



**Politécnico
de Viseu**

Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão de Viseu

Marketing digital para grandes empresas

Joana Lourenço Respeita

Relatório de Estágio

Mestrado em Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professor Doutor José Luís Abrantes

Outubro de 2023



**Politécnico
de Viseu**

Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão de Viseu

Marketing digital para grandes empresas

Joana Lourenço Respeita

Relatório de Estágio

Mestrado em Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de

Professor Doutor José Luís Abrantes

Outubro de 2023

AGRADECIMENTOS

Com este relatório dou por concluída mais uma etapa da minha vida académica, que me levará ao início da minha carreira profissional na área que gosto tanto de trabalhar. Foram meses de muito esforço, dedicação e trabalho contando sempre com o apoio de várias pessoas e por isso devo um enorme obrigado a cada uma delas.

Assim, agradeço com um muito carinho desde já à minha família, em especial à minha mãe e ao meu pai, uma vez que foram o meu principal apoio durante estes meses, estando sempre presentes, apoiando-me nos momentos mais difíceis e demonstrando-me o lado positivo das coisas fazendo com que eu nunca desistisse.

Agradeço também aos meus amigos Inês Cunha, João Pinto e Vanessa Lopes pela motivação, pela partilha de ideias, pelos conselhos e principalmente pela paciência para me ouvirem desabafar nos momentos menos bons ao longo deste percurso.

Agradeço também ao meu namorado pelo carinho e incentivo permanente não só durante a elaboração deste relatório, mas em todas as situações.

Agradeço também a todos os docentes que me acompanharam ao longo destes dois anos de Mestrado por todos os conhecimentos transmitidos. Agradeço com especial atenção ao meu orientador de estágio, o Professor Doutor José Luís Abrantes, pela disponibilidade e ajuda prestada durante todo o percurso.

E por fim, agradeço a todos os colaboradores do Grupo Embeiral pela simpatia e acessibilidade. Em específico agradeço ao Engenheiro Élio Cardoso e ao Carlos Santos por me terem acompanhado de mais perto ao longo destes seis meses.

Um enorme obrigada a todos vocês!

RESUMO

O Marketing digital é essencial para as empresas, uma vez que, é através deste que estas empresas poderão se diferenciar e chegar de forma mais rápida aos seus atuais e futuros clientes, melhorando também o seu relacionamento com o público. As redes sociais são plataformas que permitem às empresas estar cada vez mais perto dos seus clientes e atualmente são um dos grandes principais fatores que influenciam o consumidor no momento da compra de qualquer produto ou serviço. Este relatório é relativo ao estágio elaborado no último ano de Mestrado em Marketing, realizado no Grupo Embeiral mais especificamente na Embeiral Construction SGPS – S.A., onde foram postos em prática todos os conhecimentos adquiridos até à data. A Embeiral Construction SGPS - S.A. é formada por várias empresas, sendo elas a Embeiral engenharia e construção, S.A., a Inerbeiral - agregados e betuminosos, Lda., a Embeiral Steel, Lda., a Embeiral Técnica, Lda., a Socibeiral - betão pronto, Lda., a Embeiral Wood, Lda. e a Guache - Construção dentro da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda. A sede do grupo encontra-se situada em Viseu mais concretamente na Reta da Ribeira em Travanca de Bodiosa. O relatório está dividido em várias partes, começando por um enquadramento teórico ligado aos temas da Digitalização e do Marketing digital, depois apresenta-se a empresa onde se realizou o estágio pormenorizadamente, demonstrado também todas as atividades desenvolvidas durante este período. Por fim, é apresentada uma conclusão com algumas propostas.

Palavras-chave: Marketing digital; Digitalização; Redes sociais

ABSTRACT

Digital marketing is essential for companies because it is through it that they can differentiate themselves and reach their current and future customers more quickly, while also improving their relationship with the public. Social networks are platforms that allow companies to be ever closer to their customers and are currently one of the main factors influencing consumers when they buy any product or service. This report relates to the internship carried out in the final year of the Master's programme in Marketing at the Embeiral Group, specifically at Embeiral Construction SGPS - S.A., where all the knowledge acquired to date was put into practice. Embeiral Construction SGPS - S.A. is made up of several companies: Embeiral engenharia e construção, S.A., Inerbeiral - agregados e bituminosos, Lda, Embeiral Steel, Lda, Embeiral Técnica, Lda, Socibeiral - betão pronto, Lda, Embeiral Wood, Lda and Guache - Construção within Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda. The group's head office is located in Viseu, more specifically at Reta da Ribeira in Travanca de Bodiosa. The report is divided into several parts, starting with a theoretical framework linked to the themes of Digitalisation and Digital Marketing, then the company where the internship took place is presented in detail, as well as showing all the activities carried out during this period. Finally, a conclusion is presented with some proposals.

Keywords: Digital Marketing; Digitization; Social Media

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE TABELAS.....	8
1. INTRODUÇÃO	9
1.1. Enquadramento	9
1.2. Objetivos da investigação	9
1.3. Estrutura do relatório	10
2. REVISÃO DA LITERATURA	11
2.1. Digitalização	11
2.2. Marketing Digital.....	11
2.3. As redes sociais.....	12
3. LOCAL DO ESTÁGIO.....	14
3.1. A Embeiral Group.....	14
3.1.1. Missão, Visão e Valores.....	15
3.2. A Embeiral Construction SGPS - S.A.....	16
3.2.1. Empresas envolvidas.....	16
3.2.1.1. Embeiral Engenharia e Construção, S.A.....	17
3.2.1.2. Socibeiral – Betão Pronto, Lda.	18
3.2.1.3. Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda.	19
3.2.1.4. Embeiral Steel, Lda.....	20
3.2.1.5. Embeiral Técnica, Lda.	20
3.2.1.6. Embeiral Wood, Lda.....	21
3.2.1.7. Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda. Guache – Construção....	22
3.2.2. Matriz de crescimento mercado/produto ou Matriz Ansoff.....	23
3.2.3. Análise <i>SWOT</i>	25
4. TRABALHO REALIZADO	29

4.1.	Apresentação Institucional do grupo	29
4.2.	Adaptação do grupo com a entrada em vigor de uma nova Legislação.....	30
4.3.	Cartões de visita.....	31
4.4.	Desdobrável	32
4.5.	Publicações para as redes sociais.....	33
4.6.	Catálogo	37
4.7.	Manual de acolhimento ao colaborador.....	38
4.8.	Novo logótipo	39
4.9.	Plano de Imagem de estaleiro	40
4.10.	Plano de uniformização de e-mails	42
4.11.	Memória Descritiva	43
4.12.	Placas.....	44
4.13.	Uniformização de design de documentos internos e apresentações PowerPoint.....	45
4.14.	Presença na Magazine Imobiliário	47
4.15.	Postais de Natal	48
5.	CONCLUSÃO	50
5.1.	Análise global do estágio	50
5.2.	Propostas	51
5.3.	Limitações.....	56
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Logótipo do Grupo Embeiral.....	14
Figura 2 - Logótipo do Grupo Embeiral Construction SGPS - S.A.	14
Figura 3 - Logótipo do grupo Embeiral Vida	15
Figura 4 - Embeiral Vida e as suas empresas envolvidas	15
Figura 5 - Sede da Embeiral Construction S.G.P, S.A.	16
Figura 6 - Embeiral Construction SGPS - S.A e as suas empresas envolvidas	17
Figura 7 - Logótipo da Embeiral Engenharia e Construção, S.A.....	18
Figura 8 - Logótipo da Socibeiral - Betão Pronto, Lda.	19
Figura 9 - Logótipo da Inerbeiral - Agregados e Betuminosos, Lda.	20
Figura 10 - Logótipo da Embeiral Steel, Lda.	20
Figura 11 - Logótipo da Embeiral Técnica, Lda.....	21
Figura 12 - Logótipo da Embeiral Wood, Lda.....	22
Figura 13 - Logótipo da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda.	22
Figura 14 - Logótipo da Guache - Construção	23
Figura 15 - Matriz de crescimento mercado/produto ou Matriz Ansoff.....	23
Figura 16 - Capa da Apresentação Institucional do Grupo Embeiral	30
Figura 17 - Contracapa da Apresentação Institucional do Grupo Embeiral	31
Figura 18 - Exemplo do lado da frente de um cartão de visita	32
Figura 19 - Capa do Desdobrável da Embeiral Construction SGPS, S.A.	33
Figura 20 - Publicação do Facebook do Natal e do Ano Novo	34
Figura 21 - Publicação do Facebook do Dia da Mulher	34
Figura 22 - Publicação do Facebook do Dia do Pai	35
Figura 23 - Publicação do Facebook para a Páscoa	35
Figura 24 - Publicação do Facebook para o Dia da Liberdade.....	36
Figura 25 - Publicação do Facebook do dia do trabalhador	36
Figura 26 - Publicação do Facebook do dia da mãe	37
Figura 27 - Capa do Catálogo da empresa Embeiral Steel, Lda.....	38
Figura 28 - Capa do Manual de Acolhimento ao Colaborador do grupo Embeiral Construction SGPS, S.A.....	39
Figura 29 - Antiga designação e logótipo	40
Figura 30 - Nova designação e logótipo	40
Figura 31 - Capa do plano de imagem do estaleiro	41

Figura 32 - Exemplo de uma das placas	41
Figura 33 - Exemplo de uma das lonas	42
Figura 34 - Exemplo do layout de uma assinatura	43
Figura 35 - Capa da memória descritiva.....	44
Figura 36 - Design da placa.....	44
Figura 37 - Disposição da placa	45
Figura 38 - Capa do código de conduta.....	46
Figura 39 - Contracapa do PowerPoint proposto	47
Figura 40 - Página da Revista Magazine Imobiliário	48
Figura 41 - Postal para os colaboradores enviarem.....	49
Figura 42 - Postal para os colaboradores.....	49

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Análise SWOT da Embeiral Construction SGPS – S.A.	26
---	----

1. INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento

O estágio curricular que aqui se sintetiza decorreu no âmbito do segundo ano de Mestrado em Marketing da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu. A empresa onde ele se desenvolveu foi no Grupo Embeiral, mais concretamente na Embeiral Construction SGPS - S.A., durante um período de seis meses, desde 14 de novembro de 2022 a 15 de maio de 2023.

