

Lição 1

Slide 1

Certificação dos produtos locais, sistemas de protecção e promoção alimentar no sistema nacional e europeu

Identificação do produto

A produção, protecção e promoção de alimentos de alta qualidade, desempenham um papel significativo na União Europeia. Uma das formas básicas de implementação da Política de Qualidade na Comunidade é distinguir-se pelos certificados que confirmam a elevada qualidade dos produtos agro-alimentares de regiões específicas, bem como pelos que se caracterizam pelo método de produção tradicional.

Slide 2

O sistema de protecção e promoção dos produtos regionais e tradicionais é um dos factores mais importantes que afectam o desenvolvimento sustentável das zonas rurais e a aplicação dos pressupostos do segundo pilar da política agrícola comum. Contribui para a diversificação do emprego nas zonas rurais, criando fontes não agrícolas de subsistência nas zonas rurais e aumentando o rendimento dos produtores agrícolas.

Slide 3

O sistema de protecção e promoção dos produtos regionais e tradicionais evita o despovoamento destas zonas. O património cultural da aldeia é igualmente protegido, o que contribui em grande medida para aumentar a atractividade das zonas rurais e o desenvolvimento do agro-turismo e do turismo rural.

Slide 4

A política de qualidade aplicada na União Europeia também dá aos consumidores confiança de que estão a comprar alimentos de muito alta qualidade, que também se caracteriza por um método de produção único e tradicional. Os compradores esperam informações completas sobre a qualidade e a origem do produto agrícola ou do género alimentício. A identificação e selecção dos produtos individuais é facilitada por indicações geográficas, denominações de origem e certificados que confirmam a natureza especial.

Slide 5

Protecção

As denominações registadas estão sujeitas a uma protecção muito ampla:

A denominação protegida (registada como Denominação de Origem Protegida ou Indicação Geográfica Protegida) não pode ser utilizada mesmo quando se utilizem as expressões "em estilo",

"tipo", "método", "imitação". São igualmente proibidas quaisquer práticas que possam induzir o consumidor em erro quanto à origem, nome ou características únicas do produto.

Slide 6

Apenas os produtos cujos nomes tenham sido registados têm o direito de utilizar o símbolo da Denominação de Origem Protegida, Indicação Geográfica Protegida ou Especialidade Tradicional Garantida e podem ostentar estes logótipos. Estas marcas não só protegem os produtores contra a concorrência desleal, como também aumentam a credibilidade dos produtos aos olhos dos consumidores.

Slide 7

Promoção

A Denominação de Origem Protegida, a Indicação Geográfica Protegida e os símbolos da Especialidade Tradicional Garantida são vistos na União Europeia como uma garantia de tradição e qualidade. Os inquéritos confirmam que os consumidores europeus, quando compram produtos com o simbolismo característico da UE, estão dispostos a pagar mais do que por produtos da mesma categoria, mas sem uma marcação especial.

Slide 8

Regulamentos e objectivos da UE para o seu funcionamento

As questões relacionadas com a protecção dos produtos regionais e dos produtos produzidos por métodos tradicionais estão definidas na legislação da União Europeia no Regulamento (CE) n.º 509/2006 do Conselho, de 20 de Março, relativo às especialidades tradicionais garantidas dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios, e no Regulamento (CE) n.º 510/2006 do Conselho, de 20 de Março, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. **Slide 9 Rotulagem de produtos regionais e tradicionais** A denominação de origem protegida significa que o nome de um produto é originário de uma região, local ou país específicos. A qualidade ou características deste produto são o resultado do meio geográfico, que inclui factores naturais e humanos. A denominação de origem protegida refere-se à área geográfica em que se realizam todas as fases da produção do produto. **Slide 10** Indicação geográfica protegida significa que o nome de um produto, originário de uma região, local ou país específico, cuja qualidade, reputação ou outras características são o resultado de uma determinada origem geográfica. A Indicação Geográfica Protegida refere-se a uma área geográfica em que ocorre pelo menos uma das fases de produção de um determinado produto. Especialidade Tradicional Garantida significa que um produto tem um carácter específico que o distingue de produtos semelhantes pertencentes à mesma categoria e documentados pelo menos vinte e cinco anos de tradição e história do seu fabrico. O nome do produto deve ser específico em si mesmo ou fazer referência a características específicas do produto. Visualização de amostras de produtos registados na Lista de Produtos Tradicionais:

