nas negociações** e pelo **cumprimento de prazos** de entrega, alicerçada na experiência, **know-how** e seriedade de uma equipa de quadros técnicos com elevadas qualificações. Através de várias formações, criamos as condições para materializar uma **estratégia assente na inovação** e para a qual dispomos da **mais recente tecnologia**.

### APOSTAMOS NA INOVAÇÃO

Apostamos na inovação, como fator crítico de sucesso, de modo a tornarmo-nos competitivos num mercado global e caracterizado por crescente exigência.

Sendo esta uma área estratégica para a gestão de topo, proporcionamos às diferentes equipas de trabalho as condições técnicas e ambiente adequados ao desenvolvimento de uma atitude proativa e à criatividade. Para o efeito, além da aposta tecnológica (equipamentos, TIC) desenvolvemos ainda um importante esforço na optimização dos processos de trabalho, no qual participam várias equipas.



**MISSÃO**

Temos como missão transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que permite obter elevado nível de automação.

A nossa visão é sermos a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.



**VISÃO**



**VALORES**

Os nossos valores são: seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

**PARCERIAS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



**APOIOS**





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES

SOBRE NÓS  
 QUALIDADE

## SOBRE NÓS



A **Movaço** foi criada em 1990, na Zona Industrial de **Castelo Branco**, é uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

A boa relação com os clientes é alcançada pela **boa relação qualidade/preço** dos produtos, bem como pela **seriedade nas negociações** e pelo **cumprimento de prazos** de entrega, alicerçada na experiência, **know-how** e seriedade de uma equipa de quadros técnicos com elevadas qualificações. Através de várias formações, criamos as condições para materializar uma **estratégia assente na inovação** e para a qual dispomos da **mais recente tecnologia**.

### APOSTAMOS NA INOVAÇÃO

Apostamos na inovação, como fator crítico de sucesso, de modo a tornarmo-nos competitivos num mercado global e caracterizado por crescente exigência.

Sendo esta uma área estratégica para a gestão de topo, proporcionamos às diferentes equipas de trabalho as condições técnicas e ambiente adequados ao desenvolvimento de uma atitude proativa e à criatividade. Para o efeito, além da aposta tecnológica (equipamentos, TIC) desenvolvemos ainda um importante esforço na optimização dos processos de trabalho, no qual participam várias equipas.



MISSÃO

Temos como missão transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que permite obter elevado nível de automação.

A nossa visão é sermos a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.



VISÃO



VALORES

Os nossos valores são: seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

PARCERIAS





CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





**MOVAÇO** EMPRESA SOLUÇÕES CONTACTOS in PT EN ES

INDÚSTRIAS SERVIÇOS

## SOBRE NÓS

A **Movaço** foi criada em 1990, na Zona Industrial de **Castelo Branco**, é uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

A boa relação com os clientes é alcançada pela **boa relação qualidade/preço** dos produtos, bem como pela **seriedade nas negociações** e pelo **cumprimento de prazos** de entrega, alicerçada na experiência, **know-how** e seriedade de uma equipa de quadros técnicos com elevadas qualificações. Através de várias formações, criamos as condições para materializar uma **estratégia assente na inovação** e para a qual dispomos da **mais recente tecnologia**.

### APOSTAMOS NA INOVAÇÃO

Apostamos na inovação, como fator crítico de sucesso, de modo a tornarmo-nos competitivos num mercado global e caracterizado por crescente exigência.

Sendo esta uma área estratégica para a gestão de topo, proporcionamos às diferentes equipas de trabalho as condições técnicas e ambiente adequados ao desenvolvimento de uma atitude proativa e à criatividade. Para o efeito, além da aposta tecnológica (equipamentos, TIC) desenvolvemos ainda um importante esforço na optimização dos processos de trabalho, no qual participam várias equipas.

**MISSÃO**

Temos como missão transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que permite obter elevado nível de automação.

A nossa visão é sermos a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.

