



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



Relatório de Estágio Curricular Licenciatura em Gestão Comercial

Sementes Vivas

Johnatan Christopher Medina Marques

Número 20230131

Orientador

Carlos Robalo

Supervisora

Professora Sara Margarida Isidoro Frade de Brito Filipe

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Gestão Comercial, realizada sob a orientação científica da Professora Adjunta Doutora Sara Margarida Isidoro Frade de Brito Filipe, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho, 2026

Composição do júri

Presidente do júri

Doutor Nuno José Martins Guerra

Professor Adjunto, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Doutora Sara Margarida Isidoro Frade de Brito Filipe

Professor Adjunto, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Especialista Júlio Paulo da Cruz Abrantes

Professor Adjunto Convidado, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Dedicatória

Dedico à minha família, mais especificamente, aos meus pais, aos meus avós, os meus irmãos e ao meu padrinho e a minha madrinha que sempre me apoiaram em todas as etapas da minha vida e me ajudaram a realizar todos os meus sonhos e objetivos.

Agradecimentos

Gostaria de reservar um momento para olhar ao meu redor e expressar o quanto sou grato pelas pessoas que caminham ao meu lado. Ninguém chega a lugar nenhum sozinho, e eu tive a sorte de ser cercado por gigantes.

A Professora Doutora Sara Brito, deixo um agradecimento especial, por todo o apoio, suporte e orientação. Muito obrigado por toda a dedicação e confiança que deposita nos seus alunos, por proporcionar experiências enriquecedoras e marcar de forma tão positiva o nosso percurso.

Ao meu orientador, Carlos Robalo, agradeço sinceramente pela partilha generosa de conhecimentos e experiência, pela disponibilidade e apoio, que contribuíram para uma aprendizagem prática enriquecedora e um ambiente favorável ao desenvolvimento de competências e habilidades valiosas, sem esquecer do seu carinho, afeto, ensinamentos, e vários ensinamentos e lições que levarei para a vida inteira.

A Mafalda Calha que foi mais que uma parceira, aturou os meus surtos e me fez rir muito. Sempre estive comigo nos momentos bons e difíceis puxando por mim e sempre me deu os melhores conselhos, sou muito grato por tudo que ela fez para hoje chegar onde cheguei. Beijos.

Aos meus amigos, obrigado pela leveza, pelas risadas e por serem a família que eu tive o privilégio de escolher. À minha família, meu porto seguro, obrigado pelo apoio incondicional e por serem a base de tudo o que sou.

Mas, especialmente, meu coração se transborda ao falar de duas mulheres fundamentais na minha vida.

Mãe obrigado por seres minha origem, por todo o amor dedicado desde o primeiro segundo e por me ensinares o valor da resiliência. Teu colo é o meu lugar de paz e tua força é a minha maior inspiração.

Madrasta obrigado por teres entrado na minha vida com tanto carinho e respeito. Tu não apenas somaste, mas multiplicaste o amor na nossa casa. Sou grato pela tua amizade, pelo cuidado e por ser esse apoio tão essencial na minha jornada.

Tenho o privilégio de ter duas mães, cada uma à sua maneira, cuidando de mim e torcendo por mim, é a maior benção que eu poderia receber.

Amo todos vocês!

Resumo

O presente relatório de estágio oferece uma descrição detalhada das atividades realizadas durante o estágio curricular realizado no âmbito da Licenciatura em Gestão Comercial da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco, , que ocorreu entre os dias 23 de Março de 2026 e 12 de Junho de 2026 na empresa Sementes Vivas. A Sementes Vivas é uma empresa de sementes biológicas e biodinâmicas, fruto da preservação da biodiversidade e da autonomia dos agricultores, comprometida com a visão regenerativa da agricultura que vai muito além da simples venda de produto. Com uma área de 30 hectares de produção direta em Idanha-a-Nova, a empresa dedica-se à agricultura de precisão, procurando constantemente proteger o património genético das plantas e a saúde do solo para as próximas gerações.

O principal objetivo deste estágio foi aplicar em ambiente profissional os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da licenciatura. Durante este período, conforme o plano de estágio previamente estabelecido, foi possível executar uma variedade de tarefas, abrangendo desde a análise de mercado e estratégias de vendas até à execução de vendas e planos de comunicação.

Palavras chave

Gestão Comercial; Sementes; Estágio; Vendas; Marketing

Abstract

This internship report provides a detailed description of the activities carried out during the academic internship in Business Management, which took place from March 23, 2026, to June 12, 2026, at Sementes Vivas. Sementes Vivas is a company specializing in organic and biodynamic seeds, founded on the principles of biodiversity preservation and farmer autonomy, committed to a regenerative vision of agriculture that goes far beyond the simple sale of products. With 30 hectares of direct production in Idanha-a-Nova, the company is dedicated to precision agriculture, constantly seeking to protect the genetic heritage of plants and soil health for future generations.

The main objective of this internship was to apply the theoretical knowledge acquired during my undergraduate studies in a professional setting. During this period, in accordance with the previously established internship plan, I was able to perform a variety of tasks, ranging from market analysis and sales strategies to the execution of sales and communication plans.

Keywords

Business Management; Seeds; Internship; Sales; Marketing

Índice geral

1. Introdução.....	1
2. Fundamentação Teórica	2
2.1. Conceito de Gestão Comercial	2
2.2. A evolução de Gestão Comercial	2
2.3. Papel da Gestão Comercial nas organizações	4
2.4. Aplicação da Gestão Comercial no contexto profissional	5
3. Caracterização da Entidade Acolhedora	8
3.1. A Empresa	8
3.2 História da empresa	8
3.3. Localização.....	10
3.4. Produtos e serviços	11
3.5. Segmentação de Mercado e Público-alvo	13
3.6. Recursos Humanos	14
3.7. Vendas	17
4. Atividades Desenvolvidas	19
4.1 Operação do Sistema de Informação para Gestão.....	19
4.2 Logística e Distribuição	23
4.3 Embalamento	25
5. Reflexão crítica sobre o estágio desenvolvido	26
6. Conclusão	28
Bibliografia.....	29
Webgrafia	31
Anexos.....	32
Anexo I	33
Anexo II	36

Índice de figuras

Figura 1- processo de planeamento	4
Figura 2 - logotipo da empresa.....	8
Figura 3 - mapa do concelho de Idanha-a-Nova.....	10
Figura 4 - mapa ilustrativo da Herdade do Couto da Várzea.....	10
Figura 5 - Dispersão geográfica da produção da Sementes Vivas.....	11
Figura 6 - Proposta de valor e diferenciação comercial da Sementes Vivas....	11
Figura 7 – Organograma Sementes Vivas.....	14
Figura 8 - Orçamento pág.2	20
Figura 9 - Orçamento pág.1	20
Figura 10 – gestão de encomendas.....	21
Figura 11 – Nota de crédito.....	22
Figura 12 – Expositor	24

Lista de tabelas

Tabela 1 - Exemplos das Gamas de Produtos.....	12
--	----

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

AGW– *A Greener World* (Organização internacional de certificação de bem-estar e sustentabilidade)

B2B – *Business to Business* (Modelo de negócio de empresa para empresa)

B2C – *Business to Consumer* (Modelo de negócio de empresa para o consumidor final)

CRM–(Customer Relationship Management) Gestão de Relacionamento com Cliente

DGAV– Direção-Geral de Alimentação e Veterinária

E-commerce – *Electronic Commerce* (Comércio Eletrónico)

F1– Híbrido de primeira geração (Sementes resultantes do cruzamento de duas linhas puras)

I&D– Investigação e Desenvolvimento (ou *R&D - Research and Development*)

INIAV – Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária, I.P.

IoT– *Internet of Things* (Internet das Coisas)

MBH– Material Biológico Heterogéneo

NDVI – *Normalized Difference Vegetation Index* (Índice de Vegetação por Diferença Normalizada – usado na monitorização de culturas)

OGM – Organismos Geneticamente Modificados

SGPS– Sociedade Gestora de Participações Sociais (Termo técnico para *Holding*)

SKU– *Stock Keeping Unit* (Unidade de Manutenção de Stock / Código de identificação de produto)

UE–União Europeia

USP– *Unique Selling Proposition* (Proposta Única de Venda)

SIG – Sistema de Informação para Gestão

PVD – Pontos de Venda

Glossário

Estratégia de Mercado e Vendas

B2B (Business to Business): Modelo de negócio onde a Sementes Vivas vende para outras empresas, como revendedores, lojas de produtos naturais, garden centres ou grandes produtores agrícolas.

B2C (Business to Consumer): Venda direta ao consumidor final, realizada principalmente através da loja online (e-commerce) para jardineiros amadores e hortas urbanas.

Cadeia de Valor: Conjunto de atividades realizadas pela empresa, desde a seleção da semente até à entrega ao cliente, que acrescentam valor ao produto final.

Canal de Distribuição: Os caminhos pelos quais as sementes chegam ao cliente (ex: distribuidores nacionais, exportação, retalho especializado).

E-commerce: Plataforma de venda online da empresa, fundamental para alcançar mercados internacionais e clientes de pequena escala.

Soberania Alimentar (como argumento de venda): Conceito ético usado comercialmente para diferenciar a marca, apelando ao desejo do cliente de ser independente de sementes industriais e patentes.

Gestão de Produto (Branding e Packaging)

Gama de Produtos: O conjunto total de variedades oferecidas pela empresa (Hortícolas, Flores, Aromáticas, Cereais e Adubos Verdes).

Packaging Sustentável: Embalagens concebidas para minimizar o impacto ambiental, alinhadas com a imagem de marca biológica da empresa.

Rastreabilidade: Sistema que permite acompanhar o histórico, a aplicação e a localização de um lote de sementes, garantindo segurança e confiança ao comprador.

Sementes de Polinização Aberta (Valor Comercial): Diferenciador de mercado que permite ao cliente reutilizar as sementes, fidelizando-o pela ética e qualidade, em vez da dependência técnica (como nos híbridos).

SKU (Stock Keeping Unit): Código único atribuído a cada produto (ex: uma saqueta de Tomate Coração de Boi 5g) para controlo de stock e inventário comercial.

Qualidade e Conformidade Comercial

Certificação Biológica (Selo Europeu): Logótipo da folha verde da UE que é obrigatório para a comercialização de produtos biológicos, funcionando como o principal "passaporte" de venda.

Lote: Quantidade específica de sementes produzidas sob condições idênticas. O número do lote é essencial para o controlo de qualidade e reclamações de clientes.

Pureza Específica: Percentagem, em peso, das sementes da espécie em questão presentes na embalagem, livre de impurezas ou sementes de outras espécies.