A Embeiral Construction SGPS - S.A., engloba várias empresas, que proporcionam aos seus clientes todos os tipos de serviços integrados nas áreas da Construção Civil, das Infraestruturas, da Requalificação Urbana, da Construção Metálica, das Instalações Técnicas, das Carpintarias, bem como no fornecimento de Betão Pronto e de Agregados e Betuminosos.

O Marketing Digital é essencial para as empresas, uma vez que, é através deste que estas poderão se diferenciar e chegar de forma mais rápida aos seus atuais e futuros clientes, melhorando também o seu relacionamento com o público (Taiminen & Karjaluoto, 2015).

As redes sociais são plataformas que permitem às empresas estar cada vez mais perto dos seus clientes e atualmente são um dos grandes principais fatores que influenciam o consumidor no momento da compra de qualquer produto ou serviço (Mason et al., 2021).

1.2. Objetivos da investigação

O objetivo principal da realização deste estágio foi colocar em prática todos os conhecimentos apreendidos no primeiro ano de Mestrado em Marketing, bem como ao longo da Licenciatura em Marketing, também esta realizada na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu. Desta forma, a aplicação prática foi direcionada para a execução de vários trabalhos ligados ao Marketing Digital, melhorando a notoriedade do grupo e a sua própria imagem.

Com este estágio, para além de ganhar experiência profissional e conhecimento do mercado de trabalho, foi-me possível ter contacto direto com o Grupo Embeiral, especialmente com a Embeiral Construction SGPS – S.A., focando o meu trabalho nas áreas que tanto gosto de trabalhar. Além disso, permitiu-me conhecer também as pessoas que fazem parte deste grupo, o mercado em que este está inserido e ainda os vários

serviços que fornece. Consegui também ter contacto com uma realidade diferente, entrando naquilo que é a cultura empresarial.

1.3. Estrutura do relatório

Em relação à estrutura do relatório, inicialmente no ponto um é feita uma revisão da literatura que inclui temas como a digitalização, o Marketing digital e as redes sociais. No ponto dois apresenta-se o local do estágio, descrevendo a Embeiral Construction SGPS – S.A. com algum pormenor, referindo a Embeiral Group, todas as empresas envolvidas, os serviços e a organização interna de cada uma. É retratado também uma Matriz de crescimento de produto/mercado e uma análise *SWOT* da Embeiral Construction SGPS – S.A. Depois enuncia-se e descreve-se todas as tarefas realizadas ao longo dos seis meses de estágio, apresentando imagens dos trabalhos desenvolvidos ao longo do texto. Por último, conclui-se e retira-se algumas considerações finais deste percurso de estágio, apresentando algumas propostas.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Digitalização

Atualmente vivemos numa era onde a Internet é o elemento mais importante na vida das pessoas, visto que esta é o centro de toda a informação e é através dela que a maioria das pessoas de hoje em dia procuram e encontram soluções para responderem às suas necessidades, a partir de produtos e serviços nela dispostos (Taiminen & Karjaluoto, 2015).

Desta forma, pode-se afirmar o papel crucial da digitalização nas nossas vidas e especialmente nas empresas, visto que a sua visibilidade é dependente das suas apostas nesta vertente mais digital (Taiminen & Karjaluoto, 2015). Pode-se tomar como exemplo o *Google*: uma empresa ou produto que não seja facilmente encontrado através deste motor de pesquisa, não têm uma presença virtual forte, logo são menos vistos pelo consumidor (Taiminen & Karjaluoto, 2015).

A Internet influencia a ideia de marca, o preço, a distribuição e a promoção, sendo assim, indispensável às empresas ter no mínimo um canal de comunicação digital. Caso contrário, acabará numa grande desvantagem em relação à sua concorrência (Pinto, 2022).

Com isto, é possível concluir que a digitalização molda a forma como o consumidor e as empresas interagem entre si, porque é a partir das plataformas digitais, como o *Facebook* e o *Instagram*, que as pessoas procuram informações sobre marcas, produtos e serviços (Taiminen & Karjaluoto, 2015).

2.2. Marketing Digital

Com o crescimento e o aumento da utilização da Internet nestes últimos tempos pelos consumidores, fez com que as empresas comunicassem e se relacionassem de forma diferente com seus clientes (Abreu, 2015).

De forma geral, o marketing é uma ferramenta crucial para todas as organizações, sejam elas pequenas ou grandes, para alcançarem os seus clientes da melhor forma e despertar neles o interesse pelo serviço ou produto prestado (Elias et al., 2021). Para além disso, promove o processo de captação e fidelização de clientes (Elias et al., 2021).

As empresas nestes últimos anos mostraram-se cada vez mais interessadas por aquilo que é o Marketing, visto que proporciona diversas vantagens, como por exemplo a

descrição aprofundada de como os consumidores se comportam no momento da compra (Mochizuki et al., 2022).

Com este novo contexto tecnológico, o Marketing evoluiu aperfeiçoando as suas estratégias, priorizando o comportamento do consumidor e a dinâmica do mercado alcançando o que hoje é conhecido como Marketing digital (Mochizuki et al., 2022).

O Marketing tradicional recorria muito à utilização da Televisão, da Rádio e da Imprensa como forma de divulgação dos serviços e produtos, entrando atualmente em desuso, uma vez que a Internet começou a ganhar mais destaque, proveniente da evolução tecnológica (Mochizuki et al., 2022).

Assim, o Marketing digital é a mudança entre o uso de meios simples do Marketing tradicional para uma abordagem por meios digitais e tecnológicos, como a Internet, e-mail, redes sociais, entre outros, com o objetivo de captar e alcançar mais clientes, desenvolvendo em simultâneo uma relação mais próxima e constante entre o público e a empresa (Kotler et al., 2016).

Os conteúdos são promovidos para o público correto, de forma personalizada e na melhor altura com o intuito de causar mais impacto (Mochizuki et al., 2022). Para além disso o Marketing digital oferece oportunidades significativas para as organizações, como o reconhecimento da marca e o aumento das vendas a baixo custo (Dwivedi et al., 2021).

2.3. As redes sociais

As empresas devido à digitalização, são obrigadas a estar presentes no mundo online, deixando de ser apenas uma simples necessidade (Ricardo & Abreu, 2015). A digitalização, particularmente as redes sociais, têm interferência direta no comportamento dos consumidores e na maneira como as empresas funcionam (Dwivedi et al., 2021). Fornecem também novas oportunidades, porque facilitam as empresas a alcançarem novos clientes e atraírem potenciais consumidores (Reijonen, 2010). Para além disso, permitem às empresas criarem planos e estratégias de marketing cada vez mais eficazes e da melhor forma possível, respondendo de forma mais precisa às necessidades dos consumidores (Pinto, 2022; Taiminen & Karjaluoto, 2015).

Durante a pandemia, as redes sociais foram um meio cada vez mais utilizado, tornando-se assim num fator extremamente importante, isto porque, era a partir destas que as empresas conseguiam manter o contacto direto com os seus consumidores (Mason et al., 2021). É nas redes sociais que circulam análises de produtos feitas por outros

clientes, bem como experiências de utilização quer de produto quer de serviço havendo também dicas de como usá-los (Mason et al., 2021). Com isto, estes canais têm se tornado num dos fatores que mais influenciam o cliente no momento de compra (Mason et al., 2021).

As plataformas, como o *Instagram* ou o *Facebook*, são destinadas para as pessoas relaxarem e descontraírem, o que permite uma melhor aceitação de qualquer tipo de publicidade que possa aparecer (Hruska & Maresova, 2020). Por outro lado, as empresas presentes nestes canais, geram mais credibilidade e confiança perante o consumidor, o que a longo prazo proporciona um crescimento da notoriedade da marca, uma maior satisfação do cliente, bem como o aumento da qualidade dos seus serviços e produtos (Hruska & Maresova, 2020).

Para que as empresas possam tirar o maior proveito da sua presença nas redes sociais, é essencial ter associada a estas um plano de Marketing digital, com estratégias bem estruturadas e prontas para serem aplicadas, de forma a obter resultados positivos e alcançar os objetivos desejados (Abreu, 2015). Assim sendo, não basta apenas afirmar que estão presentes e partilhar qualquer tipo de conteúdo (Abreu, 2015).

Inicialmente as organizações devem perceber quais os canais que mais se adequam e se justifica a sua presença, tendo em conta o tipo de empresa, a sua área e a concorrência (Abreu, 2015). Depois devem definir uma linha de comunicação, determinando o público-alvo, como transmitir a informação da melhor forma e delinear com que regularidade se deve fazer a divulgação dessa informação (Abreu, 2015). Posteriormente devem escolher a rede social que mais se adequa à organização tendo em consideração os passos anteriores (Abreu, 2015).

Assim, pode-se afirmar que as empresas sejam elas pequenas, médias ou grandes, têm divulgado cada vez mais os seus serviços e produtos nestes meios de comunicação digital, dado a rápida obtenção de resultados positivos para a notoriedade e para a imagem da empresa (Cintra, 2010).

3. LOCAL DO ESTÁGIO

O estágio curricular foi realizado na Embeiral Construction SGPS - S.A., com uma duração de seis meses, começando no dia 14 de novembro de 2022 e acabando a 15 de maio de 2023, em Viseu, tendo como horário de trabalho, início às 9:00h e término às 18:30h.

A seguir é feito um enquadramento geral da Embeiral Construction SGPS - S.A., descrevendo inicialmente o grupo ao qual esta faz parte, apresentando a sua missão, visão e valores. Depois caracteriza-se com mais detalhes a Embeiral Construction SGPS - S.A, juntamente com as suas empresas envolvidas, apresentando os seus serviços e a forma de organização interna de cada uma. Posteriormente analisa-se a matriz de crescimento produto/serviço e realiza-se uma análise *SWOT* do grupo.

