



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Gestão

Sandra Maria Bastos Barnabé

dezembro | 2017



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

SANDRA MARIA BASTOS BARNABÉ

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM
GESTÃO

Dezembro/2017

“Porque eu sou do tamanho do que vejo e não do tamanho da minha altura.”
(Pessoa, 1993)

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

Elaborado por: Sandra Maria Bastos Barnabé

Número de aluno: 1011672

Curso: Gestão

Instituição: Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico da Guarda

Professora Orientadora de Estágio: Professora Maria Manuela dos Santos Natário

Organização Promotora do Estágio: Ascari s.r.o

Morada: Ascari s.r.o. Kodaňská 558/25, Praha 10, Vršovice 101 00

Contacto: (+420) 605 113 684

Orientador de Estágio na Organização: Pet Hajduk

Período de Estágio: 03 de julho a 3 de Outubro de 2017

Duração do Estágio: 400 horas

PLANO DE ESTAGIO CURRICULAR

O Plano de Estágio Curricular foi sugerido pelo supervisor, Dr. Pet Hajduk, Líder de Equipe e Gestor de Produto na Empresa Boom IT localizada em Praga (República Checa), que propôs o seguinte plano de estágio:

- Pesquisa de Mercado: apoiar no desenvolvimento de um documento com informações detalhadas sobre os potenciais mercados internacionais da empresa.
- Análise do Mercado e dos Concorrentes: efetuar pesquisa com o objetivo de compilar num documento a informação atual sobre o mercado nacional da empresa e os seus concorrentes.
- Desenvolvimento de Técnicas de Trabalho em Base de Dados: apoiar no desenvolvimento da base de dados de clientes, confirmando a importância ou não dos mesmos para a empresa.
- Seleção e Recrutamento de Estagiários: desenvolver estratégias para atrair talentos humanos, com o objetivo de reforçar a equipa já existente; selecionar os currículos adequados e entrevistar candidatos.

RESUMO

O estágio curricular foi realizado no âmbito do programa curricular da Licenciatura em Gestão da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda e resultou do acordo entre este e a instituição de acolhimento, ao abrigo do Programa *Erasmus+*.

O Estágio Curricular visa aproximar os alunos à realidade do ambiente de trabalho dentro da área do curso escolhido, com o intuito de aplicar os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares ao longo do curso.

O presente relatório tem como objetivo apresentar as tarefas realizadas no decorrer das 400 horas de Estágio Curricular na Empresa Boom IT, com sede em Vajdy 3046/2 700 30 Zábřeh Praha, no período de 3 de julho a 3 de outubro de 2017.

Este documento encontra-se dividido em 3 Capítulos Principais. O primeiro refere-se à contextualização do meio envolvente da empresa, o segundo diz respeito à descrição da própria empresa e o último capítulo explana todas as atividades realizadas ao longo do estágio, na empresa Boom IT.

Palavras-Chave: Gestão; Desenvolvimento de Negócio; Gestão de Recursos Humanos; Internacionalização;

JEL-Classification: M0- *General*

M1- *Business Administration*

M16: *International Business Administration*

AGRADECIMENTOS

A realização desta licenciatura contou com importantes apoios e incentivos, aos quais estarei para sempre grata.

À minha família mais próxima que me apoiou em todas as decisões que fiz e que festejou comigo orgulhosamente as minhas pequenas vitórias.

À minha diretora de curso e orientadora de estágio, a professora doutora Maria Manuela Natário não só por ter aceite o meu pedido, mas também pelo apoio e cuidado ao longo destes três anos.

À Escola Superior de Tecnologia e Gestão e a todos os docentes pelos conhecimentos que me transmitiram ao longo de todo o curso.

À instituição que me acolheu, pela oportunidade concedida, pela excelente receção e integração por parte de todos os colaboradores. Um especial agradecimento à Madeline Jolk e à Kristina Zimmerman pela muita paciência que tiveram comigo e um último à Tereza Stadlerová por me fazer sentir quase como se estivesse em casa.

Aos meus amigos de sempre, que fizeram questão de estar presentes nos momentos mais importantes.

Às novas amigas que fiz, por tornarem o meu dia-a-dia melhor, pela ajuda quando precisei e por estarem a meu lado em todas as ocasiões.