Taxa de Germinação: Percentagem de sementes que se espera que germinem sob condições ideais. É um indicador de qualidade crucial para a satisfação do cliente e para evitar devoluções.

Relações Externas e Clientes

Agricultores Multiplicadores: Parceiros estratégicos que produzem sementes para a empresa sob contrato, funcionando como "fornecedores de base" da cadeia comercial.

Stakeholders: Todas as partes interessadas no negócio, desde os investidores e funcionários até aos clientes finais e entidades reguladoras (como a DGAV).

1. Introdução

Este relatório foi elaborado para a finalização da Licenciatura em Gestão Comercial da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco, no âmbito da Unidade Curricular “Estágio” inserida no segundo semestre do terceiro ano da licenciatura, tendo como objetivo principal proporcionar aos alunos a oportunidade de interagir com o ambiente de trabalho, aplicando na prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

O Estágio foi realizado na área comercial da Sementes Vivas S.A, uma empresa produtora de sementes biológicas sediada em Idanha-a-Nova. O estágio teve uma duração de 420h distribuídas por 12 semanas, com início no dia 23 de março de 2026 e finalização no dia 12 de junho de 2026.

A presença da empresa em Idanha-a-Nova oferece uma gama de benefícios e vantagens para a região, pois a empresa contribui para a economia local, criando empregos diretos e indiretos e apoiando fornecedores locais. Essa presença também promove a identidade regional, destacando as tradições agrícolas únicas de Idanha-a-Nova. São feitos, pela empresa, investimentos em inovação e tecnologia agrícola com o objetivo de aumentar a eficiência e a qualidade das operações, enquanto contribui para o avanço do setor agrícola regional.

A escolha desta empresa para a realização do estágio baseou-se na sua reputação em adotar práticas sustentáveis e preocupações ambientais. Além disso, a perspectiva de estagiar numa empresa que investe em inovação e tecnologia agrícola foi também um fator importante, tendo o estagiário a oportunidade de aprender sobre práticas modernas e avanços tecnológicos no campo.

Assim, enquanto o estágio visou o desenvolvimento de competências no terreno e a integração no contexto empresarial, permitindo o domínio prático dos fluxos comerciais e logísticos da empresa, o presente relatório pretende descrever e analisar criticamente as atividades desenvolvidas no decorrer do estágio curricular na Sementes Vivas S.A. Pretende-se neste documento evidenciar a articulação contínua entre a fundamentação teórica e a experiência prática em contexto real de trabalho, refletindo sobre as competências operacionais e comportamentais consolidadas, desafios presentes no quotidiano e o impacto global desta experiência no desenvolvimento tanto académico e profissional como pessoal do estagiário.

Em relação à estrutura do relatório, este encontra-se dividido em várias secções principais. Primeiramente, a fundamentação teórica, onde estão descritos os principais conceitos abordados ao longo do estágio, bem como a sua importância no âmbito da Gestão Comercial. Numa segunda parte é apresentada a entidade acolhedora, seguida por uma descrição das tarefas onde estão apresentadas as atividades realizadas ao longo do estágio. No final, é feita uma reflexão crítica sobre a realização do estágio curricular.

2. Fundamentação Teórica

O enquadramento teórico consiste numa pesquisa de conceitos teóricos citados por alguns autores, relacionados com as temáticas abordadas e estudadas durante o curso. Essa base teórica também serve como elo de ligação dos conceitos aprendidos em sala de aula com as práticas e desafios enfrentados no ambiente de trabalho. De seguida, apresenta-se a perspectiva de diversos autores e artigos, com o intuito de contribuir para a consolidação de conhecimentos e enriquecimento dos conceitos abordados ao longo da licenciatura.

2.1. Conceito de Gestão Comercial

Gestão Comercial é a área responsável pelo conjunto de estratégias e atividades do setor comercial de uma organização ou empresa. A aplicação desses processos melhora a qualidade na gestão de uma empresa, otimizando o seu desempenho e agregando-lhe diferencial competitivo, garantindo a sua eficiência no que toca a custos e atendimento (Ramos et al.2025).

Em termos práticos, áreas como a produção ou a logística cuidam do "o que" a empresa faz, já a Gestão Comercial tem a responsabilidade de definir de forma estratégica o "para quem", "como" e "por quanto" se vende o produto, mantendo o equilíbrio entre a satisfação do cliente e a saúde financeira da organização. A função comercial, segundo Kotler e Keller (2012) citado por Silva et al. (2025) envolve a análise de mercado, planeamento estratégico, execução de vendas e manutenção de relacionamentos duradouros com os clientes.

Assim, como refere Ramos et al. (2025) a atividade de Gestão Comercial tem como principal objetivo o equilíbrio entre as vendas e marketing como forma de garantir a satisfação do consumidor final.

Tendo ainda em conta a perspetiva de Kotler (2000), a Gestão Comercial não deve ser vista como uma atividade isolada de vendas, mas como uma parte integrante do marketing mix, onde a entrega de valor ao cliente é o objetivo central para garantir a sustentabilidade do negócio.

Porter (1985) acrescenta ainda que, a vantagem competitiva nasce pelo valor que a empresa cria para os seus clientes, devendo ser sempre maior que o custo que teve para a produzir, portanto a formulação de uma estratégia competitiva é vital para a empresa, uma vez que esta dificilmente terá condições para responder a todas as necessidades de todos os segmentos de mercado atendidos em simultâneo, a estratégia ajuda a focar no público certo e desta forma, garantir um posicionamento único e de valor.

2.2. A evolução de Gestão Comercial

Segundo Kotler et al. (2024) a Gestão Comercial tem evoluído ao longo do tempo para acompanhar as dinâmicas do ambiente de negócios e as transformações nas necessidades dos consumidores. As abordagens mais tradicionais, centradas principalmente em vendas diretas, foram introduzidas estratégias mais modernas, como marketing digital e e-commerce. A atividade

comercial continua assim a adaptar-se para maximizar os resultados das organizações.

Segundo Madruga et al. (2015), com o impulso da revolução industrial os produtos passaram de artesanais para fabricados em série industrialmente. No início do século XX, a orientação dos negócios era focada no produto e seguiam a lógica de quem o produzia, o pensamento era traduzido em “se eu produzir, o mercado compra”. As vendas eram abordadas como um processo direto e agressivo, com pouca preocupação se o produto resolvia um problema real do cliente a longo prazo, focando apenas em escoar o produto (Keith, 1960).

A orientação para o produto passou mais tarde a dar lugar ao foco nas vendas, segundo Madruga et al. (2015) a queda do desempenho das empresas que privilegiavam a produção e o aumento da competitividade do mercado desencadeou uma mudança de comportamento. Apesar do foco empresarial refletir ainda uma perspectiva interna, valorizando as necessidades internas da empresa e privilegiavam mecanismos promocionais. Esta perspectiva, a longo prazo gera insatisfação nos clientes e quedas na faturação.

Neste sentido, surge a era do Marketing e a orientação para o Cliente traduzindo uma visão de negócios focada na antecipação e satisfação das necessidades e expectativas do consumidor (Madruga et al. 2015).

Nos anos 90-2010 foi a era do Relacionamento e CRM o que causou mais uma evolução. Com a popularização da tecnologia, ficou claro que manter um cliente era mais barato do que conquistar um novo. A Gestão Comercial passou a ser baseada em dados e com surgimento dos softwares de CRM permitiu personalizar o atendimento. E novamente o foco se vira para a construção de lealdade e ciclos de vendas mais longos e consultivos.

Na atualidade a gestão comercial é impulsionada pela transformação digital e pela abundância de informação. O profissional de vendas adota uma postura consultiva, atuando como um especialista que orienta o cliente na tomada de decisão. Usam-se frequentemente os dados e as redes sociais (*social selling*) para atrair *leads* qualificados antes mesmo do primeiro contato humano. É de salientar que a relação comercial ultrapassa a conclusão do processo da venda, estendendo-se ao acompanhamento do cliente pós-venda, para garantir que ele obtenha valor com o que comprou.

Jobber e Lancaster (2015) confirmam, na obra *Selling and Sales Management*, que a venda deixou de ser entendida como um ato isolado de persuasão, tornando-se um processo contínuo de criação de valor. Os autores destacam que o ambiente competitivo contemporâneo exige por parte da força de vendas o entendimento do negócio do cliente, desenvolvendo soluções adaptadas às suas necessidades, contribuindo para o desenvolvimento de relações duradouras e benéficas para ambas as partes, substituindo técnicas agressivas de fecho de negócios por técnicas que privilegiam a colaboração para a criação de valor a longo prazo. É

percebida a transformação profunda pelo qual a gestão comercial e o papel da função das vendas passaram, evoluindo de uma lógica transacional centrada no produto para uma orientação estratégica baseada no relacionamento.

2.3. Papel da Gestão Comercial nas organizações

Segundo Lindon et al. (2011), o papel da gestão comercial nas organizações contemporâneas transcende a mera operacionalização da venda, posicionando-se como o elo de ligação fulcral entre a capacidade produtiva interna da empresa e as exigências do mercado externo. Sob esta perspetiva, a sua missão engloba a criação contínua de valor, a gestão de ativos e a garantia da sustentabilidade económica do negócio através de uma orientação estratégica para o mercado (Lindon et al., 2011).

Assim, a Gestão Comercial é responsável por traduzir os objetivos globais da empresa em planos de ação concretos. Conforme mencionado por Jobber e Lancaster (2015) este processo de planeamento deve ser alinhado ao plano de marketing estratégico da empresa, seguindo uma lógica que parte da missão e dos objetivos gerais até à definição das estratégias e táticas comerciais. Como se pode observar na figura 1, este ciclo envolve o estabelecimento de objetivos (como metas de faturação e identificação de segmentos), a organização da força de vendas, a implementação das ações e, crucialmente, a medição e controlo dos resultados face aos padrões definidos.