3.1. A Embeiral Group

A Embeiral Group (Figura 1) é uma empresa sediada em Viseu e está dividida em dois grandes grupos, sendo esses, a Embeiral Construction SGPS - S.A (Figura 2) e a Embeiral Vida (Figura 3). Os seus escritórios estão localizados na avenida Dr. Alexandre Alves, Lote 229, nº 47, Piso1. A Embeiral Group começou a sua atividade em 1984, estando já há 38 anos a Construir o futuro!



Figura 1 - Logótipo do Grupo Embeiral

Fonte: <https://grupoembeiral.pt/index.php>



Figura 2 - Logótipo do Grupo Embeiral Construction SGPS - S.A.

Fonte: <https://grupoembeiral.pt/construction.php>



Figura 3 - Logótipo do grupo Embeiral Vida

Fonte: <https://grupoembeiral.pt/vida.php>

A partir de 1984, o setor da construção demonstrou ser um fator decisivo para o sucesso do Grupo Embeiral, o que permitiu que a Embeiral Construction SGPS - S.A. nascesse e crescesse, tendo atualmente uma posição de destaque na área da construção em Portugal.

Desde 2010, o Grupo tem vindo a expandir o seu campo de atividades para o setor da Saúde, tendo grande sucesso naquele que é hoje o Hospital da Casa de Saúde São Mateus. A Embeiral Vida tem como estratégia adquirir um conjunto de unidades que permitam oferecer serviços integrados, como é o caso do setor da Imagiologia, a Fisioterapia e os diversos serviços de proximidade. Desta forma, ligado ao grupo Embeiral Vida englobam-se a ECOGRAFE, a ERGOGYMNO e a CLINIFORM com vista a disponibilizar estes serviços integrados juntamente com o Hospital Casa de Saúde São Mateus, como se pode ver na Figura 4.



Figura 4 - Embeiral Vida e as suas empresas envolvidas

Fonte: <https://grupoembeiral.pt/vida.php>

3.1.1. Missão, Visão e Valores

A Missão, Visão e Valores são ferramentas importantes para as empresas conseguirem definir a sua estratégia de negócio, determinando assim o seu propósito e refletindo-o para o futuro.

Com isto em mente, a Missão do Grupo Embeiral passa por “Construir um futuro melhor, através do incremento permanente do desempenho e da eficácia da Organização, com base na responsabilidade legal, económica e social.” (*Embeiral Group*, n.d.-a). Relativamente à sua Visão, este pretende “Ser reconhecido como referencial no setor da Construção e da Saúde em Portugal, através de um crescimento sustentado pela procura constante da satisfação dos seus principais *stakeholders* e pela sociedade em geral.” (*Embeiral Group*, n.d.-a). Por fim, no que diz respeito aos Valores “O Grupo Embeiral trabalha com entusiasmo e empenho para ser uma referência na Construção e na Saúde, de acordo com os princípios de Ética e Qualidade mais exigentes.” (*Embeiral Group*, n.d.-a).

3.2. A Embeiral Construction SGPS - S.A.

Embeiral Construction SGPS - S.A. encontra-se sediada em Viseu, mais precisamente na Reta da Ribeira em Travanca de Bodiosa, como se pode observar na Figura 5, tendo os seus escritórios localizados em Viseu na Avenida Dr. Alexandre Alves no Lote 229, nº 47, Piso 1.



Figura 5 - Sede da Embeiral Construction S.G.P, S.A.

Fonte: <https://embeiral.pt/quemsomos.php>

3.2.1. Empresas envolvidas

A Embeiral Construction SGPS - S.A., como já referido em cima, compreende um conjunto de empresas que trabalham em simultâneo para o mesmo fim, “oferecer aos seus clientes serviços integrados na área da Construção Civil” (*Embeiral Group*, n.d.-b).

Como se pode observar pela Figura 6, esta é constituída pela Embeiral Engenharia e Construção S.A., pela Socibeiral - Betão Pronto, Lda., pela Inerbeiral - Agregados e Betuminosos, Lda., pela Guache – Construção sendo esta uma marca da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda., pela Embeiral Steel, Lda., pela Embeiral Técnica, Lda. e pela Embeiral Wood, Lda.



Figura 6 - Embeiral Construction SGPS - S.A e as suas empresas envolvidas

Fonte: <https://grupoembeiral.pt/construction.php>

3.2.1.1. Embeiral Engenharia e Construção, S.A.

Formada a 9 de outubro de 1984, com sede em Travanca de Bodiosa na Reta da Ribeira em Viseu, a Embeiral Engenharia e Construção, S.A. teve como objeto de negócio a construção de estradas, desde a movimentação de terras até a pavimentação do solo. Em 1990, de forma a responder às necessidades do mercado das Obras Públicas, expandiu o seu negócio para obras de saneamento básico. Desde 2000 até à atualidade, englobou a componente de construção civil.

Em 2019 é lhe atribuído pelo IMIC (Instituto dos Mercados Públicos do Mobiliário e da Construção) o Alvará de Construção de Classe 9, de forma a atender as necessidades do mercado, isto é, "...obras com um grau elevado de complexidade e dimensão", permitindo assim efetuar qualquer tipo de obra de construção (*Embeiral Engenharia e Construção*, n.d.).

De forma geral, a Embeiral Engenharia e Construção, S.A. executa obras de construção, oferecendo serviços como a realização de obras rodoviárias, obras de infraestruturas, construção de edifícios e pavilhões industriais e ainda proporciona, soluções completas do projeto à construção e projetos chave-na-mão.

No que diz respeito há forma de organização interna da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o comercial, o

de orçamentação, o de compras, o de controlo de gestão, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 7 - Logótipo da Embeiral Engenharia e Construção, S.A.

Fonte: <https://embeiral.pt/>

3.2.1.2. Socibeiral – Betão Pronto, Lda.

Em 1998 a Socibeiral – Betão Pronto, Lda., inicia a sua atividade com a comercialização de betão pronto em Viseu. Esta encontra-se sediada na Reta da Ribeira, Travanca de Bodiosa em Viseu e oferece aos seus clientes um vasto leque de serviços, como a produção e fornecimento de betão pronto, contando também com o transporte do mesmo, a sua bombagem, laboratórios com controlo de qualidade e formação.

Atualmente a Socibeiral – Betão Pronto, Lda. possui cinco centros de produção ativos, que cobrem uma área geográfica significativa de forma a satisfazer as necessidades dos seus clientes. O primeiro centro de produção encontra-se localizado em Viseu, mais especificamente no Parque Industrial do Campo, o segundo em Vila Nova de Paiva no Parque Empresarial de Vale do Forno, o terceiro em Santa Comba Dão na Zona Industrial da Guarita, o quarto em Penedono no Parque Industrial de Penedono e por fim o quinto em Anadia, especificamente em Avelãs de Caminho.

De modo a garantir um produto de qualidade, a Socibeiral – Betão Pronto, Lda. implementou o Sistema de Gestão de Qualidade conforme a norma NP EN 206-1 que orienta este tipo de atividade.

Relativamente à forma de organização interna, esta encontra-se dividida em diversos departamentos, como o de comunicação e marketing, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 8 - Logótipo da Socibeiral - Betão Pronto, Lda.

Fonte: <https://socibeiral.pt/>

3.2.1.3. Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda.

Criada em 1999 a Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda. tem como objeto de negócio o fornecimento de Agregados e Misturas Betuminosas, materiais essenciais para trabalhos de construção civil e obras públicas. A sua sede encontra-se localizada em Penalva do Castelo, mais precisamente na Zona Industrial de Esmolfe.

Como serviços prestados, a Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda. disponibiliza a produção e fornecimento de agregados, a produção e fornecimento de misturas betuminosas e um controlo laboratorial de qualidade.

De forma a poder prestar este tipo de serviços, a empresa explora uma pedreira e atualmente detém 3 centros de produção. O primeiro centro de produção encontra-se localizado em Penalva do Castelo na Zona Industrial de Esmolfe e dispõe de uma central de britagem, de agregados e de betuminosas a quente e a frio. O segundo centro localiza-se em Santa Comba Dão no Parque Industrial da Guarita e possui uma central de betuminosas a quente. Finalmente, o último centro está situado em Anadia, mais especificamente em Avelãs de Cima e dispõe de uma central de betuminosas a quente.

Para além dos centros, a Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda., conta com um laboratório de ensaios de agregados e misturas betuminosas, que assegura o controlo de produção e qualidade dos seus produtos.

Em relação à organização interna da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o de orçamentação, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 9 - Logótipo da Inerbeiral - Agregados e Betuminosos, Lda.

Fonte: <https://inerbeiral.pt/>

3.2.1.4. Embeiral Steel, Lda.

Fundada a 12 de junho de 2018, a Embeiral Steel, Lda. dedica-se à execução, transformação e aplicação de todo o tipo de estruturas metálicas, tendo a sua sede localizada na Zona Industrial de Queirã, Lote 1 e 2 em Vouzela.

Esta presta serviços baseados na conceção e construção de estruturas metálicas como pavilhões industriais, pontes, coberturas metálicas, revestimentos, pisos e plataformas metálicas. Para além disso, oferece também serviços de corte e furação a plasma de chapa e de corte e furação de perfis.

A Embeiral Steel, Lda. possibilita desenvolver as mais variadas soluções na construção metálica, tendo sempre em mente a segurança e a qualidade dos serviços que proporciona.

Sobre a forma de organização interna da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o comercial, o de orçamentação, o de compras, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 10 - Logótipo da Embeiral Steel, Lda.

Fonte: <https://embeiralsteel.pt/>

3.2.1.5. Embeiral Técnica, Lda.

Com sede em Travanca de Bodiosa, mais precisamente na Reta da Ribeira, a Embeiral Técnica, Lda. criada a junho de 2018, tem como propósito a execução de todo o tipo de instalações técnicas incluindo as vertentes de habitação, comércio e hotelaria, indústria, clínicas e ambientes hospitalares, entre outros.