**VISÃO**

**VALORES**

Os nossos valores são: seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

**PARCERIAS**

**CONTACTOS**  
 Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
 6000-997 Castelo Branco - Portugal  
 Tel: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)

**APOIOS**

Apêndice 102 - Página secundária Empresa, 3.



[EMPRESA](#)
[SOLUÇÕES](#)
[CONTACTOS](#)

[in](#)

PT  
EN  
ES



INFORMAÇÕES  
TRABALHE  
CONNOSCO

## SOBRE NÓS

A **Movaço** foi criada em 1990, na Zona Industrial de **Castelo Branco**, é uma das mais dinâmicas empresas do **sector metalomecânico** especializada no desenvolvimento de soluções de movimentação industrial, fabrico, montagem, comercialização de máquinas industriais e de movimentação e outras estruturas metálicas.

A boa relação com os clientes é alcançada pela **boa relação qualidade/preço** dos produtos, bem como pela **seriedade nas negociações** e pelo **cumprimento de prazos** de entrega, alicerçada na experiência, **know-how** e seriedade de uma equipa de quadros técnicos com elevadas qualificações. Através de várias formações, criamos as condições para materializar uma **estratégia assente na inovação** e para a qual dispomos da **mais recente tecnologia**.

### APOSTAMOS NA INOVAÇÃO

Apostamos na inovação, como fator crítico de sucesso, de modo a tornarmo-nos competitivos num mercado global e caracterizado por crescente exigência.

Sendo esta uma área estratégica para a gestão de topo, proporcionamos às diferentes equipas de trabalho as condições técnicas e ambiente adequados ao desenvolvimento de uma atitude proativa à criatividade. Para o efeito, além da aposta tecnológica (equipamentos, TIC) desenvolvemos ainda um importante esforço na optimização dos processos de trabalho, no qual participam várias equipas.



**MISSÃO**

Temos como missão transformar matérias-primas em equipamentos diferenciados capazes de satisfazerem totalmente os clientes, incorporando tecnologias que permite obter elevado nível de automação.

A nossa visão é sermos a melhor empresa no ranking das empresas de metalomecânica.



**VISÃO**



**VALORES**

Os nossos valores são: seriedade, qualidade, modernização permanente do parque de máquinas e aposta na competência com formação e valorização dos recursos humanos.

PARCERIAS



APOIOS



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



Apêndice 103 - Página secundária Empresa,4.

277

# QUALIDADE



Somos uma empresa **PME Lider**, com certificações pela norma ISO 9001:2015 (modelo de gestão da qualidade), 14001:2015 (Sistema de Gestão Ambiental) e EN1090-2 (Execução de estruturas metálicas), contendo também um parque de máquinas e instalações fabris.

## POLÍTICA DA QUALIDADE

**SATISFAÇÃO DOS CLIENTES**  
Ir ao encontro das necessidades e expectativas dos Clientes, conhecendo periodicamente a sua satisfação, por forma a fidelizá-los.

**EFICÁCIA / EFICIÊNCIA**  
Maximizar a eficácia e eficiência dos processos e competências, com o recurso permanente aos conceitos tecnológicos mais evoluídos.

**PARCERIAS**  
Promover uma relação com os fornecedores/ subcontratados baseada no cumprimento dos compromissos acordados, garantindo sinergias necessárias para assegurar as melhores soluções.

## POLÍTICA DO AMBIENTE

**AValiação DE RISCOS / DESEMPENHO AMBIENTAL**  
Optimização dos processos de modo a minimizar impactes ambientais.

**PROTEÇÃO AMBIENTAL**  
Promover a utilização sustentável de recursos naturais e a racionalização do consumo de materiais e energias.

**PREVENÇÃO DA POLUIÇÃO**  
Reduzir, reutilizar e reciclar resíduos produzidos. Adotar as melhores práticas de trabalho e tecnologias disponíveis, promovendo o aumento da eficiência ambiental e energética, dos equipamentos das instalações e da frota, visando a redução das emissões atmosféricas.