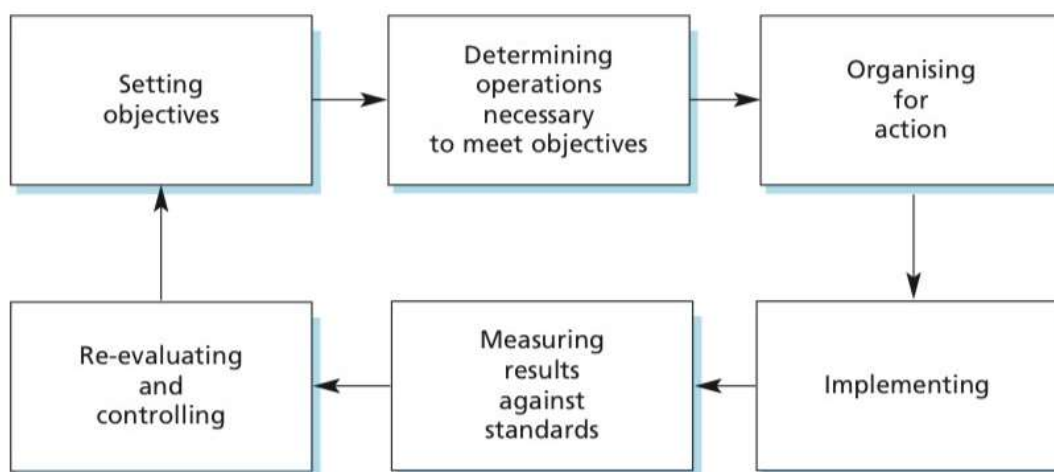


Figura 1- processo de planeamento

Fonte: Jobber e Lancaster (2015)

Uma das funções vitais desta área é ainda a gestão do fluxo de informação. A equipa comercial recolhe *inputs* diretos dos clientes e do mercado, transmitindo-os aos departamentos de produção e marketing, permitindo que a empresa ajuste os seus produtos e serviços às necessidades reais dos consumidores, evitando o desperdício de recursos e otimizando a gestão do inventário (Lindon et al., 2011).

Tendo em conta a vertente operacional, o gestor comercial atua como líder de força de vendas. O seu papel inclui o recrutamento de perfis adequados, a

formação contínua sobre o produto e o mercado, e a implementação de sistemas de incentivos e controlo de performance através de indicadores como o volume de vendas, margem bruta e taxa de conversão (Jobber & Lancaster, 2015).

Na economia moderna, o papel comercial passou a ser o foco na retenção. Neste sentido, gestão comercial utiliza sistemas de CRM para monitorar o ciclo de vida do cliente, garantindo que a venda não seja um evento isolado, mas sim o início de uma relação duradoura que maximiza o *Lifetime Value*, ou seja, valor total do cliente para a empresa (Kotler & Keller, 2012).

Por fim, é de extrema importância referir que, a eficácia da Gestão Comercial não se mede apenas pelo volume transacionado, mas sim pela rentabilidade gerada pelas vendas. Cabe a esta função a gestão de políticas de descontos, prazos de pagamento e margens de lucro, assegurando que o crescimento da faturação contribui efetivamente para a saúde financeira de uma organização sólida (Jobber & Lancaster, 2015).

2.4. Aplicação da Gestão Comercial no contexto profissional

A atuação do gestor comercial no mercado contemporâneo exige a mobilização de um conjunto integrado de conhecimentos teóricos e competências estratégicas. Para responder com eficácia aos desafios organizacionais, a atividade comercial fundamenta-se em eixos conceptuais que articulam desde a análise analítica do mercado até à execução logística e ao desenvolvimento de relações de confiança a longo prazo. Seguidamente, apresentam-se os pressupostos teóricos que sustentam as boas práticas e a tomada de decisão no ambiente de negócios.

Pesquisa de Mercado e Análise Competitiva

A pesquisa e análise de mercado são cruciais para que as empresas compreendam o ambiente competitivo em que estão inseridas. Estes mecanismos constituem a base para a identificação de tendências de consumo, análise das estratégias da concorrência, comparação de preços, fatores de qualidade e a validação de novas ofertas antes do seu lançamento em larga escala. Sem esta fundamentação, corre-se o risco de tomar decisões estratégicas baseadas em suposições, o que pode culminar em investimentos mal direcionados e na perda de oportunidades de crescimento conforme defende Malhotra (2019).

Comunicação Estratégica e Diagnóstico Comercial

No ambiente corporativo, a comunicação passa de uma mera troca de informações para se posicionar como uma ferramenta estratégica de gestão, fundamental para a transmissão do valor diferenciado das propostas comerciais. Gouveia (2018) aborda conceitos como a escuta ativa, a assertividade e a adaptação do discurso verbal e não verbal em função dos diferentes perfis de interlocutores. Esta abordagem permite diagnosticar as necessidades específicas dos parceiros de negócio antes da formulação de uma proposta, garantindo a transmissão segura dos benefícios organizacionais e o ajuste da linguagem técnica, comercial ou pedagógica.

Comportamento e Tomada de Decisão do Consumidor

O estudo do comportamento do consumidor analisa o processo de tomada de decisão dos indivíduos e organizações, identificando os fatores que influenciam as suas escolhas de compra. Entender e interpretar esta vertente é essencial para o sucesso de qualquer empresa e o seu estudo envolve o mapeamento de variáveis como motivações, valores, percepções e experiências passadas. Solomon (2020) explica que a interpretação dos fatores psicológicos, sociais e culturais que moldam o processo de compra é essencial para a adaptação das estratégias de *marketing* e vendas, facilitando a segmentação de clientes e viabilizando a construção de relacionamentos mais robustos e duradouros.

Liderança e Otimização da Força de Vendas

A gestão da força de vendas ultrapassa o propósito de uma mera tarefa administrativa, assumindo-se como uma função de liderança estratégica que coordena as equipas no terreno e o suporte ao cliente. Segundo Jobber e Lancaster (2009), os pilares desta componente assentam na estruturação das equipas, na definição de metas operacionais e indicadores-chave de desempenho (*Key Performance Indicators* - KPI), na otimização da perspectiva de mercado e na monitorização contínua do desempenho individual e coletivo.

Modelos e Dinâmicas de Negociação

A negociação no contexto comercial é regada pelo equilíbrio entre a viabilidade comercial e a construção de parcerias estáveis a longo prazo. O modelo de Lewicki et al. (2020) demonstra que o sucesso negocial depende de uma rigorosa preparação prévia, privilegiando estratégias integrativas do tipo ganha-ganha (*win-win*). Isto pressupõe o planeamento de margens de cedência, o tratamento técnico de objeções e processos de fecho consultivo, transmitindo clareza e segurança jurídica e contratual a ambas as partes.

Inteligência de Dados e Sistemas de Informação

O tratamento e a análise de dados permitem converter registos brutos em inteligência comercial, diminuindo riscos e aumentando a segurança na tomada de decisão. A organização de bases de dados garante a fiabilidade da informação e a sua devida segmentação, ao passo que a análise de performance por produto e região identifica focos de sucesso comercial. Adicionalmente, técnicas de previsão de procura (*forecasting*) utilizam o histórico de vendas para o planeamento e monitorização de KPI. A relevância destes sistemas de planeamento de recursos integrados (ERP) e de gestão de relacionamento com o cliente assenta na eficiência e na automatização dos processos organizacionais (Laudon & Laudon, 2021). Sob a ótica de Roldão e Ribeiro (2014), os Sistemas de Informação para a Gestão (SIG) suportam o fluxo físico das organizações, integrando os processos de orçamentação, encomendas e regularizações financeiras necessárias ao quotidiano operacional.

Gestão Estratégica de Produto e Preço

A gestão de produto e preço é a vertente que garante que o posicionamento de mercado de uma organização se traduz em sustentabilidade económica. Dolan e Simon (2012) sustentam a necessidade de transição das políticas de preço baseadas estritamente nos custos (*cost-based pricing*) para estratégias assentes no valor percebido pelo cliente (*value-based pricing*) e na diferenciação competitiva de mercado.

Marketing Relacional e Retenção de Clientes

O *marketing* relacional converte a venda puramente técnica numa parceria de confiança estável e de longo prazo. Christopher et al. (2013) associam a fidelização e a retenção de clientes à existência de canais contínuos de suporte e à criação de redes relacionais robustas. De forma prática, estes conceitos traduzem o aconselhamento especializado pós-venda, na gestão personalizada via CRM para a antecipação de necessidades e na integração do *feedback* do cliente na melhoria contínua da oferta, assegurando uma base de faturação estável.

Internacionalização e Distribuição Global

A expansão das fronteiras de atuação de uma organização exige competências em áreas multidisciplinares para fazer face aos mercados externos. Como afirmam Cateora et al. (2020), a internacionalização requer a adaptação cultural e linguística da oferta, a seleção criteriosa de canais de distribuição, a conformidade normativa e a eficiência logística transfronteiriça. Complementarmente, a logística e a distribuição representam o braço operacional da gestão comercial, assumindo um papel crítico na preservação dos atributos do produto e no cumprimento dos prazos acordados através de cadeias de abastecimento ágeis, gestão de armazenamento e otimização de transportes (Christopher, 2016).

3. Caracterização da Entidade Acolhedora

3.1. A Empresa

A empresa Sementes Vivas S.A, cujo o logótipo apresenta-se na figura 1, dedica-se à produção, transformação e distribuição de sementes biológicas com qualidade e encontra-se localizada em Idanha-a-Nova no distrito de Castelo Branco. Responsável por um dos maiores investimentos agrícolas na região da Beira Baixa, a empresa está continuamente à procura de oportunidades de crescimento e expansão, demonstrando um compromisso com o desenvolvimento e a inovação dentro do setor de plantação e comércio de sementes.



Figura 2 - logotipo da empresa

Fonte: sementesvivas

A empresa tem um único centro de distribuição localizada em Idanha-a-Nova que consegue distribuir para o país inteiro e para o mercado estrangeiro. O armazém encontra-se localizado na sede da empresa onde são guardados todos os produtos produzidos.

A Sementes Vivas é reconhecida não apenas pela sua produção de sementes, mas também pela sua abordagem sustentável e responsável. A empresa valoriza a preservação do meio ambiente e pratica métodos de cultivo que visam minimizar o impacto ambiental. Isso inclui o uso eficiente de recursos naturais, práticas de conservação do solo e da água, bem como a aplicação de técnicas agrícolas regenerativas que promovem a biodiversidade local.

Missão: Ser uma empresa europeia líder em sementes biológicas, disponibilizando sementes biológicas e biodinâmicas de alta qualidade para todos os que desejam cultivar alimentos saudáveis.

Visão: Ajudar a criar um mundo em harmonia com a natureza, fornecendo sementes orgânicas como fonte de vida e saúde.

Valores: Qualidade, transparência, foco nos resultados, pensamento positivo e criativo, diversidade e desperdício.

3.2 História da empresa

A empresa foi fundada no ano de 2015, estabelecendo o seu polo central de produção e a sua sede administrativa e logística na Herdade do Couto da Várzea, localizada em Idanha-a-Nova, no distrito de Castelo Branco. A escolha desta localização estratégica deveu-se à reputação e ao desenvolvimento da região no

acolhimento de práticas sustentáveis, preocupações ambientais e inovação no campo.