Dentro das instalações técnicas, a Embeiral Técnica, Lda. oferece serviços de instalação de AVAC, instalações elétricas e de telecomunicações, ITED e redes de segurança contra incêndios. Para além disso, oferece também a instalação de todo o tipo de infraestruturas de redes hidráulicas e de energias renováveis, bem como assistência técnica e manutenção.

No que diz respeito à organização interna da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o comercial, o de orçamentação, o de compras, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 11 - Logótipo da Embeiral Técnica, Lda.

Fonte: <https://embeiraltecnica.pt/>

3.2.1.6. Embeiral Wood, Lda.

A Embeiral Wood, Lda. nasceu em novembro de 2017 e encontra-se sediada na Zona Industrial de Queirã, lote 33 em Vouzela. Esta tem como objetivo de negócio a execução e montagem de carpintarias, inserindo-se na indústria da carpintaria e marcenaria.

Assim a Embeiral Wood, Lda. oferece serviços desde a montagem à execução de estruturas de madeira como revestimentos de fachadas, revestimento de paredes, pavimentos, cabines fenólicas e vão interiores. Ligado à marcenaria, esta proporciona mobiliários de cozinha e mobiliários WC.

Relativamente à forma de organização interna da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o comercial, o de orçamentação, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 12 - Logótipo da Embeiral Wood, Lda.

Fonte: <https://embeiralwood.pt/>

3.2.1.7. Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda. | Guache – Construção

Constituída em 1987, a Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda., com sede na Reta da Ribeira em Travanca de Bodiosa, presta serviços na área da construção e remodelação de interiores e exteriores, bem como a cedência de mão-de-obra às empresas do Grupo Embeiral.

Em relação ao organigrama interno da empresa, esta encontra-se dividida em vários departamentos, como o de comunicação e marketing, o comercial, o de orçamentação, o de compras, o de controlo de gestão, o jurídico, o de produção, o financeiro e administrativo, o de recursos humanos, o de contabilidade e o de qualidade, segurança e ambiente.



Figura 13 - Logótipo da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda.

Fonte: <https://guache.pt/>

A Guache – Construção está integrada na Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda., sendo uma marca nascida em 2012, dedicando-se exclusivamente à reabilitação urbana e à remodelação de habitações e espaços comerciais. Esta conta com instalações em Viseu e no Porto, mais especificamente em Travanca de Bodiosa e na Estrada da Circunvalação, respetivamente.

A Guache – Construção presta serviços como projetos, construção, remodelação, reabilitação e decoração quer de habitações, moradias e outros edifícios, espaços comerciais e escritórios, adaptando-se a cada necessidade e expectativa dos seus clientes.



Figura 14 - Logótipo da Guache - Construção

Fonte: <https://guache.pt/>

3.2.2. Matriz de crescimento mercado/produto ou Matriz Ansoff

A Matriz crescimento mercado/produto ou Matriz Ansoff, foi descrita pela primeira vez por Igor Ansoff em 1957, sendo ainda atualmente uma ferramenta importante para os gestores das empresas (Meldrum & McDonald, 1995).

A matriz ajuda os gestores a identificarem e a planearem estratégias para o crescimento do negócio, com o propósito de cumprir a missão e alcançar os objetivos previamente definidos (Zugay & Zakaria, 2023).

Esta fornece uma estrutura simples onde engloba todas as estratégias que uma empresa pode adotar, dependendo se o produto e o mercado são novos ou se já existem (Meldrum & McDonald, 1995). Determina também o nível de risco de cada uma destas estratégias concentrando-se nos produtos e serviços oferecidos e no mercado-alvo da organização (Zugay & Zakaria, 2023).

Na Figura 15 estão representadas as quatro estratégias, sendo elas de penetração no mercado, de desenvolvimento de mercados, de desenvolvimento de produtos e diversificação.

Figura 15 - Matriz de crescimento mercado/produto ou Matriz Ansoff

		Produtos	
		Existentes	Novos
Mercado	Existentes	Penetração de Mercado	Desenvolvimento de Produtos
	Novos		

	Novos	Desenvolvimento de Mercados	Diversificação
--	-------	--------------------------------	----------------

Fonte: Adaptada de (Meldrum & McDonald, 1995)

Com base no Figura 15, as organizações podem utilizar estratégias de penetração de mercado, definindo estratégias de marketing com o intuito de dar a conhecer os seus produtos existentes, demonstrando as suas vantagens e mais-valias comparativamente à concorrência aos seus clientes atuais, tentando assim ganhar mais quota de mercado.

A estratégia de desenvolvimento de produtos baseia-se na aplicação de profundos estudos de mercado de forma a avaliar as necessidades dos seus atuais clientes, desenvolvendo assim novos produtos ou melhorando os existentes.

As organizações podem também optar por estratégias de desenvolvimento de mercados, ou seja, procurar novos mercados com novos clientes onde possam comercializar os seus produtos e serviços atuais, através da internacionalização em outros países.

Por último, na estratégia de diversificação, a organização pretende atingir novos clientes oferecendo novos produtos.

No ponto de vista do grupo Embeiral Construction SGPS, S.A., a estratégia de penetração de mercado seria interessante, porque para além de aumentar a sua quota de mercado iria também estar a angariar novos clientes dentro do mercado atual em que se encontra. Esta estratégia seria implementada através da elaboração de um plano de Marketing bem estruturado e adequado ao grupo, com o objetivo de divulgar os seus serviços e promover o que os diferencia da concorrência.

A estratégia de desenvolvimento de mercados seria também determinante para o crescimento do grupo, uma vez que seria uma grande oportunidade exportar os seus serviços para o exterior, permitindo que o grupo entrasse em novos mercados e alcançasse mais clientes, expandindo assim a sua notoriedade.

A estratégia de desenvolvimento de produtos faria com que o grupo criasse um novo produto conforme as necessidades dos seus clientes, o que poderia ser interessante caso o novo serviço conseguisse desenvolver uma sinergia com os serviços existentes,

permitindo assim ao grupo recorrer a menos serviços externos na elaboração das suas obras.

3.2.3. Análise *SWOT*

Entre 1960 e 1970, Albert Humphrey, com a utilização de dados de várias empresas do mundo, desenvolveu uma ferramenta que tem como principal objetivo identificar problemas dentro de um plano de negócio (Yusup et al., 2022). Inicialmente Albert Humphrey designou esta ferramenta de *SOFT*, identificando quatro áreas de análise, sendo elas a *Satisfactory* (S), a *Opportunity* (O), a *Fault* (F) e a *Threat* (T) (Yusup et al., 2022). Urick e Orr, anos depois, modificaram a denominação *SFOT* para *SWOT*, substituindo a letra F de *Fault* para a letra W de *Weaknesses*, mantendo-se assim até aos dias de hoje (Yusup et al., 2022).

A análise *SWOT* é uma ferramenta de planeamento estratégico que permite às empresas identificarem de forma imediata, tendo em conta fatores internos e externos, os seus pontos fortes e fracos bem como oportunidades e possíveis ameaças, comparando-os com a concorrência (Teoli et al., 2022). Esta ferramenta pode ser também aplicada a um nível mais individual, avaliando a situação atual de um indivíduo em relação a uma futura concorrência (Teoli et al., 2022).

De forma geral, uma organização deve monitorizar os fatores macro ambientais que englobam as forças demográficas, as económicas, as tecnológicas, as político-jurídicas e as socioculturais e ainda fatores micro ambientais como os clientes, os concorrentes os distribuidores e os fornecedores que podem condicionar a capacidade da empresa obter lucros (Kotler, 2001). Para além disso, a empresa deve avaliar periodicamente os seus pontos fortes e fracos referentes aos elementos internos, como o marketing, as finanças, a organização e a produção (Kotler, 2001).

Após a realização de uma análise *SWOT*, a organização deve converter os objetivos em metas mensuráveis que pretende alcançar facilitando assim o planeamento, a implementação e o controlo de gestão (Kotler, 2001).

Deste modo, aplicando esta ferramenta à Embeiral Construction SGPS – S.A. é apresentada na Tabela 1 todos estes pontos mencionados anteriormente.

Tabela 1 - Análise SWOT da Embeiral Construction SGPS – S.A.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Equipa especializada - Bom ambiente de trabalho - Inclusão social - Equipamento avançado 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de um departamento de Marketing - Pouca presença digital
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Concursos, feiras e congressos relacionados com a construção civil - Apoios e incentivos do Estado - Internacionalização - Conflitos internacionais 	<ul style="list-style-type: none"> - Novos concorrentes - Avanços tecnológicos

Fonte: Elaboração Própria

Um ponto forte é a existência de uma equipa de profissionais especializados na área, o que permite que o grupo obtenha sempre o melhor resultado em qualquer serviço que presta. Para além disso, o bom ambiente de trabalho dentro da empresa possibilita uma maior produtividade e mais empenho por parte dos colaboradores durante o dia de trabalho. O facto de promoverem a inclusão social, demonstra que estão abertos a qualquer tipo de candidatura independentemente do estado físico do colaborador em alguns casos. Por fim, outro ponto forte é a existência de equipamentos avançados e adequados, sejam equipamentos para as diversas empresas dentro do setor da construção civil, sejam os equipamentos dentro da sede na receção e em todos os departamentos.

Como pontos fracos pode-se apontar a falta de um departamento de Marketing bem estruturado, o que faz com que haja pouca presença e divulgação do grupo Embeiral Construction e de todas as empresas envolvidas nos meios digitais, como as redes sociais.