A toda a equipa do Núcleo de Alunos de Gestão do ano letivo de 2016/2017 pela experiência incrivelmente enriquecedora que partilhámos e por me ensinarem todos os dias o significado de entusiasmo, dedicação, trabalho de grupo e delegação.

Por último, mas não menos importante, dirijo um agradecimento especial aos meus pais, por serem modelos de trabalho e perseverança, pelo seu apoio incondicional e paciência demonstrados. Em especial agradeço o incentivo e o apoio à minha decisão de realizar o Estágio Curricular fora de Portugal. Muito obrigada por estarem sempre ao meu lado. A eles dedico este trabalho!

ÍNDICE

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO.....	iii
PLANO DE ESTAGIO CURRICULAR	iv
RESUMO	v
AGRADECIMENTOS.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABELAS	ix
LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS	x
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – MEIO ENVOLVENTE DA EMPRESA.....	2
1.1 Nota Introdutória	2
1.2 A República Checa	2
CAPÍTULO II - APRESENTAÇÃO DA EMPRESA BOOM IT	7
2.1 Nota Introdutória	7
2.2 Caracterização da Empresa Boom IT.....	7
2.3 Visão, Missão, Valores e Princípios da Empresa	8
2.4 O Serviço Prestado pela Empresa Boom IT	9
2.5 Mercado da Empresa Boom IT	10
2.6 Estrutura Física da Empresa Boom IT.....	11
2.7 Estrutura Organizacional da Empresa	12
2.8 Análise SWOT	15
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS DURANTE O ESTÁGIO CURRICULAR.....	17

3.1 Nota Introdutória	17
3.2 Funções Realizadas no Departamento de Desenvolvimento de Negócio.....	17
3.2.1 Análise dos Concorrentes da Empresa.....	18
3.2.2 Pesquisa de Mercado para a Internacionalização da Empresa.....	20
3.2.3 Desenvolvimento de Técnicas de Trabalho em Base de Dados	24
3.2.4 Desenvolvimento de Estratégias para Obtenção de Clientes e Contacto com os Mesmos	27
3.3 Funções Desenvolvidas no Departamento de Gestão de Recursos Humanos.....	28
3.3.1 Nota Introdutória	28
3.3.2 Recrutamento e Seleção de Candidatos	29
3.3.2.1 Recrutamento de Candidatos	32
3.3.2.2 Seleção de Candidatos	36
CONCLUSÃO	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS	46
Anexo 1 – Análise dos Concorrentes da Empresa Boom IT.....	47
Anexo 2: Modelo de Relatório Utilizado na Pesquisa de Mercado.....	52
Anexo 3 – Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas.....	54
Anexo 4 – Carta de Apresentação da Boom IT.....	56
Anexo 5 – Guião para as Entrevistas	59
Anexo 6 – Modelo de Relatório para as Entrevistas	62
Anexo 7 – Modelo de Relatório Semanal em Recursos Humanos	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localização da República Checa na Europa.....	3
Figura 2: Bandeira da República Checa.....	4
Figura 3: Regiões da República Checa.....	4
Figura 4: Mercados de Internacionalização da Empresa	10
Figura 5: Escritório Principal da Empresa.....	12
Figura 6: Funcionalidades da Base de Dados ITDB.....	25
Figura 7: Sistema de Gestão de Base de Dados ITDB.....	26
Figura 8: Processo de Recrutamento e Seleção de Estagiários.....	30
Figura 9: Processo de Seleção e Recrutamento de Colaboradores em Regime de Contrato a Tempo Inteiro	31
Figura 10: Recrutamento Especializado Erasmus Intern.....	35
Figura 11: Seleção de Estagiários	37
Figura 12: Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas.....	55

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Indicadores Macroeconómicos da República Checa	5
Tabela 2: Análise SWOT da Empresa.....	16
Tabela 4: Equipas do Departamento de Desenvolvimento de Negócios.....	18

Índice de Organogramas

Organograma 1 - Organograma da Boom IT 1	13
--	----

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BD	Base de Dados
CV	<i>Curriculum Vitae</i>
GRH	Gestão de Recursos Humanos
IPG	Instituto Politécnico da Guarda
ITDB	<i>ITems DataBase</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
RH	Recursos Humanos
SGBD	Sistema de Gestão de Base de Dados
SWOT	<i>Strengths Weaknesses Opportunities and Threats</i>
TI	Tecnologia da Informação
UE	União Europeia