Em 28 de Dezembro de 2005 foi inscrita na categoria de Méis: Lipiec białowieski (Podlasie Voivodeship). Mel florestal de néctar e pólen de flores de cal, produzido no site Białowieża Floresta, descrita em 1882. **Slide 13**

Em 20 de Julho de 2005, foi inscrita na categoria de "Pratos e refeições prontas": Pierekaczewnik (Podlasie Voivodeship). Presunto de Parma (Prosciutto di Parma) - um tipo de presunto italiano, cru, pré-secado, feito de pernas de porco inteiras com osso por métodos tradicionais num clima específico na província de Parma, na região de Emilia-Romagna. Caracteriza-se por um teor de sal inferior ao de outros presuntos deste tipo, o que lhe confere um sabor suave e relativamente doce característico. O Queijo de Nisa é um queijo de ovelha semi-rígido do município de Nisa, na sub-região do Alto Alentejo, em Portugal. É feito a partir de leite cru, que é coagulado e depois coalhado com uma infusão de cardo. É branco-amarelado, de sabor forte e com um final ligeiramente ácido. O Queijo de Nisa tem um estatuto geográfico protegido desde 1996. Encontra-se registado e beneficia de uma denominação de origem protegida pela Comissão Europeia. Foi distinguido pela revista Wine Spectator como um dos 100 melhores do mundo numa edição de queijos.

Lição 2

Slide 1

Questões de segurança alimentar, introdução aos sistemas de qualidade

Legislação alimentar - fontes de regulamentação

Para que os alimentos sejam seguros para a saúde humana, devem cumprir os requisitos relevantes, ou seja, devem cumprir as condições sanitárias estabelecidas na regulamentação aplicável. A qualidade sanitária dos alimentos depende tanto da qualidade das próprias matérias-primas, como dos aditivos utilizados ou adicionados intencionalmente aos alimentos durante a produção ou transformação, bem como das impurezas neles contidas.

Slide 2

O cumprimento das condições sanitárias faz parte dos requisitos que são importantes para a segurança alimentar. As condições em que os alimentos são transformados, produzidos, armazenados e vendidos também são importantes. As actividades realizadas em todas as fases de produção ou comercialização dos alimentos devem ser realizadas em condições de higiene, de modo a não causar a sua deterioração, ou seja, a sua deterioração ou envenenamento.

Slide 3

A partir de 1 de Janeiro de 2006, estão em vigor em todos os Estados-Membros da UE novos regulamentos alimentares - criando o chamado "Pacote Higiene", incluindo 4 regulamentos que estabelecem os princípios de higiene alimentar, bem como as regras de conduta das autoridades competentes que supervisionam os operadores do sector alimentar.

Slide 4

Slide 4

Além disso, desde 1 de Maio de 2004, todos os Estados-Membros da UE têm regulamentos dos órgãos legislativos da UE no domínio da segurança alimentar, dos quais os mais importantes são:

Regulamento (CE) n.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de Janeiro de 2002, que determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos (AESA) e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos géneros alimentícios.

Slide 5

Segurança alimentar - obrigações dos produtores resultantes de disposições legais

O produtor de alimentos deve prestar especial atenção aos requisitos de higiene e sanitários das plantas, ou seja, edifícios, salas, instalações, ferramentas, máquinas e equipamento, bem como à qualidade da água destinada à alimentação, à recolha e armazenamento de resíduos da produção alimentar e às necessidades das pessoas que trabalham na produção de alimentos.