## PRINCÍPIOS COMUNS ÀS POLÍTICAS

**CUMPRIMENTO LEGAL**  
Cumprir a legislação, regulamentação, obrigações de conformidade e outros requisitos aplicáveis, apropriada ao propósito e contexto da organização.

**COMUNICAÇÃO**  
Divulgar e Disponibilizar a todos os Colaboradores e partes interessadas relevantes as respectivas políticas.

**DESENVOLVIMENTO DE CAPITAL HUMANO**  
Formar, sensibilizar, valorizar competências e motivar os Colaboradores e todos aqueles que desempenhem atividades em nome da Movaço, induzindo a adoção de boas práticas.

**MELHORIA CONTÍNUA**  
Medir, avaliar, rever e melhorar continuamente a eficácia dos Sistemas de Gestão.

### PARCERIAS



### APOIOS



### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



## QUALIDADE



Somos uma empresa **PME Lider**, com certificações pela norma ISO 9001:2015 (modelo de gestão da qualidade), 14001:2015 (Sistema de Gestão Ambiental) e EN1090-2 (Execução de estruturas metálicas), contendo também um parque de máquinas e instalações fabris.

### POLÍTICA DA QUALIDADE

#### SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Ir ao encontro das necessidades e expectativas dos Clientes, conhecendo periodicamente a sua satisfação, por forma a fidelizá-los.

#### EFICÁCIA / EFICIÊNCIA

Maximizar a eficácia e eficiência dos processos e competências, com o recurso permanente aos conceitos tecnológicos mais evoluídos.

#### PARCERIAS

Promover uma relação com os fornecedores/ subcontratados baseada no cumprimento dos compromissos acordados, garantindo sinergias necessárias para assegurar as melhores soluções.

### POLÍTICA DO AMBIENTE

#### AVALIAÇÃO DE RISCOS / DESEMPENHO AMBIENTAL

Optimização dos processos de modo a minimizar impactes ambientais.

#### PROTEÇÃO AMBIENTAL

Promover a utilização sustentável de recursos naturais e a racionalização do consumo de materiais e energias.

#### PREVENÇÃO DA POLUIÇÃO

Reduzir, reutilizar e reciclar resíduos produzidos. Adoptar as melhores práticas de trabalho e tecnologias disponíveis, promovendo o aumento da eficiência ambiental e energética, dos equipamentos das instalações e da frota, visando a redução das emissões atmosféricas.

### PRINCÍPIOS COMUNS ÀS POLÍTICAS

#### CUMPRIMENTO LEGAL

Cumprir a legislação, regulamentação, obrigações de conformidade e outros requisitos aplicáveis, apropriada ao propósito e contexto da organização.

#### COMUNICAÇÃO

Divulgar e Disponibilizar a todos os Colaboradores e partes interessadas relevantes as respectivas políticas.

#### DESENVOLVIMENTO DE CAPITAL HUMANO

Formar, sensibilizar, valorizar competências e motivar os Colaboradores e todos aqueles que desempenhem atividades em nome da Movaço, induzindo a adoção de boas práticas.

#### MELHORIA CONTÍNUA

Medir, avaliar, rever e melhorar continuamente a eficácia dos Sistemas de Gestão.

#### PARCERIAS



#### APOIOS



#### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



# QUALIDADE



Somos uma empresa **PME Lider**, com certificações pela norma ISO 9001:2015 (modelo de gestão da qualidade), 14001:2015 (Sistema de Gestão Ambiental) e EN1090-2 (Execução de estruturas metálicas), contendo também um parque de máquinas e instalações fabris.

## POLÍTICA DA QUALIDADE

**SATISFAÇÃO DOS CLIENTES**  
Ir ao encontro das necessidades e expectativas dos Clientes, conhecendo periodicamente a sua satisfação, por forma a fidelizá-los.