No que diz respeito às oportunidades, a participação em concursos, feiras e congressos permite que o grupo continue com o seu portefólio de obras, aumentando por sua vez a notoriedade do grupo e das suas empresas. Permite também obter novos conhecimentos e aprender mais sobre as últimas tendências e inovações no setor da construção civil. Os

apoios e incentivos que o Estado proporciona às empresas ligadas a esta área e também a própria internacionalização do grupo com a abertura a novos mercados e futuros clientes, podem ser considerados como outras oportunidades. A existência de conflitos internacionais cria a necessidade de execução de obras de construção civil, visto que são destruídas e vandalizadas milhões de estabelecimentos e habitações, como a própria via pública. Um exemplo destes conflitos na atualidade é o caso da guerra da Ucrânia e o conflito armado entre Israel e o Paquistão.

Relativamente às ameaças, pode-se mencionar a entrada de novos concorrentes no setor em que a Embeiral Construction SGPS, S.A. atua, o que faz com que haja mais oferta de serviços idênticos a melhores preços e com mais qualidade. Para além disso, a probabilidade de existir avanços tecnológicos relacionados com este setor, faz com que todos os equipamentos utilizados até à data fiquem desatualizados e eventualmente obsoletos.

Posto isto, como medidas para aproveitar as oportunidades enumeradas a cima, o Grupo Embeiral Construction SGPS, S.A. pode participar em várias feiras e congressos como: a CONCRETA uma feira nacional de construção, reabilitação, arquitetura e design; a Tektónica uma feira internacional de construção; a Ficons uma feira internacional de materiais, equipamentos e serviços da construção; o XIV Congresso de Construção Metálica e Mista para a divulgação das mais recentes inovações e trabalhos na área da construção metálica e mista.

Além disso o grupo deve aproveitar os apoios e incentivos que o Estado fornece como a contínua formação dos seus engenheiros civis, a partir da FUNDEC, uma fundação para a formação contínua da Engenharia Civil e a participação naquela que é a SIL – Salão Imobiliário de Lisboa.

Outra medida será apostar na internacionalização do grupo, ou seja, começar a exportar os seus serviços inicialmente para países dentro da europa, como por exemplo a Alemanha, estudando e explorando assim novos mercados, clientes e necessidades.

Por fim, outra medida seria a implementação de um plano de Marketing digital com o intuito de tornar o grupo mais presente e ativo nas redes sociais, especialmente no *LinkedIn*, de forma a ganhar mais visibilidade naquele que é nos dias de hoje o meio mais utilizado pelos consumidores, as redes sociais.

No que concerne a medidas para combater as ameaças, o grupo poderá introduzir um técnico de inovação e desenvolvimento com o intuito de manter o grupo ligado às novas atualizações tendências dentro do setor.

Para além disso, o grupo deve desenvolver constantemente estudos de mercado de forma a manter-se ocorrente de novos concorrentes e o que estes oferecem, bem como as mudanças nas necessidades dos seus clientes.

4. TRABALHO REALIZADO

Durante os seis meses de estágio na Embeiral Construction SGPS- S.A., houve a oportunidade de realizar vários trabalhos ligados à imagem empresarial do grupo, tendo como objetivo melhorar o trabalho existente e criar novos projetos que fossem uma mais valia para o grupo. A seguir, serão enumeradas as diversas atividades elaboradas.

4.1. Apresentação Institucional do grupo

Com o objetivo de apresentar o Grupo Embeiral, a Embeiral Vida e a Embeiral Construction SGPS, S.A., bem como todas as empresas envolvidas, o grupo utiliza a Apresentação Institucional, retratada na Figura 16. Para além disso, é neste documento que também se encontram todos os trabalhos realizados ou em realização por cada uma das empresas até à data.

Neste documento encontra-se disponível um portefólio de obras realizadas, estando constante mudança e atualização, havendo sempre fotografias mais recentes de obras para alterar. Este documento encontra-se disponível no *website* do grupo e é impresso, sendo distribuído para dar a conhecer o Grupo a possíveis clientes.

Utilizando o *Adobe Illustrator*, fui atualizando ao longo dos seis meses de estágio algumas fotos de obras já realizadas presentes no portefólio de obras, bem como algumas informações relacionadas com obras em curso, retirando as finalizadas e acrescentando novas. Para além disso, traduzi todo o documento para inglês, de forma a ser exposto no *website* do grupo.

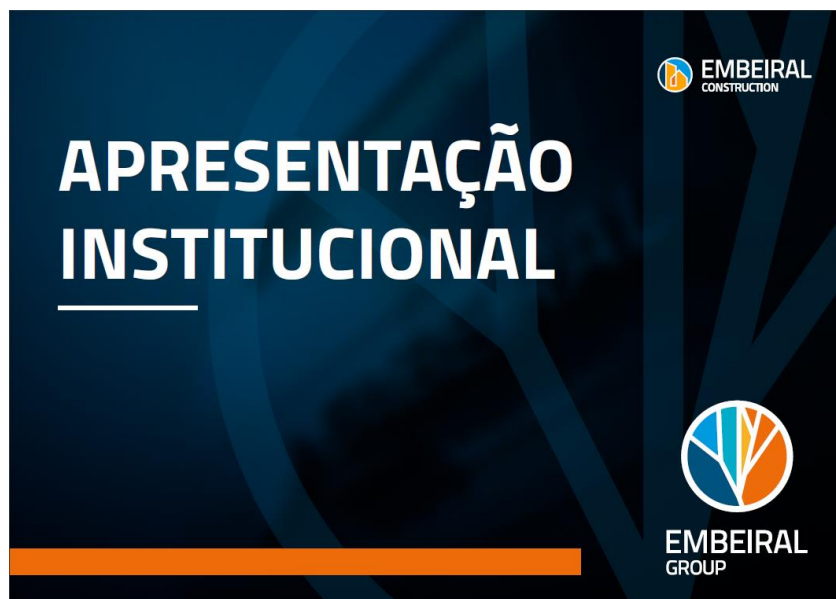


Figura 16 - Capa da Apresentação Institucional do Grupo Embeiral

Fonte: Elaboração própria

4.2. Adaptação do grupo com a entrada em vigor de uma nova Legislação

Com a entrada de uma nova legislação sobre os contactos telefónicos, o grupo teve que fazer as devidas alterações conforme a lei. Sempre que o grupo divulgava um contacto, este tinha que obrigatoriamente colocar perto do número a frase “*chamada para rede fixa móvel” caso fosse um número de telemóvel e a frase “*chamada para rede fixa nacional” caso fosse um número de telefone.

Com a divulgação dos contactos nas carrinhas e carros utilizados pelos colaboradores do grupo, houve a necessidade de criar um autocolante para colocar nelas. Para a criação destes utilizei o *Adobe Illustrator*, adaptando cada autocolante para o tamanho específico da carrinha ou carro em causa.

Para além disso, todo o estacionário utilizado, como envelopes, papel timbrado, réguas e porta documentos e todo o material de divulgação do grupo, como a apresentação institucional, catálogos, desdobráveis e as próprias assinaturas de e-mail necessitaram de ser atualizados também, uma vez que, continham os contactos respetivos de cada empresa, como se pode observar na Figura 17. Mais uma vez, utilizei o *Adobe Illustrator* para proceder a esta mudança.



Figura 17 - Contracapa da Apresentação Institucional do Grupo Embeiral

Fonte: Elaboração própria

4.3. Cartões de visita

O cartão de visita é uma das formas mais simples de divulgar os dados mais importantes de um colaborador, como o número de telemóvel ou telefone, o seu e-mail e o seu cargo ou função na empresa.

Através do *Adobe Illustrator* criei cartões de visita para os novos colaboradores e atualizei algumas informações em cartões já existentes. Através da Figura 18 pode se observar a parte da frente de um dos cartões de visita.

Utilizei também outra ferramenta, o *qrcodemonkey* para desenvolver os vários *qr code* presentes nos cartões, contendo estas informações pessoais de cada um, como o nome, o número de telemóvel, o cargo, o e-mail, entre outros.



Figura 18 - Exemplo do lado da frente de um cartão de visita

Fonte: Elaboração própria

4.4. Desdobrável

Com a necessidade de atualizar e inovar o antigo desdobrável usado pela Embeiral Construction SGPS - S.A. para a divulgação do grupo e das várias empresas envolvidas, desenvolvi e criei um novo desdobrável utilizando o *Adobe Indesign*, estando apresentado na Figura 19 a capa do mesmo.

Este documento contém um resumo das informações mais importantes de todas as empresas, como os serviços prestados, contactos e outros detalhes relevantes. Para além disso contém imagens representativas de cada uma das empresas, de forma a demonstrar o trabalho realizado por cada uma, como por exemplo, obras já realizadas. O desdobrável seria divulgado por e-mail, sendo outra forma de dar a conhecer o trabalho destas para possíveis clientes interessados.



Figura 19 - Capa do Desdobrável da Embeiral Construction SGPS, S.A.

Fonte: Elaboração própria

4.5. Publicações para as redes sociais

As redes sociais atualmente são consideradas uma das ferramentas mais importantes, uma vez que conectam a empresa com os seus clientes. Aumenta não só a sua a notoriedade, mas também criam uma melhor imagem da mesma.

Assim, de forma a manter as redes sociais ativas e dinâmicas, elaborei várias publicações, conforme o design já utilizado anteriormente. Todas as publicações nomeadas a baixo foram publicadas no *Instagram*, *Facebook* e *LinkedIn* do grupo Embeiral Construction SGPS - S.A. Todas estas publicações foram criadas no *Adobe Illustrator*.

A primeira publicação criada, representada na Figura 20, foi para o Natal e para a Ano Novo com o intuito de desejar a todos um Feliz Natal e um Feliz Ano Novo.



Figura 20 - Publicação do *Facebook* do Natal e do Ano Novo

Fonte: Elaboração própria

A segunda publicação, demonstrada na Figura 21, foi dedicada ao Dia da Mulher, tendo como objetivo desejar a todas as mulheres, com especial atenção a todas as colaboradoras do grupo, um feliz Dia da Mulher.



Figura 21 - Publicação do *Facebook* do Dia da Mulher

Fonte: Elaboração própria

A terceira publicação, caracterizada na Figura 22, foi pensada para o Dia do Pai, desejando a todos os homens, principalmente aos colaboradores do grupo, um feliz Dia do Pai.