Slide 6

O produtor de géneros alimentícios é obrigado a assegurar que o pessoal empregado na produção de géneros alimentícios cumpra determinados requisitos sanitários e tenha conhecimentos adequados no domínio do cumprimento das regras de higiene.

Slide 7

O principal dever dos produtores e distribuidores de alimentos é a implementação na fábrica de sistemas de controlo interno eficazes baseados nos princípios das Boas Práticas de Higiene (BPH), Boas Práticas de Fabrico (BPF) e nos princípios do sistema HACCP (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controlo).

Slide 8

As empresas do sector alimentar, ou seja, os produtores e distribuidores de alimentos, são os principais responsáveis por garantir a segurança alimentar. O fabricante não pode utilizar, na alimentação humana e na produção de géneros alimentícios, aditivos autorizados e outros ingredientes alimentares, produtos derivados de plantas, animais ou animais que contenham resíduos de contaminantes químicos ou biológicos, produtos medicinais, bem como contaminação radioactiva, em quantidades que excedam os níveis máximos.

Slide 9

É da responsabilidade do produtor aprender e aplicar os princípios da rotulagem adequada dos produtos fabricados. O fabricante, ao marcar o seu produto, não pode colocar na embalagem informações falsas que induzam o consumidor em erro, mas deve fornecer as informações relevantes para a saúde ou para a vida do consumidor.

Slide 10

Boas práticas de fabrico

As boas práticas de fabrico são um conceito muito amplo e podem geralmente ser descritas como um conjunto de princípios resultantes da experiência, cuja observância garante que os produtos fabricados cumprirão os requisitos de qualidade estabelecidos. As boas práticas de fabrico são "acções que devem ser tomadas e condições que devem ser cumpridas para que os alimentos sejam produzidos de uma forma que garanta a sua qualidade sanitária adequada, de acordo com a sua utilização prevista".

Slide 11

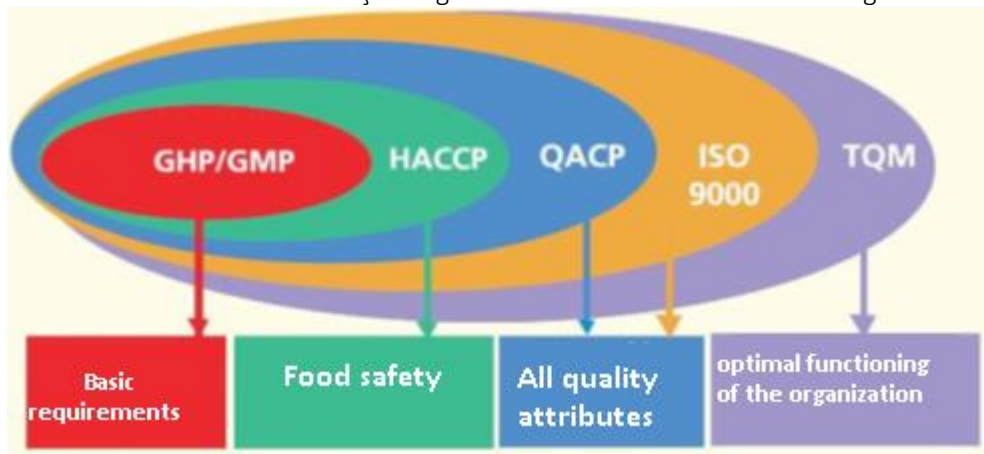
Por sua vez, as Boas Práticas de Higiene (BPH) incluem "acções que devem ser tomadas e condições de higiene que devem ser cumpridas em todas as fases da produção para garantir a segurança dos alimentos". É muito claro que as Boas Práticas de Higiene (BPH) se referem a um aspecto da qualidade sanitária, e as BPF a todos os seus componentes.