**EFICÁCIA / EFICIÊNCIA**  
Maximizar a eficácia e eficiência dos processos e competências, com o recurso permanente aos conceitos tecnológicos mais evoluídos.

**PARCERIAS**  
Promover uma relação com os fornecedores/ subcontratados baseada no cumprimento dos compromissos acordados, garantindo sinergias necessárias para assegurar as melhores soluções.

## POLÍTICA DO AMBIENTE

**AValiação DE RISCOS / DESEMPENHO AMBIENTAL**  
Optimização dos processos de modo a minimizar impactes ambientais.

**PROTEÇÃO AMBIENTAL**  
Promover a utilização sustentável de recursos naturais e a racionalização do consumo de materiais e energias.

**PREVENÇÃO DA POLUIÇÃO**  
Reduzir, reutilizar e reciclar resíduos produzidos. Adotar as melhores práticas de trabalho e tecnologias disponíveis, promovendo o aumento da eficiência ambiental e energética, dos equipamentos das instalações e da frota, visando a redução das emissões atmosféricas.

## PRINCÍPIOS COMUNS ÀS POLÍTICAS

**CUMPRIMENTO LEGAL**  
Cumprir a legislação, regulamentação, obrigações de conformidade e outros requisitos aplicáveis, apropriada ao propósito e contexto da organização.

**COMUNICAÇÃO**  
Divulgar e Disponibilizar a todos os Colaboradores e partes interessadas relevantes as respectivas políticas.

**DESENVOLVIMENTO DE CAPITAL HUMANO**  
Formar, sensibilizar, valorizar competências e motivar os Colaboradores e todos aqueles que desempenhem atividades em nome da Movaço, induzindo a adoção de boas práticas.

**MELHORIA CONTÍNUA**  
Medir, avaliar, rever e melhorar continuamente a eficácia dos Sistemas de Gestão.

### PARCERIAS



### APOIOS



### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



## QUALIDADE



Somos uma empresa **PME Lider**, com certificações pela norma ISO 9001:2015 (modelo de gestão da qualidade), 14001:2015 (Sistema de Gestão Ambiental) e EN1090-2 (Execução de estruturas metálicas), contendo também um parque de máquinas e instalações fabris.

### POLÍTICA DA QUALIDADE

#### SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Ir ao encontro das necessidades e expectativas dos Clientes, conhecendo periodicamente a sua satisfação, por forma a fidelizá-los.

#### EFICÁCIA / EFICIÊNCIA

Maximizar a eficácia e eficiência dos processos e competências, com o recurso permanente aos conceitos tecnológicos mais evoluídos.

#### PARCERIAS

Promover uma relação com os fornecedores/ subcontratados baseada no cumprimento dos compromissos acordados, garantindo sinergias necessárias para assegurar as melhores soluções.

### POLÍTICA DO AMBIENTE

#### AVALIAÇÃO DE RISCOS / DESEMPENHO AMBIENTAL

Optimização dos processos de modo a minimizar impactes ambientais.

#### PROTEÇÃO AMBIENTAL

Promover a utilização sustentável de recursos naturais e a racionalização do consumo de materiais e energias.

#### PREVENÇÃO DA POLUIÇÃO

Reduzir, reutilizar e reciclar resíduos produzidos. Adoptar as melhores práticas de trabalho e tecnologias disponíveis, promovendo o aumento da eficiência ambiental e energética, dos equipamentos das instalações e da frota, visando a redução das emissões atmosféricas.

### PRINCÍPIOS COMUNS ÀS POLÍTICAS

#### CUMPRIMENTO LEGAL

Cumprir a legislação, regulamentação, obrigações de conformidade e outros requisitos aplicáveis, apropriada ao propósito e contexto da organização.

#### COMUNICAÇÃO

Divulgar e Disponibilizar a todos os Colaboradores e partes interessadas relevantes as respectivas políticas.

#### DESENVOLVIMENTO DE CAPITAL HUMANO

Formar, sensibilizar, valorizar competências e motivar os Colaboradores e todos aqueles que desempenhem atividades em nome da Movaço, induzindo a adoção de boas práticas.