A organização nasceu com o propósito claro de ir muito além da simples comercialização de mercadorias: assumiu o compromisso de promover uma visão regenerativa da agricultura, focando-se na preservação da biodiversidade e no reforço da autonomia e soberania dos agricultores. Para contrariar a perda de património genético provocada pelo uso massivo de sementes híbridas industriais F1 (*first filial generation*), a Sementes Vivas especializou-se exclusivamente na produção e multiplicação de sementes de polinização aberta, permitindo que os produtores possam reutilizar as sementes das suas próprias colheitas.

Logo no início das suas operações, a empresa implementou metodologias de agricultura de precisão nos seus 30 hectares de cultivo direto em Idanha-a-Nova. O rigor técnico aplicado permitiu obter a dupla certificação biológica (Selo Europeu) e a certificação *Demeter* (referencial máximo mundial para a agricultura biodinâmica), assegurando a proteção da saúde do solo e a integridade biológica das plantas.

Com o crescimento da atividade, a empresa expandiu a sua capacidade produtiva através da criação de uma rede de parceiros estratégicos, denominados agricultores multiplicadores, espalhados sob contrato por várias regiões de Portugal Continental e ilhas. Esta descentralização permitiu testar e adaptar o portefólio de variedades a diferentes contextos edafoclimáticos.

Simultaneamente, a Sementes Vivas apostou na transformação digital e na internacionalização para fazer escoar os seus produtos. Através do desenvolvimento de uma plataforma própria de comércio eletrónico (*e-commerce*), conseguiu aproximar-se do consumidor final urbano (canal B2C), enquanto consolidava parcerias de grande escala com distribuidores e revendedores europeus (canal B2B). Hoje, a organização destaca-se como uma referência de sustentabilidade económica e rural, exportando sementes biológicas de alta qualidade e participando ativamente em projetos de investigação para o registo de variedades tradicionais.

3.3. Localização

A Sementes Vivas desenvolve as suas atividades principais, tanto ao nível da produção agrícola como da gestão administrativa e logística, em Idanha-a-Nova, uma vila localizada na Beira Baixa, no distrito de Castelo Branco. O concelho de Idanha-a-Nova possui uma área territorial considerável, integrando várias freguesias, entre as quais se destaca o Ladoeiro, localidade onde se encontra estabelecida a sede operativa da organização, visível no mapa do conselho apresentado na figura 2.

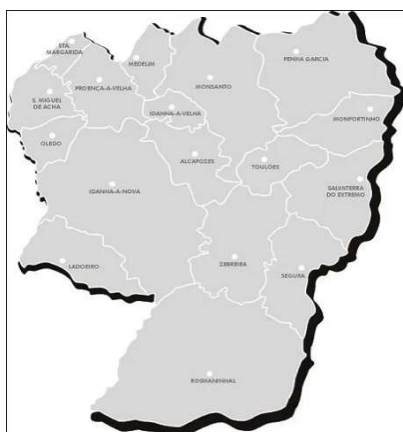


Figura 3 - mapa do concelho de Idanha-a-Nova

Fonte: google

A atividade produtiva direta da empresa está concentrada na Herdade do Couto da Várzea, na figura 3 é possível ver o seu mapa ilustrativo, estando situada na freguesia do Ladoeiro. Este polo operacional conta com uma área de 30 hectares de produção direta dedicada à agricultura de precisão e à multiplicação de sementes biológicas e biodinâmicas. É também nesta infraestrutura central que se localiza o único centro de distribuição da empresa, o qual engloba o armazém principal onde são acondicionados, tratados e geridos todos os lotes de produtos antes de serem escoados para o mercado nacional e internacional.



Figura 4 - mapa ilustrativo da Herdade do Couto da Várzea

Fonte: sementesvivas

Adicionalmente, a dispersão geográfica da produção da Sementes Vivas, representada na figura 4, estende-se para além da sua herdade principal através de uma rede de parceiros estratégicos. Esta rede é composta por mais de 35 agricultores multiplicadores contratados, cujas explorações agrícolas estão distribuídas por diversas regiões de Portugal Continental e ilhas, permitindo a adaptação e a multiplicação das variedades de sementes em diferentes contextos edafoclimáticos.



Figura 5 - Dispersão geográfica da produção da Sementes Vivas

Fonte: google

3.4. Produtos e serviços

A Sementes Vivas apresenta uma proposta de valor, cujo o esquema está ilustrado na figura 5, focada na comercialização de organismos vivos de elevada qualidade agronómica, sendo que a sua diferenciação assenta na preservação do património genético e na exclusão de sementes híbridas F1 ou organismos geneticamente modificados (OGM). Toda a gama de produtos é gerida através de unidades de manutenção de stock (*Stock Keeping Units* – SKU) para garantir um controlo rigoroso de inventário e de rastreabilidade por lote.



Figura 6 - Proposta de valor e diferenciação comercial da Sementes Vivas.

Fonte: sementesvivas

A carteira de produtos e serviços da organização estrutura-se da seguinte forma:

Gama de Produtos (Catálogo Comercial)

A empresa disponibiliza uma curadoria de sementes de polinização aberta, adaptadas a diferentes escalas de cultivo e comercializadas em embalagens sustentáveis (*packaging* sustentável):

Sementes Hortícolas: Variedades destinadas à produção de legumes e hortaliças (como o Tomate Coração de Boi), sendo o segmento mais representativo para agricultores profissionais e hortas urbanas.

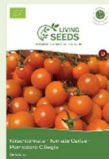
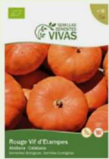
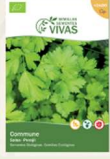
Sementes de Ervas Aromáticas e Medicinais: Destinadas ao cultivo de plantas para tempero, infusões ou extração de óleos essenciais.

Sementes de Flores: Variedades ornamentais que, além do valor estético, desempenham um papel crucial na promoção da biodiversidade e na atração de polinizadores nos campos de cultivo.

Sementes de Cereais: Variedades tradicionais e grãos selecionados para a produção de cereais panificáveis ou outros fins agrícolas.

Adubos Verdes / Plantas de Forragem: Misturas de sementes utilizadas para a cobertura e regeneração biológica dos solos, melhorando a fertilidade da terra e servindo de alimento para animais.

Tabela 1 - Exemplos das Gamas de Produtos

Descrição	Exemplo de Produtos
Hortícolas	  
Flores	  
Ervas aromáticas	  
Adubos verdes	  

Serviços Associados e Comercialização

Embora o núcleo da empresa seja a venda de bens físicos, a atividade comercial engloba serviços logísticos e técnicos integrados que geram valor acrescentado para o cliente:

Aconselhamento e Suporte Técnico (Venda Consultiva): A força de vendas atua de forma especializada, prestando apoio técnico aos agricultores profissionais sobre as especificidades das sementes biológicas, épocas de sementeira e manejo biodinâmico.

Serviço de E-commerce e Distribuição: Operacionalização de uma plataforma de comércio eletrónico que permite o fornecimento direto ao consumidor final (B2C), complementada por uma logística capaz de efetuar a distribuição capilar nacional e internacional.

Desenvolvimento e Investigação Participativa: Através de projetos integrados (como o *LIVESEEDING*), a empresa presta um serviço à comunidade agrícola através da notificação e registo de Material Biológico Heterogéneo (MBH), garantindo a autonomia e a resiliência climática das culturas locais.

3.5. Segmentação de Mercado e Público-alvo

O público-alvo da Sementes Vivas é heterogéneo, englobando desde grandes produtores agrícolas até entusiastas da jardinagem amadora. Para responder eficazmente a esta diversidade de necessidades, a gestão comercial da organização adota uma estratégia de segmentação binária, dividida em dois eixos principais:

Mercado B2B (Business to Business) – Clientes Profissionais e Revenda

Este segmento representa o principal motor de volume e faturação da organização, sendo constituído por parceiros que utilizam ou comercializam a semente a uma escala profissional:

Agricultores e Produtores Profissionais: Explorações agrícolas de média e grande dimensão dedicadas à produção biológica e biodinâmica, que exigem sementes com elevados padrões de pureza, rastreabilidade e taxas de germinação garantidas para assegurar a rentabilidade das suas culturas.

Revendedores e Distribuidores Especializados: Lojas de produtos naturais, cooperativas agrícolas, *garden centres* (centros de jardinagem) e retalho especializado. Estes parceiros adquirem os produtos em larga escala e utilizam estruturas de distribuição da marca — como os expositores de venda — para escoar o produto no mercado retalhista nacional e europeu.

Mercado B2C (Business to Consumer) – Consumidores Finais

Este segmento caracteriza-se por compras de menor dimensão (pequena escala), mas com uma elevada margem de valorização da marca e forte componente digital:

Jardineiros Amadores e Hortas Urbanas: Consumidores particulares que cultivam em quintais, varandas ou pequenas hortas familiares. Este público valoriza fortemente os conceitos éticos e ecológicos da marca, como a sustentabilidade, a biodiversidade e a soberania alimentar, preferindo sementes de polinização aberta que permitam a autonomia no cultivo. O acesso a este

público é operacionalizado maioritariamente através da plataforma de comércio eletrónico (*e-commerce*) da empresa.

3.6. Recursos Humanos

A empresa conta com uma equipa de colaboradores altamente especializados e distribuídos de forma estratégica para assegurar a excelência operacional. Esta estrutura organizacional é liderada por um CEO, Micha Groenewegen, e encontra-se dividida em quatro departamentos principais (*Department Heads*) e dois departamentos de suporte (*Support Departments*), conforme ilustrado no organograma da empresa na Figura 6.