Slide 12

Os princípios GMP / GHP são escritos sob a forma de códigos que são desenvolvidos e publicados em relação aos alimentos por instituições governamentais oficiais, por exemplo a Food and Drug Administration (FDA) nos EUA, ou outras organizações como o Institute of Food Science and Technology na Grã-Bretanha. Na maioria dos países, os códigos alimentares GMP / GHP não têm força legal e o cumprimento das recomendações neles contidas é voluntário. *Os requisitos de Boas Práticas de Higiene (BPH) são frequentemente referidos como Programas Pré-requisitos. Fig. 1*



Estas duas normas (BPF e GHP) funcionam em conjunto. Por conseguinte, a melhor solução para as empresas de restauração emergentes ou para os estabelecimentos existentes que pretendem operar e trabalhar com base nas orientações de Boas Práticas é a sua aplicação simultânea. Mais tarde, a norma GHP é mais trabalhosa devido à documentação regular e sistemática do estado de higiene da fábrica e do



peçoal.

Manutenção de registos em relação às Boas Práticas de Higiene

As Boas Práticas de Higiene são uma ferramenta indispensável para manter a limpeza e a ordem, bem como para o auto-controlo das plantas. É razoável criar um Livro de Higiene em cada planta.

Capítulos de amostra incluídos no Livro de Higiene da planta:

1. Descrição da planta
2. Higiene do pessoal
3. Lavagem
4. Desinfecção
5. Protecção da planta contra os parasitas
6. Verificação (aplicável aos pontos 3, 4 e 5)
7. Especificação das medidas
8. Especificação do equipamento
9. Formação em GHP/Perigos

Do ponto de vista dos sistemas de gestão da qualidade, referimo-nos a factores microbiológicos, químicos e físicos que podem ameaçar a saúde ou a vida do consumidor, e a sua presença no produto pode ser o resultado da sua obtenção a partir da matéria-prima ou produto intermédio.

Tipos de ameaças:

a) poluição biológica

Os contaminantes microbianos podem ter a sua causa na ocorrência de bactérias, fungos ou microrganismos. Podem causar infecções, infecções tóxicas ou intoxicações.b) poluição química

Os riscos químicos são qualquer substância não intencionalmente adicionada aos alimentos e cuja presença resulte da produção, criação de animais, medicina veterinária, transformação, preparação, tratamento e embalagem, transporte, armazenagem ou poluição ambiental.

c) Poluição física

Os riscos físicos podem entrar nos alimentos a partir da matéria-prima ou durante a produção - quando os princípios das BPF não são observados com o devido cuidado.

Questões de segurança alimentar, introdução aos sistemas de qualidade cont.

Sistema de qualidade - HACCP

O HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) é um sistema de organização de actividades em empresas que lidam com alimentos, que garante a segurança sanitária destes alimentos. O sistema HACCP é reconhecido como a ferramenta mais eficaz para garantir que os alimentos não estão contaminados e são seguros para o consumidor. A aplicação do sistema HACCP baseia-se na crença de que as potenciais ameaças e anomalias no processo serão identificadas antes ou durante o processo de fabrico, de forma a minimizar o risco de ameaça. O sistema é utilizado para eliminar o risco associado à contaminação dos alimentos e deve regular os parâmetros do processo de produção que determinam a segurança do processo alimentar. Aplica-se a todo o processo tecnológico - desde a obtenção da matéria-prima, passando pelo seu armazenamento, até à sua transformação e, posteriormente, até ao produto acabado. É desenvolvido separadamente para cada produto e para uma linha de produção. As tarefas abaixo mencionadas, ou seja, as normas de Boas Práticas - Higiene, Produção, Restauração, etc., constituem o programa preliminar para a implementação e funcionamento do sistema HACCP. Estas normas são directrizes para garantir condições de trabalho e produção adequadas.