Figura 22 - Publicação do *Facebook* do Dia do Pai

Fonte: Elaboração própria

A quarta publicação foi aplicada para a Páscoa, tendo como finalidade desejar a todos uma Feliz Páscoa, como se pode observar através da Figura 23.



Figura 23 - Publicação do *Facebook* para a Páscoa

Fonte: Elaboração própria

A quinta publicação foi dedicada para um dos feriados mais importantes do país, o dia 25 de Abril, dia da Liberdade, como demonstra a Figura 24.



Figura 24 - Publicação do *Facebook* para o Dia da Liberdade

Fonte: Elaboração própria

Através da Figura 25, pode observar que a sexta publicação foi pensada para o dia do trabalhador, com a finalidade de agradecer a todos os colaboradores do grupo o trabalho incansável realizado por estes ao longo dos dias.



Figura 25 - Publicação do *Facebook* do dia do trabalhador

Fonte: Elaboração própria

A sétima e última publicação desenvolvida, foi para o Dia da Mãe, desejando a todas as mães, em especial a todas as colaboradoras do grupo, um feliz Dia da Mãe, como se pode observar na Figura 26.



Figura 26 - Publicação do *Facebook* do dia da mãe

Fonte: Elaboração própria

4.6. Catálogo

Com o intuito de dar especial atenção a cada uma das empresas envolventes ao grupo Embeiral Construction SGPS - S.A., começou-se a desenvolver catálogos que tivessem informações detalhadas das empresas, como os seus serviços, contactos, trabalhos realizados retratados em imagens e informações adicionais, como certificados e prémios.

Até à data tinham apenas concluído o da empresa Inerbeiral – Agregados e Betuminosos, Lda. e dado início ao da empresa Embeiral Steel, Lda. Estes catálogos são impressos e divulgados nos websites de cada empresa. Depois de várias reuniões com o diretor geral da empresa Embeiral Steel, Lda. e com o documento já iniciado em *Adobe InDesign*, finalizei a elaboração do catálogo, como se pode ver através da Figura 27. Traduzi para inglês ambos os catálogos concluídos para serem colocados no site das empresas em questão.



Figura 27 - Capa do Catálogo da empresa Embeiral Steel, Lda.

Fonte: Elaboração própria

4.7. Manual de acolhimento ao colaborador

O manual de acolhimento ao colaborador serve para facilitar o processo de integração de um novo trabalhador dentro de uma empresa.

Com isto em mente, o grupo Embeiral Construction SGPS - S.A. propôs-me acabar de desenvolver o manual já iniciado, dando-lhe um novo aspeto e design, como se pode observar na Figura 28.

Assim, o manual contém temas como: uma breve mensagem do presidente do Grupo Embeiral; uma nota introdutória; um breve resumo descritivo do grupo Embeiral Construction SGPS, S.A., bem como das empresas envolvidas; uma perspetiva histórica no setor de atividade da construção; os objetivos estratégicos, especificando a missão, visão e valores do grupo; a estrutura funcional do grupo contando com todos os organigramas internos de cada empresa; algumas referências do trabalho desenvolvido retratado através de imagens; a política de qualidade; as formalidades administrativas e organizacionais do primeiro dia, durante a primeira semana e durante a primeira quinzena; os direitos e deveres gerais do profissional; o código de ética; o enquadramento das profissões e categorias profissionais; informações uteis e finalmente algumas considerações finais juntamente com anexos convenientes.

Este documento será enviado para o e-mail do novo colaborador para que ele possa ler e conhecer melhor o local de trabalho.

Alguns dos trabalhos, como os organigramas internos de cada empresa e o desenho do mapa com a localização do grupo e das várias empresas foram elaborados utilizando o *Adobe illustrator*.



Figura 28 - Capa do Manual de Acolhimento ao Colaborador do grupo Embeiral Construction SGPS, S.A.

Fonte: Elaboração própria

4.8. Novo logótipo

Com a mudança de designação de uma das empresas do grupo, houve a necessidade de modificar o logótipo desta, bem como atualizar todos os documentos onde faziam referência a esta empresa, alterando o logótipo e a designação antiga para a nova.

Depois de vários rascunhos e ideias, chegou-se à conclusão de manter o mesmo design e modificar apenas o nome presente no logótipo, acrescentando a cor azul em “Infraestruturas e Serviços”. Todo este trabalho foi realizado em *Adobe illustrator*.

Sendo assim, a antiga empresa Socibeiral Serviços, Lda. (Figura 29) passou-se a designar por Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda. (Figura 30). Todo este trabalho foi realizado em Adobe Illustrator.



Figura 29 - Antiga designação e logótipo

Fonte: Elaboração própria



Figura 30 - Nova designação e logótipo

Fonte: Elaboração própria

4.9. Plano de Imagem de estaleiro

As empresas envolvidas do grupo Embeiral Construction SGPS - S.A. realizam várias obras todos os anos, existindo certos elementos obrigatórios em cada estaleiro de obra. Por este motivo, desafiaram-me a elaborar um Plano de Imagem de Estaleiro com o objetivo de criar uma imagem única e harmonizada para todos os estaleiros utilizados pelas empresas integradas no grupo, ou seja, tentar criar um único design que encaixasse nos vários elementos presentes no estaleiro. Para além disso, este plano serve também como uma forma mais fácil de perceber o que o estaleiro necessita de ter, estando disponível para todos os diretores de obra em PDF, sendo enviado por e-mail em caso de alguma dúvida.

Neste documento estão descritos em pormenor o design, o tamanho e o método de utilização dos diversos elementos, como os tapumes, as lonas para gruas ou para o topo da construção industrial, as placas de identificação quer de empreiteiro geral, quer de obra e de alvará, os portões pedonais e portões de acesso a viaturas e máquinas, os contentores e finalmente o escritório/refeitório.

Alguns designs foram criados com a ajuda do *Adobe illustrator* e do *Adobe Photoshop*, como foi o caso das placas (Figura 31) e das lonas (Figura 32), adaptando-as conforme a empresa em questão.



Figura 31 - Capa do plano de imagem do estaleiro

Fonte: Elaboração própria



Figura 32 - Exemplo de uma das placas

Fonte: Elaboração própria



Figura 33 - Exemplo de uma das lonas

Fonte: Elaboração própria

4.10. Plano de uniformização de e-mails

Com a utilização de vários e-mails para os diferentes colaboradores da empresa, apareceu a necessidade de uniformizar as várias assinaturas bem como os perfis das várias contas, de forma criar uma imagem interna de e-mails.

As várias assinaturas foram geradas através de uma ferramenta denominada por *Gimmio*, onde esta continha o nome do colaborador, o e-mail, o número de telemóvel/telefone, a função, o logótipo e a sede da empresa em que trabalha, uma imagem com todas as empresas do grupo e outras informações, como se pode observar na Figura 34. Através do *Gimmio*, é gerado um *link*, que depois seria enviado por o e-mail aos vários colaboradores para poderem instalar a nova assinatura. Juntamente com o *link* era também enviado o logótipo da empresa que o colaborador pertencia para poder colocar na sua foto de perfil.

Para uma futura utilização do *Gimmio* por outro colaborador selecionado, elaborei um documento onde se descreve quais são os elementos da assinatura, apresentando-se uma imagem do *layout* final desta, tendo em conta a empresa na qual o colaborador trabalha.

Para além disso, está também descrita a forma de instalação consoante o tipo de dispositivo eletrónico e o tipo de sistema operativo usado pelo colaborador, uma vez que a instalação é feita de forma diferente.



Figura 34 - Exemplo do layout de uma assinatura

Fonte: Elaboração própria

4.11. Memória Descritiva

Normalmente, uma memória descritiva é usada como ferramenta de descrição e demonstração da empresa para a entrada em concursos ou até mesmo para possíveis clientes.

Assim, inicialmente propuseram-me que modificasse a antiga memória descritiva, atualizando o texto e o próprio design para que se pudesse enviar para um concurso, como se pode observar na Figura 35. Depois decidiu-se criar uma memória descritiva base, em que bastava apenas mudar certos pontos do texto dependendo do concurso em que iam tentar concorrer. Neste documento estão descritas as várias empresas do grupo Embeiral Construction SGPS, S.A. bem como a representação gráfica de alguns projetos já concluídos pelo grupo.



Figura 35 - Capa da memória descritiva

Fonte: Elaboração própria

4.12. Placas

Foi-me proposto modificar as placas de identificação distribuídas dentro da sede da Embeiral Construction SGPS, S.A., visto que se encontravam desatualizadas e não correspondiam corretamente com os locais de trabalho.

Desta forma fui desenvolvendo vários designs, tentando perceber a melhor maneira de transmitir o pretendido. Após várias reuniões e opiniões, chegou-se a um design final (Figura 36).



Figura 36 - Design da placa

Fonte: Elaboração própria

Para além disso também me foi pedido para desenvolver uma placa identificativa para colocar como indicador de caminho para as duas novas sedes quer da empresa Embeiral Steel, Lda. quer da empresa Embeiral Wood, Lda. Esta placa seria posicionada num dos cortes que se tem de fazer para se poder chegar às sedes (Figura 37).



Figura 37 - Disposição da placa

Fonte: Elaboração própria

4.13. Uniformização de design de documentos internos e apresentações PowerPoint

Com a intenção de estabelecer uma uniformização no que diz respeito à forma de apresentação de documentos internos do grupo, sugeriram que eu desenvolvesse um design base para estes ficheiros.

Assim, documentos como o código de conduta, o plano de imagem de estaleiro, o plano de uniformização de e-mails, o PRR, o programa de cumprimento normativo Embeiral Construction SGPS, S.A. e o programa de responsabilidade social estão adaptados com o mesmo estilo, como se pode ver na Figura 38. Isto permite criar uma harmonia visual entre estes ficheiros dando-lhe outro aspeto e tornando-os mais leves à leitura.