#### MELHORIA CONTÍNUA

Medir, avaliar, rever e melhorar continuamente a eficácia dos Sistemas de Gestão.

#### PARCERIAS



#### APOIOS



#### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



## INDÚSTRIAS

Atuamos principalmente em **soluções de movimentação de cargas**, **soluções para a indústria do vidro** e **soluções para a indústria de pneus**.



## PRODUZIMOS

### Sistemas integrados de armazenagem de cargas



Paletizadores  
Despaletizadores  
Transportadores de rolos e transportadores de correntes  
Elevadores industriais  
Carros transportadores de paletes  
Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados

### Equipamentos e movimentação de cargas



Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas  
Transportadores de tela e corrente  
Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres  
Skips

### Equipamentos de pesagem industrial



Básculas de camiões  
Básculas de vagons-caminhos de ferro  
Plataformas de pesagem  
Pesagem em tolvas, silos ou transportadores  
Sistemas de composição e dosificação

### Estruturas metálicas



Pontes Rolantes Automáticas  
Sistemas de Transporte: Me  
Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos)  
Edifícios Industriais  
Torres Metálicas de Processo

#### PARCERIAS



#### APOIOS



#### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS

PT  
EN  
ES

SOBRE NÓS  
QUALIDADE

## INDÚSTRIAS

Atuamos principalmente em **soluções de movimentação de cargas, soluções para a indústria do vidro e soluções para a indústria de pneus.**

  
**INDÚSTRIA DE PNEUS**

  
**INDÚSTRIA DO VIDRO**

  
**OUTRAS**

### PRODUZIMOS

#### Sistemas integrados de armazenagem de cargas



Paletizadores  
 Despaletizadores  
 Transportadores de rolos e transportadores de correntes  
 Elevadores industriais  
 Carros transportadores de paletes  
 Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados



#### Equipamentos e movimentação de cargas

Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas  
 Transportadores de tela e corrente  
 Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redlers  
 Skips



#### Equipamentos de pesagem industrial

Básculas de camiões  
 Básculas de vagons-caminhos de ferro  
 Plataformas de pesagem  
 Pesagem em tolvas, silos ou transportadores  
 Sistemas de composição e dosificação



#### Estruturas metálicas

Pontes Rolantes Automáticas  
 Sistemas de Transporte: Me  
 Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos)  
 Edifícios Industriais  
 Torres Metálicas de Processo

**PARCERIAS**



**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
 6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA

SOLUÇÕES

CONTACTOS

in

PT  
EN  
ES

INDÚSTRIAS  
SERVIÇOS

## INDÚSTRIAS

Atuamos principalmente em **soluções de movimentação de cargas**,  
**soluções para a indústria do vidro** e **soluções para a indústria de pneus**.



**INDÚSTRIA  
DE PNEUS**



**INDÚSTRIA  
DO VIDRO**



**OUTRAS**

### PRODUZIMOS

**Sistemas integrados de armazenagem de cargas**



Paletizadores  
Despaletizadores  
Transportadores de rolos e transportadores de correntes  
Elevadores industriais  
Carros transportadores de paletes  
Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados

**Equipamentos e movimentação de cargas**



Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas  
Transportadores de tela e corrente  
Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres  
Skips

**Equipamentos de pesagem industrial**



Básculas de camiões  
Básculas de vagons-caminhos de ferro  
Plataformas de pesagem  
Pesagem em tolvas, silos ou transportadores  
Sistemas de composição e dosificação

**Estruturas metálicas**



Pontes Rolantes Automáticas  
Sistemas de Transporte: Me  
Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos)  
Edifícios Industriais  
Torres Metálicas de Processo

**PARCERIAS**



**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES

## INDÚSTRIAS

Atuamos principalmente em **soluções de movimentação de cargas**,  
**soluções para a indústria do vidro** e **soluções para a indústria de pneus**.