Sete princípios (fases de funcionamento) no âmbito do sistema HACCP:

Fase 1. Realização de uma análise de ameaças

Fase 2 Determinação dos pontos críticos de controlo

Fase 3. Determinação dos limites óptimos e críticos para cada um dos pontos de controlo

Fase 4. Estabelecimento de procedimentos de monitorização dos pontos de controlo críticos

Fase 5. Determinação de medidas correctivas

Fase 6. Estabelecimento de um sistema de procedimentos de verificação

Fase 7. Preparação da documentação. Fase 1. Realização de uma análise de ameaças

Consiste em analisar e identificar potenciais riscos associados à produção de alimentos, desde a obtenção da matéria-prima, passando pela transformação, até à fase de consumo e avaliar a probabilidade desses riscos.

sub-passos:

1.1: Estabelecer uma equipa de HACCP.

1.2: Descrever o produto.

1.3: Especificar o objectivo do produto.

- 1.4: Elaborar um diagrama de processo.
- 1.5: Verificar praticamente o diagrama de processo.
- 1.6: Elaborar uma lista dos perigos em cada fase e uma lista dos meios de medição.

Fase 2. Determinação dos pontos críticos de controlo

Baseia-se na determinação dos pontos críticos de controlo com base na análise de ameaças conduzida - locais, fases, tratamentos ou operações unitárias que devem ser controlados a fim de eliminar, prevenir ou minimizar o risco até um nível seguro. A identificação CCP baseia-se na sequência lógica de perguntas e respostas relativas à possibilidade de eliminar ou reduzir o risco na fase de produção considerada. Fase 3. Determinação dos limites óptimos e críticos para cada um dos pontos de controlo

Consiste em determinar o óptimo, ou seja, o parâmetro ideal, que garantirá que a ameaça designada seja efectivamente reduzida ou eliminada numa determinada fase. Além disso, deve ser estabelecida uma margem de segurança dentro da qual o produto possa ser considerado livre de riscos designados. Fase 4. Estabelecimento de procedimentos de monitorização dos pontos de controlo críticos

Consiste em estabelecer sistemas de monitorização CCP para que a produção possa ser monitorizada de forma contínua e os produtos defeituosos possam ser evitados. Abrange e especifica: a frequência de medição ou observação, indica a pessoa responsável, dá o método de registo, documentação e armazenamento de dados até ao desgaste do produto. Devem ser seleccionados procedimentos de monitorização adequados, para que se possa identificar a perda de controlo e o desvio do limite. A monitorização deve ser efectuada numa base contínua, caso contrário deve ser definida a frequência das medições, necessária para garantir um controlo CCP completo. Slide 8

Fase 5. Determinação de medidas correctivas

De acordo com este princípio, está previsto estabelecer para cada PCC as medidas correctivas adequadas que devem ser tomadas quando a monitorização revelar um desvio em relação aos limites críticos, o que, por sua vez, significa que os PCC em causa não estão sob controlo.

Slide 9

Fase 6. Estabelecimento de procedimentos de verificação do sistema

Consiste em desenvolver os procedimentos de verificação para confirmar se o sistema funciona em conformidade com o plano HACCP estabelecido e se é eficaz e eficiente para garantir uma segurança adequada em matéria de saúde alimentar. Para este efeito, podem ser utilizados vários tipos de métodos - auditoria, testes, análises, etc.

O processo de verificação permite avaliar se: o processo de produção abrangido pelo sistema está sob controlo, se as ameaças identificadas são eliminadas ou minimizadas até um nível seguro, se o produto não representa uma ameaça para a vida ou saúde do consumidor, se o sistema CCP funciona correctamente. A verificação aplica-se a: matéria-prima, processo de produção, máquinas e equipamento de produção, programas de lavagem e desinfecção, embalagem, armazenamento ou distribuição.

Slide 10

Fase 7. Preparação da documentação

Implica o desenvolvimento de uma forma de manter, recolher e armazenar documentação contendo todos os planos, procedimentos e registos HACCP adequados aos princípios e à sua aplicação. A documentação recolhida deve estar disponível e ser disponibilizada para controlo dos funcionários, bem como dos clientes - contratantes nacionais e estrangeiros.