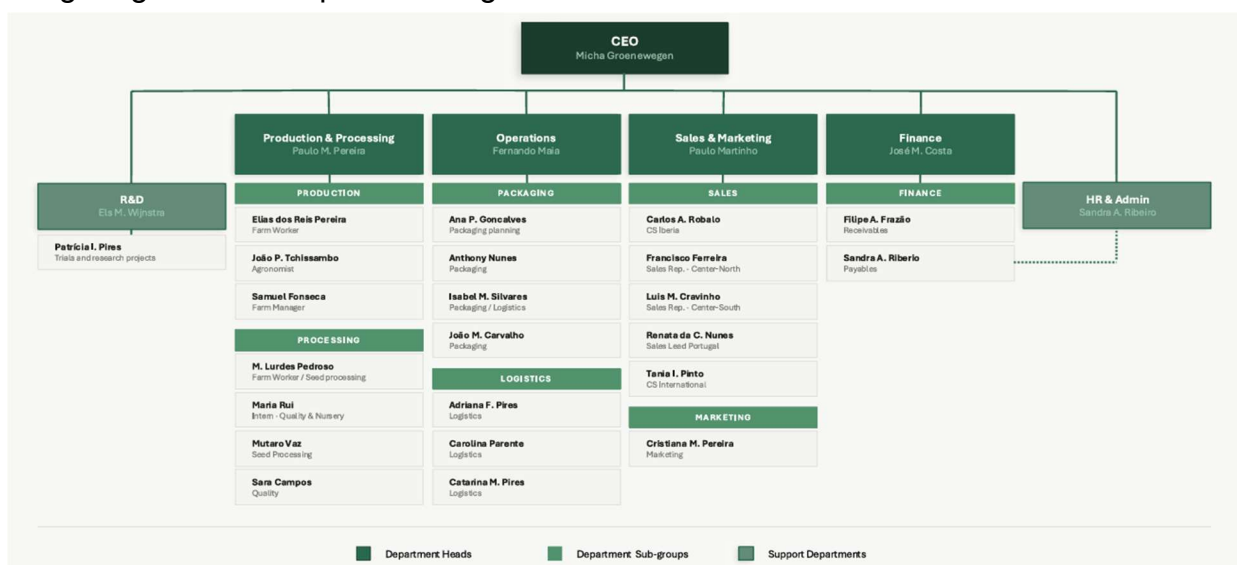


Figura 7 – Organograma Sementes Vivas

Fonte: sementesvivas

Esta equipa desempenha um papel fundamental em todas as etapas das operações da empresa, desde a investigação e desenvolvimento (*I&D*), passando pelo cultivo, colheita e processamento das sementes, até às atividades logísticas, administrativas, de faturação e comercialização dos produtos finais.

Abaixo descrevem-se as funções dos colaboradores e as respectivas subequipas da organização:

Administração Geral e Departamentos de Suporte

CEO (Micha Groenewegen): Responsável pela liderança executiva, planejamento estratégico global e pela tomada de decisões de alto nível para garantir o crescimento e a sustentabilidade da organização.

R&D (Els M. Wijnstra): Diretor do departamento de Investigação e Desenvolvimento, encarregue de liderar os estudos de melhoramento de sementes e inovação biológica.

Patrícia I. Pires (*Trials and research projects*): Responsável pela condução de ensaios de campo e gestão de projetos de investigação científica associados às sementes.

RH & Admin (Sandra A. Ribeiro): Responsável pela gestão estratégica de Recursos Humanos e pela supervisão administrativa da empresa.

Departamento de Produção e Processamento (*Production & Processing*)

Sob a direção de Paulo M. Pereira, este departamento divide-se em dois subgrupos operacionais focados no campo e no tratamento das sementes:

Subgrupo de Produção (*Production*):

Samuel Fonseca (*Farm Manager*): Gestor agrícola encarregue de planear e coordenar as atividades diárias de cultivo na Herdade do Couto da Várzea.

João P. Tchissambo (*Agronomist*): Engenheiro agrónomo responsável pelo acompanhamento técnico, sanidade vegetal e otimização das práticas biológicas e biodinâmicas.

Elias dos Reis Pereira (*Farm Worker*): Operador agrícola dedicado à execução das tarefas de cultivo e manejo no terreno.

Subgrupo de Processamento (*Processing*):

M. Lurdes Pedroso (*Farm Worker / Seed processing*) e Mutaro Vaz (*Seed Processing*): Responsáveis pela receção, limpeza, triagem e processamento técnico das sementes colhidas.

Sara Campos (*Quality*): Encarregue do controlo de qualidade e validação dos lotes de sementes.

Maria Rui (*Intern - Quality & Nursery*): Estagiária integrada no suporte às atividades de viveiro e controlo de qualidade.

Departamento de Operações (*Operations*)

Sob a direção de Fernando Maia, esta ala assegura que o produto processado é transformado em stock comercializável e expedido de forma eficiente:

Subgrupo de Embalamento (*Packaging*):

Ana P. Gonçalves (*Packaging planning*): Responsável pelo planeamento e calendarização das necessidades de embalamento face à procura.

Anthony Nunes e João M. Carvalho (*Packaging*): Operadores encarregues da execução do embalamento físico das saquetas de sementes.

Isabel M. Silvares (*Packaging / Logistics*): Elemento de ligação que atua tanto no embalamento como no suporte logístico.

Subgrupo de Logística (*Logistics*):

Adriana F. Pires, Carolina Parente e Catarina M. Pires (*Logistics*): Equipa responsável pela gestão do armazém, receção de mercadorias, preparação das encomendas (*picking* e *packing*) e despacho para distribuição.

Departamento de Vendas e Marketing (*Sales & Marketing*)

Sob a direção de Paulo Martinho, este departamento é o braço comercial que faz a interface com o mercado nacional e internacional:

Subgrupo de Vendas (*Sales*):

Carlos A. Robalo (*CS Iberia*): Responsável pelo Serviço de Apoio ao Cliente (*Customer Service*) e gestão de contas comerciais na Península Ibérica.

Tania I. Pinto (*CS International*): Encarregue do Apoio ao Cliente e gestão das relações comerciais com o mercado internacional.

Francisco Ferreira (*Sales Rep. - Center-North*) e Luis M. Cravinho (*Sales Rep. - Center-South*): Delegados comerciais responsáveis pela prospeção, negociação e acompanhamento dos clientes profissionais e revendedores nas respetivas zonas geográficas do país.

Renata da C. Nunes (*Sales Lead Portugal*): Coordenadora e líder da equipa de vendas focada no mercado nacional.

Subgrupo de Marketing (*Marketing*):

Cristiana M. Pereira (*Marketing*): Responsável pela gestão da marca, estratégias de comunicação, promoção do catálogo e dinamização dos canais digitais (*e-commerce*).

Departamento Financeiro (*Finance*)

Sob a direção de José M. Costa, este departamento garante a estabilidade financeira e a contabilidade analítica do negócio:

Filipe A. Frazão (*Receivables*): Responsável pela gestão de contas a receber, controlo de créditos e acompanhamento das contas correntes dos clientes (essencial na emissão e controlo de notas de crédito).

Sandra A. Riberio (*Payables*): Encarregue da gestão de contas a pagar e tesouraria de fornecedores, acumulando também ligação de suporte com o departamento de Recursos Humanos (*RH & Admin*).

Como defendido por Câmara et al. (2016), a estrutura de recursos humanos de uma organização constitui o ativo estratégico central para a execução bem-sucedida das suas operações logísticas e comerciais. Os autores salientam que o desenho de um organograma claro, com a definição precisa das linhas de reporte e a especialização de funções (administrativas, técnicas e operacionais), é indispensável para maximizar a produtividade e garantir o alinhamento dos colaboradores com os objetivos globais da administração. No contexto analisado, a distribuição dos profissionais pelos diferentes departamentos da empresa reflete esta coordenação integrada, onde cada especialidade contribui diretamente para a cadeia de valor do negócio.

3.7. Vendas

A atividade de vendas na Sementes Vivas é orientada por uma abordagem de venda consultiva e pela gestão integrada de canais, operando como o elo de ligação entre a produção agrícola especializada e os diferentes segmentos de clientes. A estratégia comercial é desenhada para converter o valor ético e biológico do portefólio em resultados financeiros sólidos, garantindo que o crescimento da faturação preserve a rentabilidade do negócio.

A operacionalização e a dinâmica do processo de vendas estruturam-se através dos seguintes eixos fundamentais:

Modelos de Negócio e Canais de Distribuição

A força de vendas atua de forma segmentada para maximizar a cobertura de mercado, dividindo as suas operações em dois canais principais:

Canal B2B (*Business to Business*): Focado na venda em larga escala para agricultores profissionais, cooperativas, *garden centres* e revendedores especializados. O processo assenta no estabelecimento de parcerias de longo prazo, na negociação de condições comerciais específicas (como descontos de volume) e na distribuição física suportada por expositores de marca nos pontos de venda.

Canal B2C (*Business to Consumer*): Centrado na venda direta ao consumidor final (jardineiros amadores e hortas urbanas), sendo operacionalizado maioritariamente através da plataforma de comércio eletrónico (*e-commerce*) da empresa. Este canal permite alcançar uma elevada capilaridade de mercado com margens de valorização superiores.

O Processo Comercial e os Fluxos de Informação

No quotidiano profissional, a execução das vendas é inteiramente suportada por Sistemas de Informação para a Gestão (SIG/ERP), garantindo o controlo rigoroso de cada transação através de um fluxo documental auditável:

Orçamentação e Validação: As interações comerciais iniciam-se com a elaboração de orçamentos personalizados no sistema, onde se definem as variedades (SKUs), quantidades e preços com base nas tabelas em vigor. Após a aceitação do cliente, ocorre a validação e conversão automática do orçamento em encomenda, ativando a reserva de stock no armazém.

Gestão de Encomendas e Regularização: O sistema monitoriza o estado do pedido (pendente, em processamento ou enviado), assegurando o alinhamento com a equipa de logística. Em cenários de retificação de faturas ou devoluções de sementes, o departamento de vendas articula-se com o financeiro para a emissão de notas de crédito, regularizando as contas correntes dos clientes com total transparência.

Argumentação e Técnicas de Negociação

A equipa de vendas é tecnicamente qualificada para transformar as características agronómicas das sementes de polinização aberta em argumentos de rentabilidade comercial. Durante as negociações com a comunidade agrícola, o foco é desviado da concorrência baseada puramente no preço baixo para se concentrar nos atributos de qualidade, tais como as taxas de germinação garantidas, a pureza específica, a rastreabilidade total por lote e a soberania alimentar dos produtores.

4. Atividades Desenvolvidas

Durante o estágio curricular na Sementes Vivas, o estagiário teve a oportunidade de se envolver em diversas atividades e de assumir responsabilidades que foram essenciais para o seu crescimento profissional. O estagiário aplicou e aprimorou as habilidades adquiridas ao longo da sua formação acadêmica.

4.1 Operação do Sistema de Informação para Gestão

No quotidiano profissional da Sementes Vivas, o Sistema de Informação para a Gestão (SIG) funciona como a ferramenta central que integra todo o ciclo de venda, desde a proposta inicial até ao pós-venda. Na empresa, é utilizado o software AgroGestão que se encontra organizado em diferentes áreas funcionais como os setores de logística, comercial e industrial, permitindo assim a coordenação e gestão eficiente das diferentes operações da empresa.

O estagiário teve a oportunidade de contactar e utilizar diariamente este sistema para registar, auditar e integrar as operações comerciais com o stock e a contabilidade. De seguida, serão descritas a aplicação prática do sistema e a execução das tarefas associadas à sua atividade operacional.