  
**INDÚSTRIA DE PNEUS**

  
**INDÚSTRIA DO VIDRO**

  
**OUTRAS**

### PRODUZIMOS

#### Sistemas integrados de armazenagem de cargas



Paletizadores  
Despaletizadores  
Transportadores de rolos e transportadores de correntes  
Elevadores industriais  
Carros transportadores de paletes  
Edifícios de armazenagem integrados e computadorizados

#### Equipamentos e movimentação de cargas



Pontes rolantes e pórticos com motorizações eléctricas e hidráulicas  
Transportadores de tela e corrente  
Sem-fins, elevadores de alcatruzes e redleres  
Skips

#### Equipamentos de pesagem industrial



Básculas de camiões  
Básculas de vagon-caminhos de ferro  
Plataformas de pesagem  
Pesagem em tolvas, silos ou transportadores  
Sistemas de composição e dosificação

#### Estruturas metálicas



Pontes Rolantes Automáticas  
Sistemas de Transporte: Me  
Sistemas de Ensilagem (Mecânicos e Pneumáticos)  
Edifícios Industriais  
Torres Metálicas de Processo

**PARCERIAS**



**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





Apêndice 111 - Página secundária Indústrias, 4.

285

## SERVIÇOS

Garantimos a **assistência técnica às soluções implementadas**, respondendo de forma afirmativa sempre que o cliente assim o requeira, garantindo a **satisfação dos clientes e o pleno funcionamento dos seus equipamentos**, disponibilizando os seguintes serviços:



### Soluções à medida do cliente

Temos uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projeto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.



### Montagem e manutenção

Proporcionamos às nossas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico. Os nossos profissionais estão aptos a prestar serviços de montagem e manutenção, quer na área mecânica, quer na área elétrica e de automação.



### Apoio ao cliente

Disponibilizamos serviços que o poderão ajudar nas seguintes áreas:  
Assistência pós-venda  
Peças de reserva/reposição  
Aconselhamento na tomada de decisão  
Esclarecimento de eventuais dúvidas.

#### PARCERIAS



#### APOIOS



#### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES

SOBRE NÓS  
QUALIDADE

## SERVIÇOS

Garantimos a **assistência técnica às soluções implementadas**, respondendo de forma afirmativa sempre que o cliente assim o requeira, garantindo a **satisfação dos clientes e o pleno funcionamento dos seus equipamentos**, disponibilizando os seguintes serviços:



**Soluções à medida do cliente**

Temos uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projeto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.



**Montagem e manutenção**

Proporcionamos às nossas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico. Os nossos profissionais estão aptos a prestar serviços de montagem e manutenção, quer na área mecânica, quer na área elétrica e de automação.



**Apoio ao cliente**

Disponibilizamos serviços que o poderão ajudar nas seguintes áreas:

- Assistência pós-venda
- Peças de reserva/reposição
- Aconselhamento na tomada de decisão
- Esclarecimento de eventuais dúvidas.

**PARCERIAS**



**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



Apêndice 113 - Página secundária Serviços, 2.



EMPRESA  
↓

SOLUÇÕES  
↑

CONTACTOS  
↓

in

PT  
EN  
ES

INDÚSTRIAS  
SERVIÇOS

# SERVIÇOS

Garantimos a **assistência técnica às soluções implementadas**, respondendo de forma afirmativa sempre que o cliente assim o requeira, garantindo a **satisfação dos clientes e o pleno funcionamento dos seus equipamentos**, disponibilizando os seguintes serviços:



**Soluções à medida do cliente**

Temos uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projeto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.



**Montagem e manutenção**

Proporcionamos às nossas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico. Os nossos profissionais estão aptos a prestar serviços de montagem e manutenção, quer na área mecânica, quer na área elétrica e de automação.



**Apoio ao cliente**

Disponibilizamos serviços que o poderão ajudar nas seguintes áreas:

- Assistência pós-venda
- Peças de reserva/reposição
- Aconselhamento na tomada de decisão
- Esclarecimento de eventuais dúvidas.