Slide 11

Auditoria e certificação dos sistemas de gestão da segurança alimentar

Auditoria do sistema de gestão da segurança alimentar

As auditorias internas dos sistemas de gestão da segurança alimentar visam avaliar o funcionamento do sistema implementado pela organização em que o sistema opera. Os resultados obtidos com as auditorias, permitem a sua melhoria.

As auditorias externas são realizadas por empresas externas. Podem ser realizadas por organismos certificados com autorização para emitir certificados que confirmem a conformidade do sistema implementado com uma determinada norma, norma ou orientações. Além disso, as auditorias externas podem ser realizadas por clientes, tais como fornecedores.

Slide 12

Certificação do sistema HACCP

A Organização Internacional de Normalização (ISO) publicou em 19 de Junho de 2018 uma actualização da norma internacional ISO 22000: 2005 que estabelece os requisitos para os sistemas de gestão da segurança alimentar e abrange todas as organizações da cadeia de produção alimentar - desde o cultivo e a criação até ao prato (da exploração agrícola até ao garfo).

A norma ISO 22000: 2018 é uma nova abordagem à gestão da segurança dos alimentos para consumo humano e animal (baseada nos princípios HACCP) e foi desenvolvida para todas as organizações envolvidas na cadeia alimentar.

Slide 13

O Sistema HACCP certificado permite aumentar a confiança do consumidor nos alimentos oferecidos e fornecer aos consumidores provas da capacidade da organização para identificar e controlar os perigos que afectam a segurança alimentar, bem como para monitorizar as condições da sua produção, que podem ter efeitos adversos.

A tarefa prioritária na luta concorrencial é assegurar um produto seguro em tempo útil, com um nível de qualidade repetível e esperado, com os mais baixos custos de produção possíveis. Este objectivo é servido pela gestão da qualidade e segurança alimentar com base nos requisitos das normas internacionais e/ou nacionais, incluindo a certificação de um sistema integrado com base na norma ISO 22000.

Lição 4

Product definition and market estimation

Slide 1

Definição do produto e estimativa do mercado

Definição do produto

Um produto em comercialização é qualquer objecto de troca no mercado e tudo o que pode ser oferecido no mercado. Um produto pode ser um bem material, um serviço, um lugar, uma organização ou uma ideia. A função básica de cada produto é a de satisfazer as necessidades do comprador.

Processo tecnológico - conjunto de actividades quantitativa e qualitativamente ordenadas que alteram as propriedades físicas (forma, tamanho), forma de ocorrência ou propriedades químicas de uma determinada substância (material). O processo tecnológico, juntamente com as actividades auxiliares (movimento de materiais) constituem o processo de produção em resultado do qual o produto é obtido.

Slide 2

Custo - consumo expresso em termos de valor: meios de trabalho, objectos de trabalho, serviços externos, o próprio trabalho.

O sistema de cálculo classifica os custos necessários para calcular o custo do produto.

Marca, ou marca, um nome de marca: um nome ou símbolo gráfico colocado nos produtos para protecção contra a imitação ou contrafacção, personificação, atribuição. É tratado como uma espécie de certificado: o fabricante não se envergonha do seu produto, "assinando-o", garante a sua qualidade. Daí que a "marca" seja sinónimo de opiniões.

Slide 3

Estimativa do mercado

Mercado (em economia) - um conjunto de mecanismos que permitem aos produtores contactar os consumidores. O mercado é a totalidade das transacções de compra e venda e as condições em que estas se realizam. O preço e a quantidade dos bens são determinados no mercado concorrencial. É também um grupo específico de entidades económicas interessadas na compra e venda de determinados bens, valores ou serviços.

Parte da população representa a oferta (produtores) e parte da procura (consumidores). A oposição à procura da oferta num local e num momento específicos conduz à determinação do preço do valor transaccionado - o que faz com que se realizem transacções de venda e de venda.