Elaboração e Validação de Orçamentos

O processo comercial iniciava-se com a criação do orçamento no sistema. Logo depois, o estagiário procedia à seleção do cliente no mesmo, que carregava automaticamente todos os dados fiscais e condições de pagamento. Eram depois inseridos os artigos (sementes/variedades) e as respetivas quantidades. Após o cálculo automático dos valores, feito com base nas tabelas em vigor (B2B ou B2C), e a aplicação de eventuais descontos a proposta formal era remetida ao cliente. Este documento elaborado não retirava stock, mas reservava a informação para que o cliente pudesse analisar, a figura 8 e 9 são exemplos destes documentos.

Após a aceitação do orçamento, por parte do cliente, seguia-se a fase de validação. O estagiário efetuava a conversão direta do orçamento em encomenda no sistema, funcionalidade que garantia a integridade dos dados e evitava que erros de digitação manual ocorressem ao transcrever a informação entre documentos. Durante esta validação, competia ao estagiário verificar a disponibilidade de *stock* real no sistema, para assegurar o cumprimento dos prazos acordados.



PT-BIO-03

Living Seeds Sementes Vivas, S.A.

NIF: 513635904 Mat. C.R.C. N.º 513635904 Lisboa Cap. Social: 2.000.000 €
 Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354
 6060-270 Ladoeiro
 Tel: +351 277 249 072 - Chamada para a rede fixa nacional / Fax: +351 277 249 074 -
 Chamada para a rede fixa nacional
 GLN: 5600013214538
 info@sementesvivas.bio / www.sementesvivas.bio

Orçamento

Este documento não serve de fatura

Exmo.(s) Sr.(s)

Brico Famões - Sociedade de Distribuição de Bricolage, Lda
 Avenida Casal do Segolim
 Famões
 1685-891 Famões

Original

Número	Data	V/ N.º Contribuinte	Data de Vencimento
ORC 2026/241	03-06-2026	517012006	02-08-2026

Cod. Artigo	Designação Comercial	Lote	Quant	Unid	Preço	Desconto	IVA	Valor
ER002-BAPS01	Marjericão genovês SL BIO	LAL1260421-05	10	UN	0,75 €	0,00%	6,00%	7,50 €
ER015-BAPS01	Sálvia SL BIO	LAL1260529-01	10	UN	0,75 €	0,00%	6,00%	7,50 €
ER016-BAPS01	Tomilho SL BIO	LAL1260525-01	10	UN	0,75 €	0,00%	6,00%	7,50 €
FL006-BAPS01	Calêndula SL BIO	MG260512-04-S	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FO001-BAPS01	Espináfes Butterfly SL BIO	LAL1260519-04	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FO002-BAPS01	Acelga Glatier Silber 3 SL BIO	LAL1260313-06	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FO016-BAPS01	Afface Red Salad Bowl SL BIO	LAL1260210-03	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FO036-BAPS01	Afface Salad Bowl SL BIO	LAL1260122-01	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FR008-BAPS01	Tomate Coração de Boi SL BIO	LAL1260519-06	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FR025-BAPS01	Pimento De Cayenne SL BIO	LAL1260512-03	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
FR067-BAPS01	Pimento Padrón SL BIO	LAL1260507-01	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
RA001-BAPS01	Cebola Blanca de Lisboa SL BIO	LAL1260216-02	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
RA005-BAPS01	Cebola Rossa lunga di Firenze SL BIO	LAL1260108-03	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
RA009-BAPS01	Belenaba Detroit 2 SL BIO	LAL1260427-03	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €
RA014-BAPS01	Rabanete Nero tondo d'inverno SL BIO	LAL1260331-05	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €

Quadro Resumo do IVA			Sub-Total:	133,00 EUR
Taxa:	Incidência IVA:	Valor IVA:	Desc. Produtos:	0,00 EUR
Taxa 6%	133,00	7,98	Desc. Cliente:	0,00 EUR
			Desc. Pagamento:	0,00 EUR
			Total s/IVA:	133,00 EUR
			IVA total:	7,98 EUR
			Retenção:	0,00 EUR
			Valor Acerto:	0,00 EUR
			Total c/IVA:	140,98 EUR

Pagamento por transferência BIC/SWIFT: CCCMPTPL / IBAN: PT50 0045 4050 4027 4242 8164 4
 Por favor indique o número dos documentos liquidados para o email contabilidade@sementesvivas.bio

A colocação dos bens à disposição do adquirente é feita ao abrigo do artigo 35º n.º5 alínea f) do CIVA

Notas Transporte:
 CARGA - VIATURA: 00-00-00 LOCAL: Herdade do Couto da Várzea 6060-270 Ladoeiro HORA: 03-06-2026 10:33
 DESCARGA - LOCAL: V Morada 1685-891 Famões HORA: 04-06-2026 10:33

Emitido por Programa Certificado n.º0012/AT AGROGESTÃO COMERCIAL - Versão 2.0.0.0

Empresa: Living Seeds Sementes Vivas, S.A.; NIF: 513635904 Morada: Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354, 6060-270 Ladoeiro

Página 1 de 2

Figura 9 - Orçamento pag.1

Fonte: sementesvivas



PT-BIO-03

Living Seeds Sementes Vivas, S.A.

NIF: 513635904 Mat. C.R.C. N.º 513635904 Lisboa Cap. Social: 2.000.000 €
 Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354
 6060-270 Ladoeiro
 Tel: +351 277 249 072 - Chamada para a rede fixa nacional / Fax: +351 277 249 074 -
 Chamada para a rede fixa nacional
 GLN: 5600013214538
 info@sementesvivas.bio / www.sementesvivas.bio

Cod. Artigo	Designação Comercial	Lote	Quant	Unid	Preço	Desconto	IVA	Valor
RA018-BAPS01	Funcho Géant Mammouth Perfection SL BIO	LAL1260413-03	10	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	8,50 €

Quadro Resumo do IVA			Sub-Total:	133,00 EUR
Taxa:	Incidência IVA:	Valor IVA:	Desc. Produtos:	0,00 EUR
Taxa 6%	133,00	7,98	Desc. Cliente:	0,00 EUR
			Desc. Pagamento:	0,00 EUR
			Total s/IVA:	133,00 EUR
			IVA total:	7,98 EUR
			Retenção:	0,00 EUR
			Valor Acerto:	0,00 EUR
			Total c/IVA:	140,98 EUR

Pagamento por transferência BIC/SWIFT: CCCMPTPL / IBAN: PT50 0045 4050 4027 4242 8164 4
 Por favor indique o número dos documentos liquidados para o email contabilidade@sementesvivas.bio

A colocação dos bens à disposição do adquirente é feita ao abrigo do artigo 35º n.º5 alínea f) do CIVA

Notas Transporte:
 CARGA - VIATURA: 00-00-00 LOCAL: Herdade do Couto da Várzea 6060-270 Ladoeiro HORA: 03-06-2026 10:33
 DESCARGA - LOCAL: V Morada 1685-891 Famões HORA: 04-06-2026 10:33

Emitido por Programa Certificado n.º0012/AT AGROGESTÃO COMERCIAL - Versão 2.0.0.0

Empresa: Living Seeds Sementes Vivas, S.A.; NIF: 513635904 Morada: Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354, 6060-270 Ladoeiro

Figura 8 - Orçamento pag.2

Fonte: sementes vivas

Gestão de Encomendas

Uma vez validado o orçamento, a encomenda passava a constituir o documento ativo no sistema, e era criada uma reserva de stock imediata no armazém. O pedido era direcionado à área logística através do sistema, que iniciava o processo de *picking* (recolha das sementes) e *packing* (embalamento). Através do software AgroGestão era possível acompanhar o estado da encomenda (Pendente, Em Processamento ou Enviada), como se pode observar na figura 10, o que possibilitava uma rápida resposta ao cliente a cerca do seu pedido.

Documento - AGROGESTÃO * Comercial

LSSV/Encomenda de Cliente PT/2026

Entidade: Maravilha, S.a | Documento: ECL - PT | Número Doc: 1183 | Data: 19-06-2026

Referência: FEF-C2326062382 B | Doc. Origem: | Doc. Destino: EPCLPT/2026/1197

Prazo Pag: 90 | Data Venc: 17-09-2026 | Data Lanc: 19-06-2026

Cod. Artigo	Designação Comercial	Lote	Quant	Un.	Preço	Descon.	IVA	Valor	Armazém	Conta Anál.	Tarif. Class.	Movimenta Stocks?
FO002-BAP501	Açúcar Glatier Silver 3 SL BIO	LAL250502-01	10	UN	0.85 €	0.00%	0.06	8.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209180	0	Atenção Documento
FO037-BAP501	Aface Maycrop SL BIO	LAL250526-01	10	UN	0.85 €	0.00%	0.06	8.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209180	0	Atenção Documento
FO016-BAP501	Aface Red Salad Bowl SL BIO	LAL221114-03	10	UN	0.85 €	0.00%	0.06	8.50 €	A1 - Quarentena	1209180	0	Atenção Documento
FL076-BAP501	Bolas de Sementes Explosão de Flores (caixa de 6) BIC	PE231201-14-W	6	UN	3.30 €	0.00%	0.06	19.80 €	A1 - Picking Iberia	1209180	0	Atenção Documento
FL078-BAP501	Bolas de Sementes Mãe e Flor (caixa de 6) BIC	PE231201-14-W	6	UN	3.30 €	0.00%	0.06	19.80 €	A1 - Picking Iberia	1209180	0	Atenção Documento
FL080-BAP501	Bolas de Sementes Mini Floricultor (caixa de 6)	PE231201-15-W	6	UN	3.30 €	0.00%	0.06	19.80 €	A1 - Picking Iberia	1209180	0	Atenção Documento
FL079-BAP501	Bolas de Sementes Na Flor da Idade (caixa de 6)	PE231201-14-W	6	UN	3.30 €	0.00%	0.06	19.80 €	A1 - Picking Iberia	1209180	0	Atenção Documento
ER005-BAP501	Camélia SL BIO	LAL250728-02	10	UN	0.75 €	0.00%	0.06	7.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209180	0	Atenção Documento
RA002-BAP501	Cenoura Rodélica SL BIO	LAL260211-02	10	UN	0.85 €	0.00%	0.06	8.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209180	0	Atenção Documento
FL001-BAP501	Centáurea azul SL BIO	LAL250717-03	10	UN	0.75 €	0.00%	0.06	7.50 €	A1 - Picking Iberia	1209300	0	Atenção Documento
FL012-BAP501	Cosmos mistura de cores SL BIO	LAL260309-01	10	UN	0.75 €	0.00%	0.06	7.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209300	0	Atenção Documento
CO028-BAP501	Couve-nabiça Doce Maria SL BIO	LAL260409-01	10	UN	0.85 €	0.00%	0.06	8.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209180	0	Atenção Documento
FL004-BAP501	Cravo-túnico SL BIO	LAL260313-01	10	UN	0.75 €	0.00%	0.06	7.50 €	A1 - Devoluções / tragem	1209300	0	Atenção Documento

Notas:
Pagamento por transferência BIC/SWIFT: CCCMPTPL / IBAN: PT50 0045 4050 4027 4242 8164 4

Outras informações:

Totais	IVA Detalhado	Transporte	Consequências	Dados Suplementares
Sub-total:	386.20			
Desconto Produto:	0.00			
Desconto Cliente:	0.00			
Desconto Pagamento:	0.00			
Total:	386.20			
IVA Total:	23.17			
Total do Documento:	409.37 EUR			
Retenção:	0.00			
Total Acerto:	409.37 EUR			
Contra-Valor:	0.00			

Figura 10 – gestão de encomendas

Fonte: sementesvivas

Emissão de Notas de Crédito

Sempre que se justificava retificar faturas ou gerir devoluções de sementes, erros de faturação ou produtos danificados no transporte, o estagiário operava a emissão de notas de crédito. No SIG, este documento, visível na figura 11 a título de exemplo, é obrigatoriamente associado a uma fatura anterior e é utilizado pelo mesmo de forma a regularizar a conta corrente do cliente (anulando o valor em dívida) e garantindo a reintrodução automática do artigo no inventário do armazém, se fosse esse o caso.