**PARCERIAS**



**APOIOS**



**CONTACTOS**


Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





Apêndice 114 - Página secundária Serviços, 3.




EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES

INFORMAÇÕES  
TRABALHE  
CONNOSCO


## SERVIÇOS

Garantimos a **assistência técnica às soluções implementadas**, respondendo de forma afirmativa sempre que o cliente assim o requeira, garantindo a **satisfação dos clientes e o pleno funcionamento dos seus equipamentos**, disponibilizando os seguintes serviços:




**Soluções à medida do cliente**

Temos uma equipa de profissionais experientes, capazes de ajudar o cliente quer no projeto de soluções novas e específicas quer na reestruturação do equipamento usado.



**Montagem e manutenção**

Proporcionamos às nossas equipas uma formação contínua com o objetivo de prestar um serviço de montagem e manutenção com um elevado conhecimento técnico. Os nossos profissionais estão aptos a prestar serviços de montagem e manutenção, quer na área mecânica, quer na área elétrica e de automação.




**Apoio ao cliente**


Disponibilizamos serviços que o poderão ajudar nas seguintes áreas:

- Assistência pós-venda
- Peças de reserva/reposição
- Aconselhamento na tomada de decisão
- Esclarecimento de eventuais dúvidas.

**PARCERIAS**






**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
 6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)

Apêndice 115 - Página secundária Serviços, 4.



EMPRESA

SOLUÇÕES

CONTACTOS

in

PT  
EN  
ES

## INFORMAÇÕES

### INSTALAÇÕES FABRIS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148,  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

### COORDENADAS

39° 48' 19.8612"N | 7° 31' 30.0432" W

### EMAILS

Geral: movaco@movaco.pt  
Comercial: comercial@movaco.pt  
Qualidade: qualidade@movaco.pt  
Produção: projecto@movaco.pt  
Contabilidade: contabilidade@movaco.pt

### TELEFONE

(+351) 272 349 570 (Chamada para a rede fixa nacional)



## ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

ENVIAR

### PARCERIAS



### APOIOS




### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)





EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS
in

PT  
EN  
ES

**SOBRE NÓS**  
**QUALIDADE**


## INFORMAÇÕES

**INSTALAÇÕES FABRIS**  
 Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148,  
 6000-997 Castelo Branco - Portugal

**COORDENADAS**  
 39° 48' 19.8612"N | 7° 31' 30.0432" W

**EMAILS**  
 Geral: movaco@movaco.pt  
 Comercial: comercial@movaco.pt  
 Qualidade: qualidade@movaco.pt  
 Produção: projecto@movaco.pt  
 Contabilidade: contabilidade@movaco.pt

**TELEFONE**  
 (+351) 272 349 570 (Chamada para a rede fixa nacional)



### ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*


Contacto\*

Email\*


Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

ENVIAR

**PARCERIAS**




**APOIOS**




**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
 6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



Apêndice 117 - Página secundária Informações, 2.



EMPRESA
SOLUÇÕES
CONTACTOS

in

PT  
EN  
ES

INDÚSTRIAS  
SERVIÇOS


## INFORMAÇÕES

**INSTALAÇÕES FABRIS**  
Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148,  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

**COORDENADAS**  
39° 48' 19.8612"N | 7° 31' 30.0432" W

**EMAILS**  
 Geral: movaco@movaco.pt  
 Comercial: comercial@movaco.pt  
 Qualidade: qualidade@movaco.pt  
 Produção: projecto@movaco.pt  
 Contabilidade: contabilidade@movaco.pt

**TELEFONE**  
(+351) 272 349 570 (Chamada para a rede fixa nacional)



### ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*


Contacto\*

Email\*


Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

ENVIAR

**PARCERIAS**




**APOIOS**



**CONTACTOS**

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)



Apêndice 118 - Página secundária Informações, 3.