Slide 4

grupo-alvo - o grupo ao qual a mensagem, a publicidade e o produto é dirigido. Particularmente na publicidade, é importante identificar correctamente o público-alvo. A forma tradicional de definir um grupo-alvo é seleccionar as pessoas que satisfazem critérios sociodemográficos específicos.

Slide 5

Konkurencja - proces, w którym podmioty rynkowe współzawodniczą ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych poprzez przedstawianie korzystniejszej od innych podmiotów oferty rynkowej celem realizacji swoich interesów.

Konkurowanie może się odbywać w oparciu o wiele cech oferty rynkowej, takich jak cena, jakość, forma płatności i wiele innych.

Concorrência - um processo em que os intervenientes no mercado competem entre si na conclusão de transacções de mercado, apresentando uma oferta de mercado mais favorável do que outras entidades para a prossecução dos seus interesses.

A concorrência pode basear-se em muitas características da oferta de mercado, tais como preço, qualidade, forma de pagamento e muitas outras.

Slide 6

A comercialização tem muitas definições científicas. Em termos simples, o marketing é uma actividade que visa encontrar, estimular e satisfazer as necessidades das entidades empresariais.

As actividades de marketing estão divididas em quatro tipos básicos, o chamado marketing mix. Estes são: preço, produto, distribuição e promoção.

Slide 7

Preço - a quantidade de dinheiro pela qual o vendedor está disposto a renunciar aos seus direitos sobre um determinado bem, ou o comprador está disposto a comprá-lo, para comprar o direito.

O preço pode dizer respeito, entre outros, a um bem ou a um serviço. De acordo com a maioria das teorias económicas, o preço é igual ao valor de um determinado bem.

Slide 8

Distribuição - um dos instrumentos de marketing mix. Entende-se por distribuição na comercialização as actividades destinadas a oferecer o produto da forma desejada pelo fabricante, no local e no momento certos. A distribuição correcta não só vai para o cliente-alvo certo, como também pode gerar valor acrescentado do produto.

Slide 9

A promoção é o impacto nos destinatários dos produtos de uma empresa, que consiste em fornecer-lhes informações que lhes permitam aumentar os conhecimentos sobre produtos ou serviços e sobre a própria empresa, a fim de criar preferências de mercado para eles.

A promoção é um elemento da comunicação comercial. Os instrumentos de promoção do marketing mix para o conceito 4P são: promoção de vendas, publicidade, pessoal de vendas, marketing directo e relações públicas.

A previsão das vendas é o nível previsto de vendas dos produtos e serviços oferecidos em função do plano de marketing escolhido e tendo em conta as condições do ambiente de marketing e, principalmente, o possível impacto e a força dos concorrentes. A previsão é a arte de prever o comportamento dos compradores, o estado futuro do mercado, a relação entre a oferta e a procura e a situação económica esperada nas áreas da empresa.

Para a previsão em marketing, utilizamos:

- extrapolação das tendências de vendas,
- análise dos factores que moldam o volume da procura
- análise estatística e econométrica,
- levantamento dos compradores para conhecer as suas intenções de compra (estudos de mercado),
- Método Delphi e outros.

Lição 5

Construction of an investment plan

Slide 1

Construção de um plano de investimento

Elaboração de um plano financeiro e avaliação da eficácia do projecto

Investimento é o esforço económico para criar ou aumentar activos fixos. Despesas das empresas em bens que podem ser utilizados para produzir outros bens e serviços. A isto se chama "efeito de benefícios diferidos". Dividimos os investimentos em investimentos em capital fixo e investimentos em inventários.

Slide 2

Os custos variáveis são as despesas do empresário directamente relacionadas com a produção. O seu nível depende directamente da dimensão da produção. Portanto, são zero quando nada é produzido, e crescem à medida que a produção aumenta.