Figura 38 - Capa do código de conduta

Fonte: Elaboração própria

Com a mesma ideia em mente, propuseram também que eu desenvolvesse um PowerPoint base, apresentado na Figura 39, para ser distribuído pelos colaboradores de forma a utilizarem-no caso fosse necessário elaborar uma apresentação do grupo, bastando assim só acrescentar o texto e as imagens.



Figura 39 - Contracapa do PowerPoint proposto

Fonte: Elaboração própria

4.14. Presença na Magazine Imobiliário

A Magazine Imobiliário é uma revista bimestral, direcionada para os setores do Imobiliário, Construção, Ambiente e Turismo. Todos os anos a revista organiza um concurso denominado por “Prémio Nacional do Imobiliário” e “Melhor Empreendimento do Ano” com o intuito de premiar os projetos de maior qualidade e inovação no que diz respeito à área do imobiliário.

Com isto, um dos inúmeros projetos elaborados pelo Embeiral Construction SGPS, S.A., o Alcântara Lofts destacou-se como um dos Finalistas PNI 2023 para o Prémio Nacional do Imobiliário Habitação e para o Prémio Nacional Imobiliário Reabilitação.

Devido a estas nomeações, propuseram-me a criação de uma página para ser publicada na revista Magazine Imobiliária, com o intuito de promover o grupo e as empresas envolvidas, demonstrando um pouco do trabalho desenvolvido por elas, não esquecendo de enunciar as nomeações, como se pode observar na Figura 40.



Figura 40 - Página da Revista Magazine Imobiliário

Fonte: Elaboração própria

4.15. Postais de Natal

No natal, desenvolvi um postal de natal, apresentado na Figura 41, com o intuito de os colaboradores enviarem-no para os seus clientes e fornecedores para desejarem um Feliz Natal e um Feliz Ano Novo.



Figura 41 - Postal para os colaboradores enviarem

Fonte: Elaboração própria

Para além deste postal, elaborei outro tendo este uma finalidade diferente. Como se pode observar pela Figura 42, este postal seria direcionado para todos os colaboradores da empresa, contando com uma mensagem pessoal escrita pelo Presidente do Conselho Administrativo Embeiral Construction SGPS, S.A., Carlos Lemos, desejando a todos um Feliz Natal e um Feliz Ano Novo. Ambos os postais foram elaborados no Adobe illustrator.



Figura 42 - Postal para os colaboradores

Fonte: Elaboração própria

5. CONCLUSÃO

A conclusão encontra-se dividida em três pontos, sendo eles a análise global do estágio, propostas para a Embeiral Construction SGPS, S.A. e por último as limitações ligadas à realização deste relatório.

5.1. Análise global do estágio

Os seis meses de estágio realizado na Embeiral Construction SGPS, S.A. permitiram-me trabalhar e ganhar mais experiência na minha área de estudo, sendo essa, o Marketing.

Todas as atividades desenvolvidas possibilitaram-me aprofundar conhecimentos já adquiridos anteriormente, quer na Licenciatura, quer em Mestrado e permitiu-me adquirir novos conhecimentos. O facto de ter tido a possibilidade de ter contacto com um grupo com uma dimensão consideravelmente grande em Viseu fez com que vivesse uma realidade profissional que ultrapassou as minhas expectativas.

Aponto como fatores positivos desta experiência a aquisição de contactos dentro da empresa, o bom ambiente entre colaboradores que me fez sentir bem-vinda e possibilitou criar novos laços com alguns deles e a contínua obtenção de conhecimentos, como foi o caso de trabalhar com programas novos, como o *Gimmio*, *qrcodemonkey* e principalmente o *Adobe InDesign*.

Como dificuldades ao longo deste percurso, aponto apenas só o contacto inicial que tive com todas as informações sobre organização interna do grupo, ou seja, o conhecer todas as empresas, os seus serviços e as suas sedes, visto que foi um pouco confuso e difícil de interiorizar à primeira.

A Embeiral Construction SGPS, S.A. tem vindo a crescer imenso nestes últimos anos, naquele que é o setor da construção civil, conseguindo cada vez mais fazer face à concorrência, através da oferta de serviços de qualidade aos seus clientes. O grupo apresenta diversos pontos fortes como a sua equipa de profissionais especializados na área da construção civil e os seus serviços de alta qualidade que são certificados por entidades importantes ligadas à área. Para além disso, outro fator positivo é o bom ambiente interno da empresa que possibilita uma maior produtividade e maior empenho por parte dos colaboradores durante o dia de trabalho. A própria inclusão social que o grupo promove por estarem abertos a qualquer tipo de candidatura, independentemente do estado físico do colaborador e até mesmo a disposição para acolher estagiários, também são uma mais-valia do grupo. O facto de todos os equipamentos serem adequados

e avançados e a própria localização das sedes podem ser consideradas como pontos fortes do grupo.

5.2. Propostas

Taiminen e Karjaluo (2015) concluem que digitalização é um fenômeno que mudou as vidas dos consumidores e como estes se comportam no momento da compra de um produto ou serviço, uma vez que é na internet que estes procuram responder às suas necessidades através da pesquisa de produtos e serviços que se encontram disponíveis e divulgados neste meio. Devido à importância dada à digitalização nos dias de hoje, é essencial que as organizações estejam a par desta tendência mais digital, visto que é neste meio tecnológicos que se encontram os seus atuais e futuros consumidores

Além disso, Pinto (2022) afirma que a presença digital das organizações pode ser considerada como uma vantagem em relação há concorrência, uma vez que a internet influencia a ideia de marca, de preço, de distribuição e de promoção. Assim, atualmente é impensável que qualquer empresa não tenha canais digitais, como, por exemplo, o Facebook, o Instagram e o *LinkedIn*.

Abreu (2015) declara que como consequência ligado ao aumento do uso da internet pelas pessoas nestes últimos anos, principalmente depois do impacto da pandemia, as organizações tiveram que aprender a comunicarem-se e a relacionarem-se de outra maneira com os seus clientes. Percebe-se assim a grande necessidade de uma empresa estar presente nos Mídias.

Para Dwivedi et al., em 2021, o Marketing digital é uma oportunidade e uma mais-valia para as empresas, visto que é possível que estas aumentem a quota de mercado a baixo custo, devido ao crescimento da notoriedade quer da empresa, quer dos seus serviços e produtos.

Como foi referido a cima, as empresas são obrigadas a marcar presença no mundo digital. As redes sociais são uma ótima ferramenta para as empresas conseguirem criar planos e estratégias de marketing mais eficientes, respondendo às necessidades do consumidor de forma mais exata (Pinto, 2022; Taiminen & Karjaluo, 2015).

Dwivedi et al., (2015) concluem que juntamente com a presença neste contexto mais tecnológico e digital é necessário que exista anteriormente a elaboração de um plano de Marketing digital, que engloba estratégias bem estruturadas e que sejam pensadas para a obtenção dos objetivos desejados. Assim, inicialmente a organização deve fazer uma

pesquisa com o intuito de entender qual o canal que mais se adequa, depois tem que definir o que pretende publicar, como, quando e com que regularidade e finalmente deve escolher a rede social que mais se adequa.

A internet revolucionou a forma de relacionamento das empresas com os seus clientes, sendo considerado impensável nos dias de hoje uma empresa não estar presente nestes meios. Além disso, graças a esta digitalização o marketing evoluiu e encontra-se hoje direcionado para meios eletrónicos. Permite também que as empresas obtenham resultados positivos devido à divulgação rápida e eficaz de toda a informação partilhada nestes meios, tornando-se mais fácil dar a conhecer os produtos e serviços, aumentando assim a sua notoriedade e melhorando imagem da empresa.

Com isto em mente, a Embeiral Construction SGPS, S.A., deverá marcar uma presença ativa e dinâmica nos canais de comunicação digitais, dado que é na internet onde se encontram os seus clientes e é onde estes procuram encontrar os seus serviços e produtos. Para isso o grupo deve criar uma base de marketing bem estruturada tal como proponho a seguir.

O grupo Embeiral Construction SGPS, S.A. possui atualmente vários *websites*, quer para o grupo em si, quer para todas as empresas envolvidas, contendo informações essenciais sobre estas, dando especial atenção aos serviços prestados, bem como os projetos e obras realizados. Para além disso, o grupo Embeiral Construction SGPS, S.A. conta com uma conta do *Facebook*, do *Instagram* e do *LinkedIn* e para as empresas envolvidas, Embeiral Engenharia e Construção S.A., pela Socibeiral - Betão Pronto, Lda., pela Inerbeiral - Agregados e Betuminosos, Lda., pela Guache – Construção sendo esta uma marca da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda., pela Embeiral Steel, Lda., pela Embeiral Técnica, Lda. e pela Embeiral Wood, Lda., cada uma conta com um perfil no *LinkedIn*.

No meu ponto de vista, proponha que o grupo aumentasse a sua divulgação e se mantivesse mais ativo principalmente nas redes sociais, com especial atenção ao *LinkedIn*, uma vez que é a rede que se é onde se encontra o público-alvo do grupo. Para isso, o grupo deveria apostar no desenvolvimento de um departamento de marketing com o intuito de se poder elaborar um bom plano de Marketing digital. Serviria para gerir a elaboração de campanhas de comunicação, definindo os canais e as melhores formas de atrair novos clientes, analisando e medindo os resultados provenientes destas. Além disso, iria gerir toda a produção de multimédia, como fotos e vídeos, para a criação de conteúdo para as redes sociais e *websites*, acompanhando sempre os resultados da divulgação

destas. O departamento teria que também gerir todo o orçamento ligado a fornecedores como gráficas de publicidade e teria de realizar constantemente pesquisas de mercado, de forma a identificar novas oportunidades.