INTRODUÇÃO

Com o término do estágio, tornou-se necessário elaborar o presente relatório, para dar cumprimento ao estipulado no plano curricular do curso de Gestão para a obtenção do grau de licenciado. A escolha da empresa para realização do estágio curricular é determinante para o sucesso do mesmo, por isso há muitos fatores a ter em conta para tomar uma boa decisão. A empresa escolhida foi a Boom IT, localizada na República Checa, sob orientação do Dr. Patrik Gresicek e do Dr. Petr Hajduk. A escolha desta empresa deveu-se em primeiro lugar à concordância entre as funções apresentadas pela empresa e as funções desejadas pela estagiária. Em segundo lugar, à localização da empresa no estrangeiro e em terceiro e último lugar ao estado de desenvolvimento da empresa.

O objetivo principal do presente relatório é resumir sucintamente as tarefas realizadas ao longo do estágio na empresa Boom IT. Tais tarefas permitiram colocar em prática diversos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura, assim como adquirir novas competências, aprender novos saberes, tornando esta experiência enriquecedora.

De modo a facilitar a compreensão deste relatório, o mesmo foi dividido em 3 capítulos. O primeiro capítulo pretende contextualizar o meio envolvente da empresa, começando por apresentar uma descrição geral da República Checa. O segundo capítulo apresenta a entidade acolhedora de estágio, descrevendo a sua estrutura, organização e funcionamento. O terceiro capítulo expõe todos os procedimentos realizados em cada departamento durante o estágio, iniciando-se com a apresentação do Departamento de Desenvolvimento de Negócios e finalizando com a descrição das atividades realizadas no Departamento de Recursos Humanos.

O presente documento termina com uma breve reflexão crítica relativa à realização do estágio e respetivos conhecimentos.

CAPÍTULO I – MEIO ENVOLVENTE DA EMPRESA

1.1 Nota Introdutória

Este capítulo apresenta alguns dados considerados importantes para a contextualização do meio envolvente da empresa onde a estagiária realizou o seu estágio.

O capítulo 1 dedica-se à descrição da República Checa e nele encontra-se informação relativa à população e localização, à formação do país e à sua economia.

A maior parte da informação reunida nos pontos que se seguem foi facultada à estagiária aquando da sua chegada ao escritório em Praga. No entanto, alguns pontos específicos envolveram pesquisa em sítios da internet devidamente identificados.

1.2 A República Checa

A República Checa, com cerca de 10.381.130 habitantes, é um país da Europa Central, limitado a norte pela Polónia e pela Alemanha; a leste pela Eslováquia; a sul pela Áustria e a oeste pela Alemanha, conforme mostra a figura 1. A capital do país é Praga, que por sua vez é também a cidade mais populosa, tem cerca de 1.272.691 habitantes. (Censos, 2011).



Figura 1: Localização da República Checa na Europa

Fonte: <https://isape.wordpress.com/2015/09/16/republica-tcheca-e-a-ponte-da-china-para-a-europa>

A língua oficial é o checo e a unidade monetária é a coroa checa. O atual Chefe de Estado no país é Milos Zeman e Primeiro-Ministro é o Bohuslav Sobotka (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, 2017).

A República Checa é um país desenvolvido, com uma economia avançada e com padrões de vida elevados. Em 2014, a ONU classificou o país em 28º lugar no Índice de Desenvolvimento Humano e atribuiu o valor de 0,823 no critério de desenvolvimento humano ajustado à desigualdade (Jahan, 2015). De acordo com o *Institute of Economics and Peace*, a República Checa é o 6º país mais pacífico no Mundo, muito devido ao elevado nível de segurança e ao seu baixo nível de conflitos internos e externos (IEP, 2017).

Inicialmente, a República Checa pertencia à potência do centro da Europa chamada de Reino da Boémia e do qual faziam parte também a Áustria, a Hungria e Eslováquia. Em 1918 a República Checa torna-se independente da Áustria e da Hungria, mas continua ligada à Eslováquia, formando a Checo-Eslováquia. Algumas décadas mais tarde, em 1993, a República Checa torna-se finalmente independente da Eslováquia e assume pela primeira vez o nome pelo qual o país é agora conhecido: República Checa. (Zimmerman, 2016)

A bandeira da República Checa, ilustrada na figura 2, tem três cores: branco, vermelho e azul, e é inspirada no galhardete da Checo-Eslováquia. A cor branca representa um leão de prata, a cor vermelha representa a região ocidental e média do país (também chamada de Boémia) e a cor azul representa a região oriental da República Checa (também chamada de Morávia) (Batista, 2017).