PT-BIO-03

Living Seeds Sementes Vivas, S.A.

NIF: 513635904 Mat. C.R.C. N.º 513635904 Lisboa Cap. Social: 2.000.000 €
 Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354
 6060-270 Ladoeiro
 Tel: +351 277 249 072 - Chamada para a rede fixa nacional / Fax: +351 277 249 074 -
 Chamada para a rede fixa nacional
 GLN: 5600013214538
 info@sementesvivas.bio / www.sementesvivas.bio

Nota de crédito

Exmo.(s) Sr.(s)

BRICOSEIA - Sociedade de Distribuição de Bricolage, lda
 Estrada Nacional 231 - Rua do Bairro de Santa Cruz
 Seia
 6270-534 Seia

Original

Número	Data	V/ N.º Contribuinte	Data de Vencimento
NC NC2026/149	19-06-2026	516532650	18-08-2026

Documento(s) de Origem: FA/FA2023/450-FA/FA2024/1646

ENCOMENDA N.º N.º47067

Cod. Artigo	Designação Comercial	Lote	Quant	Un	Preço	Desconto	IVA	Valor
FL037-BAPS01	Amor-perfeito SL BIO	LALI220926-01	2	Un	0,70 €	0,00%	6,00%	1,40 €
FR075-BAPS01	Beringela Violetta Lunga 2 SL BIO	LALI220318-05	7	Un	0,80 €	0,00%	6,00%	5,60 €
FR016-BAPS01	Tomate Principe Borghese SL BIO	LALI220308-01	7	Un	0,80 €	0,00%	6,00%	5,60 €
FR018-BAPS01	Tomate Yellow Submarine SL BIO	LALI220322-08	7	Un	0,80 €	0,00%	6,00%	5,60 €
FO002-BAPS01	Acelga Glatter Silber 3 SL BIO	LALI230530-04	7	UN	0,85 €	0,00%	6,00%	5,95 €
ER020-BAPS01	Cebolinha chinês SL BIO	LALI230629-03	3	UN	0,75 €	0,00%	6,00%	2,25 €

Quadro Resumo do IVA				Sub-Total:	
ATCUD: J6ZNY4R-149	Taxa:	Incidência IVA:	Valor IVA:	26,40 EUR	
	Taxa 6%	26,40	1,58	Desc. Produtos:	
				0,00 EUR	
				Desc. Cliente:	
				0,00 EUR	
				Desc. Pagamento:	
				0,00 EUR	
				Total s/IVA:	
				26,40 EUR	
				IVA total:	
				1,58 EUR	
				Retenção:	
				0,00 EUR	
				Valor Acerto:	
				0,00 EUR	
				Total c/IVA:	
				27,98 EUR	

Validade
Pagamento por transferência BIC/SWIFT: CCCMPTPL / IBAN: PT50 0045 4050 4027 4242 8164 4
Por favor indique o número dos documentos liquidados para o email contabilidade@sementesvivas.bio
A colocação dos bens à disposição do adquirente é feita ao abrigo do artigo 35º n.º5 alínea f) do CIVA
Notas Transporte:
CARGA - VIATURA: _Geral LOCAL: Herdade do Couto da Várzea 6060-270 Ladoeiro HORA: 01-03-2023 14:59
DESCARGA - LOCAL: V Morada 6270-534 Seia HORA: 02-03-2023 14:59

gy/9-Processado por Programa Certificado n.º0012/AT J6ZNY4R-149 AGROGESTÃO COMERCIAL - Versão 2.0.0.0

Empresa: Living Seeds Sementes Vivas, S.A.; NIF: 513635904 Morada: Herdade do Couto da Várzea - Estrada Nacional 354, 6060-270 Ladoeiro

Figura 11 – Nota de crédito

Fonte: sementesvivas

Em suma, com a operacionalização diária deste sistema para efetuar estas tarefas foi percebido, por parte do estagiário, a importância do mesmo. Assegurou-se a eficiência no fluxo comercial através da automatização documental, o controlo rigoroso do inventário e a rastreabilidade financeira nas contas correntes dos agricultores e parceiros através das Notas de Crédito, que permitem uma gestão rigorosa de devoluções e correções de faturação, privilegiando a transparência.

Adicionalmente, destaca-se a possibilidade de centralizar os dados históricos na ficha de cada cliente, que serve de base de suporte para futuras estratégias de Marketing Relacional.

4.2 Logística e Distribuição

No setor da produção e comercialização de sementes biológicas e biodinâmicas, a eficiência dos fluxos logísticos assume um papel crítico, uma vez que se lida com organismos vivos cuja viabilidade germinativa e prazos de sementeira dependem da rapidez e da conformidade da entrega.

No quotidiano operacional da Sementes Vivas, as teorias de logística e distribuição foram observadas e executadas de forma prática através de processos fundamentais como a montagem de encomendas, a preparação de expositores de venda e o manuseamento de cartões de recarga (*refil cards*). De seguida, serão descritas as tarefas referentes a esta atividade.

Montagem e Preparação das Encomendas

Esta tarefa constitui o elo final entre a informação registada no SIG e a entrega física ao cliente. Na prática o estagiário realizou a conferência e separação das mercadorias e o acondicionamento das mesmas, processos designados no meio logístico como *piking* e *packing* respetivamente.

A primeira etapa consistia na recolha física das sementes no armazém, com base nas listagens de encomendas validadas pelo sistema (*picking*). Era necessário que o estagiário garantisse de forma rigorosa o respeito pelos lotes específicos e pelas variedades selecionadas, para salvaguardas a rastreabilidade total do produto. Posteriormente, o estagiário procedia à organização devida das sementes em caixas de transporte (*packing*). Nesta fase, o foco logístico centrou-se na proteção física das embalagens para evitar danos estruturais ou humidade durante a deslocação. Desta forma, era assegurado que o produto chegava ao cliente em perfeitas condições de conservação.

Montagem e Organização de Expositores de Venda

Os expositores de venda são ferramentas de distribuição e *merchandising* essenciais para os canais de retalho especializado, como lojas de produtos naturais e *garden centres*.

O estagiário interveio diretamente na estruturação física das maquetes de exibição para os pontos de venda (PDV), como é possível observar na figura 12.



Figura 12 – Expositor

Fonte: sementesvivas

Paralelamente, executou também a triagem e abastecimento visual do portefólio de sementes, agrupando as variedades por categorias (hortícolas, flores e aromáticas) de forma a assegurar que os expositores seguissem com um *mix* de produto equilibrado, de elevada rotação e ajustado à sazonalidade agrícola da região de destino.

Rotulagem Técnica de *Refil Cards* (Cartões de Recarga)

Para garantir o controlo de reposição ágil de *stock* nos expositores e gavetas de arquivo, o estagiário encarregou-se da colagem de etiquetas de identificação comercial e logística em cada cartão de recarga. Esta tarefa manual envolveu a validação de informações críticas de conformidade, tais como o código SKU da variedade, o número do lote correspondente e os dados técnicos de pureza ou germinação, evitando ruturas ou erros de inventariação.

De forma resumida, a atuação direta do estagiário nos fluxos logísticos da organização assegurou a integridade física e a rastreabilidade total das sementes biológicas desde o armazém até ao cliente final. Esta componente operacional não só otimizou o tempo de resposta às encomendas e a atratividade do produto nos pontos de venda através dos expositores, como também minimizou a ocorrência de ruturas de *stock*, demonstrando a interconexão indispensável entre a eficiência logística e o sucesso da estratégia comercial da empresa.

4.3 Embalamento

O estagiário teve também a oportunidade de integrar o departamento de embalamento, um setor que é crucial não só para a garantia da qualidade do produto final, como também para a eficiência da cadeia logística.

Ao longo desta experiência, teve a oportunidade de assumir responsabilidades que englobaram desde o controlo de stock e o embalamento técnico até à preparação de mercadoria para canais de exportação, conforme detalhado em seguida.

Organização de Stock e Logística Interna

O estagiário ficou responsável pela montagem manual e mecânica de caixas destinadas ao stock central da empresa. Esta atividade teve como objetivo assegurar a disponibilidade contínua de embalagens para o acondicionamento de produtos, otimizando o espaço físico do armazém e facilitando a posterior organização do inventário.

Operações de Embalamento e Controlo de Qualidade

Esta tarefa englobou o agrupamento e a cintagem de saquetas de sementes, separando-as rigorosamente pelas suas respetivas variedades. Processo que permitiu a criação de lotes uniformes, o que facilitou o manuseamento e a distribuição interna na empresa.

De seguida foi executada uma minuciosa contagem quantitativa de sementes. Uma operação fundamental para o controlo de qualidade, que garantia que cada lote estivesse em total conformidade com as fichas técnicas do produto e com as exigências do mercado.

Procedeu-se também à selagem das saquetas de sementes, garantindo o seu fecho adequado e hermético. O objetivo principal desta tarefa foi assegurar a proteção e o isolamento das sementes contra fatores ambientais externos, preservando a sua qualidade e integridade até ao consumidor final.

Preparação de Encomendas para o Mercado Internacional

O estagiário participou ativamente na preparação e no embalamento de caixas de encomendas direcionadas ao mercado internacional. Esta atividade exigia uma atenção redobrada no cumprimento dos padrões de proteção da mercadoria, de forma a garantir que todos os produtos ficassem devidamente acondicionados para resistir ao transporte transfronteiriço e chegassem ao destino em perfeitas condições.