Para se criar este departamento, o departamento de recursos humanos deve ser responsável pela contratação de colaboradores com competências muito específicas, como formação académico ligada à área do marketing (licenciatura, mestrado ou até mesmo doutoramento), um bom espírito de equipa, facilidade de comunicação, um bom perfil analítico, domínio da língua inglesa, pensamento estratégico, proatividade, iniciativa, dinamismo e uma boa capacidade criativa. Estes colaboradores teriam como principais funções o controlo da imagem interna e externa do grupo, a consolidação da imagem da empresa no mercado, o desenvolvimento de campanhas de publicidade para a promoção do grupo e das empresas, seriam responsáveis pela implementação de um plano estratégico de marketing digital, gerir as redes sociais, realizar estudos de mercado e a sua respetiva análise. Dentro do plano de marketing digital, os colaboradores teriam de discutir o tipo de conteúdo mais relevante para ser partilhado, o tipo de linguagem a ser usado, os *templates* base para os diversos *posts* e a própria calendarização das publicações.

Outra proposta seria a utilização de ferramentas para como o *Google Ads*, o *Google Analytics* e o *Meta Business Suite*. O *Google Ads* é uma plataforma de anúncios da *Google*, que ajuda a promover os serviços e produtos de uma empresa, dando a possibilidade de fomentar o website desta nas pesquisas *Google*, no *Youtube* e nos outros sites da *web*. É também possível personalizar os orçamentos e a segmentação, bem como o início e o fim da comunicação dos anúncios. Esta plataforma seria uma mais-valia, porque permitia que o nome do grupo apareça mais vezes para as pessoas que pesquisassem no *Google*, aumentando o engajamento de cliques, que futuramente podiam transformar-se em futuros clientes. O *Google Analytics* é um serviço gratuito da *Google* que mede e comunica a atividade dos utilizadores nos websites, aplicações móveis e diapositivos ligados à internet. Seria vantajoso recorrer a esta plataforma para o grupo, uma vez que demonstra a taxa de exibição da página, a localização geográfica da pessoa visita o site e a forma como este chegou à página. O *Meta Business Suite* permite gerir toda a atividade feita nas páginas de Facebook e Instagram, ou seja, ajuda principalmente com a calendarização dos *posts*. Além disso, auxilia a angariação de mais visitas para as páginas e apresenta estatísticas com detalhes sobre o desempenho das publicações feitas.

O grupo deve também apostar mais na participar em feiras, concursos e congressos nacionais e especialmente internacionais.

Em Portugal existem várias feiras ligadas à área da construção civil:

- A CONCRETA - Feira de Construção, Engenharia, Arquitetura e Design é uma feira localizada no porto, que acontece todos os anos, na Exponor, ligada a a materiais de construção, a tecnologias da construção, a design de interiores, a revestimentos, e a construção;
- A Tektónica, uma feira anual localizada em Lisboa, mais precisamente na FIL (Feira Internacional de Lisboa), ligada à decoração do lar, a materiais de construção, a tecnologias da construção e a construção;
- O XIV Congresso de Construção Metálica e Mista é um congresso anual para a divulgação das mais recentes inovações e trabalhos na área da construção metálica e mista;
- SIL - Salão Imobiliário de Portugal é um salão localizado em Lisboa que ocorre todos os anos, sendo um ponto de encontro de empresários, técnicos e público potencial comprador.

Numa perspetiva internacional pode-se contar com as seguintes feiras:

- REBUILD é uma feira internacional anual localizada na Espanha, mais precisamente em Madrid que tem como objetivo impulsionar o setor de construção. Esta está ligada aos à arquitetura, a máquinas para construção, a energias, a artigos Decoração e a construção;
- Barcelona Building Construmat é uma feira internacional bienal localizada em Barcelona, Espanha estando ligada à decoração do lar, a equipamento urbano, a arquitetura, a construção e a equipamento tecnológico;
- INTERGEO é uma convenção internacional anual, localizada na Alemanha, Berlim que tem como setores relacionados a energias, a tecnologia de Mineração e a construção. O evento inclui uma conferência, academias, fóruns e excursões;
- Bim World é uma feira internacional anual localizada em Munique, Alemanha, que ocorre todos os anos, tendo como principais setores as tecnologias da construção e a construção;
- Bauma é uma feira internacional trienal localizada na Alemanha, em Munique que proporciona produtos ligados aos setores da construção, da mineração, da

obtenção e processamento de matérias primas, da produção de materiais de construção, de fornecedores de componentes e serviços;

- Foire de Paris é uma feira internacional, que ocorre todos os anos, estando localizada em Paris, França e encontra-se ligada à arquitetura, a construção e a arte e decoração;
- Smart Building Levante é uma feira internacional bienal, localizada na Itália, mais especificamente Bari estando esta ligada ao setor da construção;
- World of Concrete é uma feira internacional anual, localizada em Las Vegas, nos Estados Unidos da América, que inclui materiais, equipamentos, demonstrações e seminários;
- Flooring Market é uma feira internacional anual ligada à construção que se encontra localizada em Atlanta, no Estados Unidos da América;
- London Build Expo é uma feira internacional anual localizada em Londres, na Inglaterra, que se encontra ligada a máquinas para construção, a material de construção, a tecnologias da construção e a construção;
- FORTALEZA BRAZIL STONE FAIR é uma feira internacional anual localizada no Brasil, mais especificamente em Fortaleza, ligada à arquitetura, a material de construção, a tecnologias de mineração e a construção;
- Ficons uma feira internacional bienal de materiais, equipamentos e serviços de construção localizada no Brasil, mais precisamente em Pernambuco;
- FESQUA é uma feira internacional bienal localizada em São Paulo, Brasil relacionada com os setores da madeira, da metalurgia, arquitetura e construção.

Para um futuro estágio na Embeiral Construction SGPS, S.A., sugeria que como programa de estágio fosse elaborar um plano de Marketing digital para o grupo e para as várias empresas do grupo, Embeiral Engenharia e Construção S.A., pela Socibeiral - Betão Pronto, Lda., pela Inerbeiral - Agregados e Betuminosos, Lda., pela Guache – Construção sendo esta uma marca da Embeiral Infraestruturas e Serviços, Lda., pela Embeiral Steel, Lda., pela Embeiral Técnica, Lda. e pela Embeiral Wood, Lda. O estagiário teria como principais tarefas definir inicialmente os elementos identificativos do grupo, como o *target*, o público-alvo, o posicionamento e a concorrência. Depois teria de identificar os objetivos do grupo, analisando o envolvente interno e externa da empresa, através de uma análise *SWOT*. Após descobrir as oportunidades e ameaças,

deverá demonstrar o melhor caminho que o grupo deve tomar, demonstrando as melhores estratégias e canais a escolher. Posteriormente deverá definir as ferramentas a usar e deve monitorizar o seu progresso e os resultados ao longo do tempo, de forma a perceber se este teve um impacto positivo ou negativo no grupo. Para além da apresentação e elaboração do plano, o estagiário deverá produzir todos os conteúdos para os meios digitais escolhidos, tendo sempre em conta os resultados gerados por este tipo de conteúdo.

5.3. Limitações

Por último, como limitações deste relatório pauta-se muito na revisão da literatura, uma vez que existe ainda pouca que relaciona o Marketing digital focado no setor da construção civil. O facto também de não existir muita literatura para grandes empresas sobre esse assunto, havendo mais artigos e documentos direccionados para pequenas empresas e as vantagens que o marketing digital traz para estas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, F. (2015). *A Crescente Importância do Marketing Digital e a sua Implementação nas Estratégias de Comunicação Integrada das Empresas* [Relatório de Estágio de Mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas] Repositório Universidade Nova. <http://hdl.handle.net/10362/18102>
- Cintra, C. (2010). *Marketing Digital: a era da tecnologia on-line*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26843/investigacao.v10i1.147>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Elias, J., Filho, B., & Maria De Lima Leite Do Nascimento, R. (2021). *A importância do marketing digital no contexto de pandemia* [Trabalho Final de Curso, Universidade Evangélica de Goiás] Repositório Institucional AEE.
<http://repositorio.aee.edu.br/jspui/handle/aee/18123>
- Embeiral engenharia e construção*. (s.d.). Quem Somos.
<https://embeiral.pt/quemsomos.php>
- Embeiral Group*. (s.d.). Missão, Visão e Valores. <https://www.grupoembeiral.pt/>
- Embeiral Group*. (s.d.). Embeiral Construction.
<https://grupoembeiral.pt/construction.php>
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—Behavior on social media. *Societies*, 10(1).
<https://doi.org/10.3390/soc10010027>
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management, Millenium Edition*. Prentice-Hall, Inc..
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.

- Mason, A. N., Narcum, J., & Mason, K. (2021). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business and Management*, 8(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1870797>
- Meldrum, M., & McDonald, M. (1995). The Ansoff Matrix. In M. Meldrum & M. McDonald (Eds.), *Key Marketing Concepts* (pp. 121–126). Macmillan Education UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-13877-7_24
- Mochizuki, J. Y., Horta, N., & Santos, D. (2022). *A evolução do marketing: do tradicional ao digital* [Trabalho Final de Curso, Universidade de Taubaté]. Repositório Institucional da Unitau.
<http://repositorio.unitau.br/jspui/handle/20.500.11874/6336>
- Pinto, D. (2022). *Importância do marketing digital para a performance das pme: o caso do setor do calçado português* [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Administração e Gestão] Repositório Comum.
<http://hdl.handle.net/10400.26/41496>
- Reijonen, H. (2010). Do all SMEs practise same kind of marketing? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(2), 279–293.
<https://doi.org/10.1108/14626001011041274>
- Taiminen, H. M., & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633–651.
<https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2022). *SWOT Analysis*. StatPearls Publishing, Treasure Island (FL).
- Yusup, M., Suhaepi, M., & Ramadhan, R. (2022). Blockchain Technology for Cashless Investments and Transactions in Digital Era With SWOT Approach. *Blockchain Frontier Technology*, 2(1), 17–23. <https://doi.org/10.34306/bfront.v2i1.91>
- Zugay, B., & Zakaria, R. (2023). *Ansoff matrix*. SAGE Publications, Inc.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781071924136>