EMPRESA

SOLUÇÕES

CONTACTOS

in

PT  
EN  
ES

INFORMAÇÕES  
TRABALHE  
CONNOSCO

## INFORMAÇÕES

### INSTALAÇÕES FABRIS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148,  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

### EMAILS

Geral: movaco@movaco.pt  
Comercial: comercial@movaco.pt  
Qualidade: qualidade@movaco.pt  
Produção: projecto@movaco.pt  
Contabilidade: contabilidade@movaco.pt

### COORDENADAS

39° 48' 19.8612"N | 7° 31' 30.0432" W

### TELEFONE

(+351) 272 349 570 (Chamada para a rede fixa nacional)



## ENTRE EM CONTACTO CONNOSCO

Assunto\*

Nome\*

Contacto\*

Email\*

Aceito a política de privacidade e autorizo o tratamento dos meus dados pessoais para os fins

ENVIAR

### PARCERIAS



### CONTACTOS

Zona Industrial, Rua D Lote P11 - Apartado 1148  
6000-997 Castelo Branco - Portugal

Tel.: (+351) 272 349 570 (chamada para a rede fixa nacional)

### APOIOS





Apêndice 120 - Página secundária Trabalhe Connosco.



Apêndice 121 - Página secundária Trabalhe Connosco, 2.



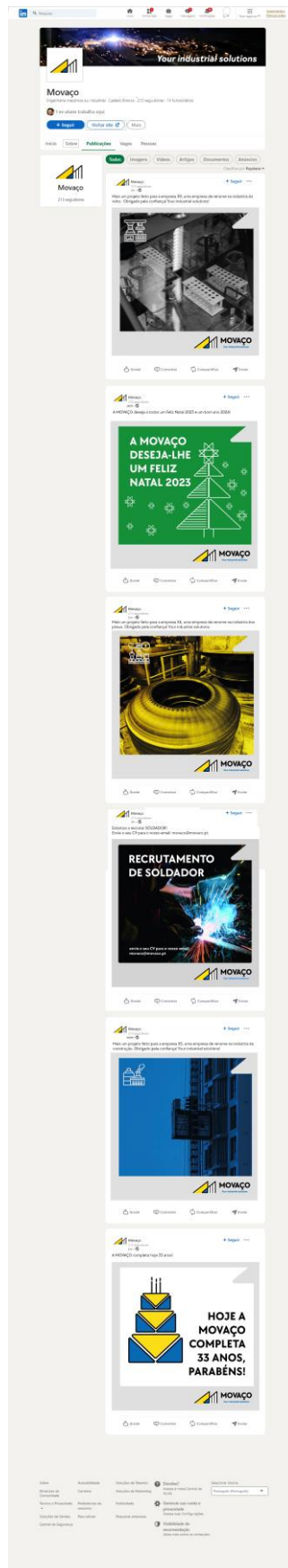
Apêndice 122 - Página secundária Trabalhe Connosco, 3.



Apêndice 123 - Página secundária Trabalhe Connosco, 4.

The image shows a screenshot of the LinkedIn profile page for 'Movaço'. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messages, Notifications, and Profile. The profile header features a banner image with the text 'Your industrial solutions' and the Movaço logo. Below the banner, the company name 'Movaço' is displayed, followed by the description 'Engenharia mecânica ou industrial · Castelo Branco · 213 seguidores · 14 funcionários'. There are buttons for '+ Seguir', 'Visitar site', and 'Mais'. The 'Sobre' tab is selected, showing a 'Visão geral' section with a detailed description of the company's history and services. Below this, there are sections for 'Site' (http://www.movaco.pt/), 'Setor' (Engenharia mecânica ou industrial), 'Tamanho da empresa' (51-200 funcionários), and 'Especializações'. A 'Localidades (1)' section shows the main office location in Castelo Branco, Portugal, with a map. At the bottom, there is a footer with various links and a language selection dropdown set to Portuguese.

Apêndice 124 - Página inicial LinkedIn.



Apêndice 125 - Página das publicações do LinkedIn.