Em síntese, a execução destas atividades permitiu adquirir uma visão prática e holística sobre a importância do setor de embalamento no ramo agrícola. Foi ainda possível desenvolver competências pessoais e técnicas fundamentais, tais como o rigor, organização logística e responsabilidade no controlo de qualidade.

5. Reflexão crítica sobre o estágio desenvolvido

O estágio curricular na empresa *Sementes Vivas*, S.A. constituiu uma etapa fundamental de transição entre o percurso académico e a integração no mercado de trabalho. Esta experiência permitiu consolidar competências técnicas, comportamentais e relacionais, proporcionando uma visão prática e integrada das dinâmicas comerciais no setor agroalimentar biológico.

No decorrer do estágio curricular foi possível o desenvolvimento pessoal e profissional do estudante, tendo contribuído de forma positiva para aquisição de capacidades de comunicação, organização e responsabilidade. No plano das competências interpessoais, o contacto com a estrutura hierárquica e multidisciplinar da *Sementes Vivas* estimulou a capacidade de trabalho em equipa, a adaptabilidade perante picos sazonais de procura, o sentido de responsabilidade e a comunicação assertiva. Esta vivência validou de forma empírica os conceitos abordados na unidade curricular de Técnicas de Comunicação, demonstrando como a escuta ativa e a adequação do discurso são vitais no contacto corporativo.

Em termos operacionais, destaca-se o que correu de forma positiva. A integração na equipa de vendas da *Sementes Vivas* foi facilitada por um ambiente de partilha e entreajuda, acompanhada por uma postura proativa por parte do estagiário, levando a uma rápida autonomia na execução das tarefas delegadas. Entre estas destaca-se a execução direta de tarefas no Sistema de Informação para a Gestão (SIG) englobando a elaboração e validação de orçamentos, a triagem de encomendas e a emissão de notas de crédito demonstrou a importância vital do rigor administrativo e do fluxo contínuo de dados na saúde financeira e na transparência das contas correntes dos clientes, materializando os conhecimentos das unidades curriculares de sistemas de informação para a gestão e tratamento e análise de dados. Adicionalmente, a participação ativa nas operações de logística e distribuição, através do *picking*, da conservação de mercadorias, da montagem de expositores e do manuseamento técnico de cartões de recarga (*refil cards*), evidenciou que a eficiência operacional é indissociável do sucesso das vendas no terreno. Esta componente prática permitiu aplicar os pressupostos teóricos das unidades curriculares de Logística e Distribuição e Gestão de Produto e Preço, especialmente desafiantes num setor focado em organismos vivos com elevada sazonalidade.

Por outro lado, existiram aspetos que correram de forma menos positiva, traduzindo-se em desafios acrescidos. Inicialmente, foi um bocado difícil saber os códigos dos produtos de cor porque a empresa conta com mais de 300 variedades de sementes ou produtos. Adicionalmente, emitir uma nota de crédito sozinho foi um pouco desafiador porque trabalha-se com números e uma pequena falha podia criar vários problemas no setor contabilístico, por isso sentia uma pequena pressão. Estes obstáculos foram fundamentais para testar a resiliência, a capacidade de resolução de problemas em tempo útil e a proatividade em contexto real de trabalho permitindo uma evolução positiva e a aquisição de experiência profissional.

Em suma, a análise crítica ao percurso efetuado demonstra que as competências adquiridas e os desafios superados ultrapassaram notavelmente as barreiras operacionais iniciais. A experiência na Sementes Vivas, S.A. confirmou a estreita correlação entre a matriz teórica do plano de estudos da licenciatura e a realidade do mercado, enriquecendo o perfil profissional do estudante e preparando-o para enfrentar as exigências competitivas da Gestão Comercial.

6. Conclusão

O presente relatório teve como objetivo descrever e analisar criticamente as atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular na empresa *Living Seeds Sementes Vivas*, S.A., inserido na unidade curricular Estágio no 3º ano da licenciatura em Gestão Comercial pelo Instituto Politécnico de Castelo Branco.

A realização deste estágio permitiu a integração dos conhecimentos teóricos abordados na sala de aula na realidade prática da atividade profissional. Foi percebido o papel estratégico que a Gestão Comercial desempenha na criação de valor e sustentabilidade das relações a longo prazo entre as empresas e os mercados. No contexto específico da Sementes Vivas, em Idanha-a-Nova, foi perceptível como o marketing relacional e uma cadeia de distribuição bem integrada são determinantes para comercializar um portefólio assente na diferenciação, na biodiversidade e na sustentabilidade ambiental.

Os objetivos previamente estipulados para o período de estágio foram integralmente alcançados. As eventuais lacunas teóricas identificadas ao longo do processo, estas serviram de estímulo para a aquisição de novos conhecimentos, reforçando a importância do princípio da aprendizagem contínua no ambiente profissional.

Conclui-se assim, que a experiência na Sementes Vivas se revelou altamente enriquecedora e gratificante. Os conhecimentos práticos adquiridos nesta bio-região de excelência forneceram ao estudante ferramentas fundamentais de liderança e planeamento, conferindo-lhe uma sólida preparação técnico-científica e uma elevada confiança para ingressar e vingar de forma ética e competitiva no mercado de trabalho da Gestão Comercial.

Bibliografia

Câmara, P.B e Guerra, P.B. e Rodrigues, J.V. (2016). HUMANATOR XXI – Recursos Humanos e sucesso empresarial. Alfragide: edições Don Quixote. 7ª Ed.

Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2020). *Marketing internacional* (17.ª ed.). M cGraw-Hill.

Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson UK.

Christopher, M., Payne, A., & Ballantyne, D. (2013). *Relationship marketing: Looking back, looking forward*. Routledge.

Dolan, R. J., & Simon, H. (2013). *Poder de lucro: Estratégias de definição de preços*. Sílabo.

Gouveia, M. C. (2018). *Comunicação estratégica nas organizações*. Sílabo.

Jobber, D., & Lancaster, G. (2015). *Selling and sales management* (10th ed.). Pearson Education.

Keith, R. J. (1960). The marketing revolution. *Journal of Marketing*, 24(3), 35-38.

Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition*(Vol. 199). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2024). *Administração de Marketing* (16.ª ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Sistemas de informação gerenciais* (14.ª ed.). Pearson Education.

Lewicki, R. J., Saunders, D. M., & Barry, B. (2020). *Fundamentos de negociação* (7.ª ed.). AMGH Editora.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (2011). *Mercator XXI: Teoria e prática do marketing*(2.ª ed.). Lisboa: Dom Quixote.

Madruga, R. P., Chi, B. T., Simões, M. L. da C., Teixeira, R. F (2015). *Administração de marketing no mundo contemporâneo*. Editora FGV.

Malhotra, N. K. (2019). *Pesquisa de marketing: Uma orientação aplicada* (7.ª ed.). Bookman.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.

Ramos, J. de L., Silva, S. L., & Ibiapina, I. R. P. (2025). Eficiência em gestão comercial: Estratégias e práticas para o aumento da competitividade nas empresas. *REVISTA ACADÊMICA DA LUSOFONIA*, 2(9), 1-25.

Roldão, V., & Ribeiro, J. (2014). *Gestão das operações: Uma abordagem integrada*. Monitor.

Silva, A. B. de S., Lima, J. C. de, & Fausto, I. R. de S. (2025). Definição e pilares da gestão comercial: Estratégia, processos, contratos, relacionamento, talentos e controle de custos e riscos. In *Inovação e Estratégia na Gestão Pública e Comercial* (Vol. 2, Cap. 34, pp. 396–404). AYA Editora. <https://doi.org/10.47573/aya.5379.3.10.34>

Solomon, M. R. (2020). *Comportamento do consumidor: Comprando, possuindo e sendo* (12.^a ed.). Bookman.

Webgrafia

<https://sementesvivas.bio/> Acesso dia 25/05/2026

Anexos

Anexo I

Plano de estágio



PLANO E CRONOGRAMA DE ESTÁGIO CURRICULAR

CURSO

I – IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

Nome: Johnatan Christopher Medina Marques

II – ESTÁGIO

Entidade Acolhedora: Living Seeds – Sementes Vivas SA

Contactos da Entidade Acolhedora: +351969879163

Orientador: Carlos Robalo

Supervisor: Sara Filipe

Data de Início: 24/03/2026

Data de Conclusão: 12/06/2026

Breve histórico da Entidade Acolhedora:

A Living Seeds foi fundada em 2016, dedicando-se à produção e comercialização de sementes Biológicas.

Somos a única empresa em Portugal com estas características estando, atualmente, a crescer para mercado Internacional, nomeadamente, Alemanha, Suíça, Áustria, França e Japão.

Atividades a desenvolver em Estágio:

Dep. Comercial

CRM, conhecimento dos produtos comercializados, apoio aos comerciais, submissão de notas de encomenda, emissão de notas de crédito, análise da concorrência, análise de métricas (KPI's), segmentação de clientes, conhecer as linhas de mercado Internacional (numa vertente mais informativa).

Logística (Picking)

Controlo de stocks de granel e produto acabado, preparação de encomendas, faturação, entender e aplicar FIFO, receção de mercadorias e expedição.

Embalamento (Packing)

Separação de granel, embalamentos manuais, controlo de qualidade e etiquetagem.

Cronograma das atividades a desenvolver:

Atividades a desenvolver (adicionar colunas/linhas, se necessário)	2026			
	Março	Abril	Maio	Junho
Apoio administrativo comercial	x	x	x	x
Gestão de CRM e dados		x	x	x
Prospecção e qualificação de clientes		x	x	x
Gestão de stocks / armazém	x	x	x	x
Gestão de carteira de clientes		x	x	x

Colaboração no Marketing		X	X	
Gestão de transportes e distribuição			X	X
Controlo Documental e fiscal		X	X	X

Idanha-a-Nova, 08 de abril de 2026

O Estagiário

O Supervisor

O Orientador

Johnatan Marques Sauza Brito Filipe


Sementes Vivas SA
Herdade do Couto da Várzea
Estrada Nacional 354
6060-270 Ladoeiro - Idanha-a-Nova
NIPC: 513 635 904
www.sementesvivas.bio

Anexo II

Parecer



PARECER DE ADMISSIBILIDADE A PROVAS PÚBLICAS

LICENCIATURA EM GESTÃO COMERCIAL

Após leitura e análise do **Relatório Final de Estágio** do estagiário **Johnatan Christopher Medina Marques**,

☒ **Concordo**

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

☐ **Não concordo**

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

Porque:

Idanha-a-Nova, 10 de julho de 2026

O Supervisor

Sara Brito Filipe