Custos fixos - despesas que devem ser suportadas pelo empresário, independentemente do volume de produção. Os custos fixos são os custos que não respondem às mudanças no volume de produção, porque dependem, por exemplo, da passagem do tempo e independentemente da quantidade de produtos produzidos num determinado período, na maioria das vezes permanecem inalterados, por exemplo: salários dos funcionários administrativos e de gestão, energia de aquecimento e iluminação, limpeza, etc.

Slide 3

Receitas - os ganhos obtidos ou devidos como parte das operações comerciais, na maioria das vezes a receita é o valor total das vendas líquidas de bens e serviços no período contabilístico (dia, mês ou ano contabilístico).

O rendimento é uma medida financeira dos benefícios derivados de várias fontes. Para efeitos fiscais, no caso das pessoas singulares, em regra, o rendimento proveniente da fonte de rendimento é o excedente da soma das receitas provenientes desta fonte sobre os custos da sua obtenção no exercício fiscal. Se a soma dos custos dedutíveis do imposto de uma determinada fonte exceder a soma das receitas obtidas a partir dessa fonte, existe uma perda.

Slide 4

Activos - controlados por uma empresa com um valor determinado de forma fiável, resultantes de acontecimentos passados, que irão causar benefícios económicos para a entidade no futuro.

Passivo - uma fonte de cobertura dos activos da empresa.

Slide 5

Balanço - é uma demonstração sintética preparada para um dia específico, por exemplo, o final do período de reporte (contabilístico), apresentando os activos (activos) por um lado e o capital (passivo) por outro, ou seja, as fontes de financiamento dos activos. O total do balanço do lado do activo e o total do passivo são sempre iguais.

Escalão 6

Lucro - é um resultado financeiro positivo de uma empresa ou de um investimento ou empréstimo específico. O seu oposto é a perda. O lucro é um valor extenso e não determina directamente a eficácia da gestão ou do investimento. A rentabilidade é um valor que determina a eficácia da gestão e do investimento.

Slide 7

Perda - é um resultado financeiro negativo de uma empresa ou de um investimento ou empréstimo específico. O seu oposto é o lucro. A perda não significa automaticamente que uma empresa seja ineficiente. É frequentemente o caso de uma empresa em desenvolvimento intensivo apresentar uma perda durante algum tempo como resultado de um investimento intensivo em meios de produção. Por outro lado, uma empresa em retracção pode, paradoxalmente, apresentar lucros se abandonar os seus activos correntes e outros activos com suficiente rapidez.

Uma perda permanente resulta geralmente num aumento da dívida, em primeiro lugar, depois numa perda de liquidez e, por fim, numa declaração de falência.

Slide 8

Declaração de rendimentos, informa-o sobre a eficácia de cada tipo de actividade e sobre o resultado financeiro global da empresa. A conta de ganhos e perdas mostra a capacidade da empresa para gerar lucros e auto-financiamento.

Slide 9

Imobilizado - parte do activo da empresa com uma vida útil estimada superior a um ano.

As amortizações são usadas para atribuir o preço de compra ou o custo de produção de um activo fixo ou intangível à totalidade da vida útil destes activos.

A soma das amortizações é amortizada. A depreciação é um custo não monetário (não envolve despesas no período corrente). É também uma fonte de financiamento para investimentos de restituição. Com a ajuda da depreciação, as despesas com a compra ou produção de um activo fixo são gradualmente incluídas nos custos de períodos individuais, o que permite obter fundos para a compra de novos activos fixos após a depreciação total dos antigos.

Slide 10

Dividendo - uma parte do lucro líquido destinado à distribuição entre os accionistas. O montante do dividendo é calculado com base no resultado financeiro anual da empresa. As autoridades da sociedade decidem o montante dos dividendos e a data do seu pagamento.

O dividendo pode ser pago a partir de: lucro líquido, capital suplementar ou resultados transitados de anos anteriores. O dividendo é normalmente pago em numerário, mas também pode ser pago sob a forma de acções.