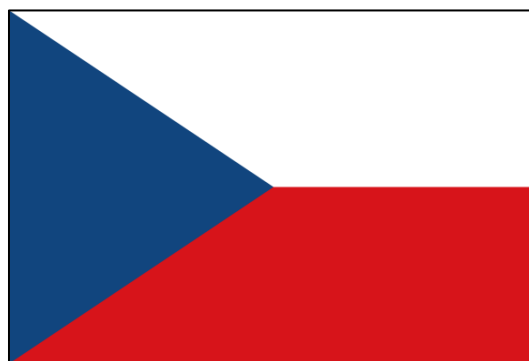


Figura 2: Bandeira da República Checa

Fonte: <https://www.estudopratico.com.br/significado-da-bandeira-da-republica-tcheca/>

Na figura 3 encontram-se assinaladas as duas grandes regiões da República Checa, a Boémia e a Morávia, representadas na bandeira do país pelas cores azul e vermelho respetivamente. Está ainda representada uma terceira região significativamente mais pequena conhecida como Silesia.

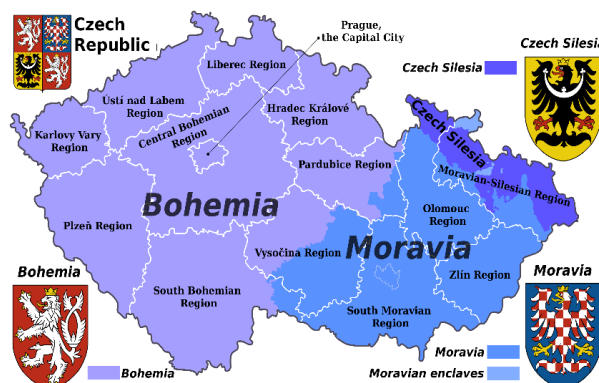


Figura 3: Regiões da República Checa

Fonte: <https://genealogiaboemia.wordpress.com/sou-alemao-austriaco-ou-tcheco-am-i-german-austrian-or-czech/>

A República Checa tem uma importante indústria vidreira. O turismo e as esculturas de madeira constituem atrativos da República Checa. Os principais parceiros comerciais da República Checa são a Alemanha, a Eslováquia, a Áustria e a Rússia (Pernal, 2009).

A tabela 1 apresenta os principais indicadores macroeconómicos do país, os quais permitem representar a realidade de forma quantitativa e direta.

Indicadores Macroeconómicos	Unid.	2016 (Valores atuais)	2017 (Previsões)
PIB preços de mercado a preços correntes	10 ⁹ USD	192,8	197,2
PIB <i>per capita</i>	USD	28 280	28 690
Crescimento real do PIB	Var. %	2,3	3,0
Exportações de bens e serviços a preços correntes	10 ⁹ USD	154,8	160,0
Exportações de bens e serviços a preços constantes	Var. %	4,0	4,8
Importações de bens e serviços a preços correntes	10 ⁹ USD	140,7	145,6
Importações de bens e serviços a preços constantes	Var. %	3,0	4,6
Saldo balança corrente	% PIB	1,1	0,9

Tabela 1: Indicadores Macroeconómicos da República Checa

Fonte: <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/SobreMercadosExternos/Documents/Perfil/95.pdf> (corrigido)

O Produto Interno Bruto (PIB) é o indicador utilizado com maior frequência para avaliar a dimensão global de uma economia, enquanto os indicadores dele derivados, como o *PIB per capita*, por exemplo, em euros ou ajustado às diferenças nos níveis de preços, são amplamente utilizados para comparar níveis de vida e poder de compra ou para acompanhar a convergência ou divergência económica na União Europeia (UE). (Eurostat, 2017) De acordo com a Tabela 1, na República Checa prevê-se para 2017, um aumento do PIB e por conseguinte, uma ligeira melhoria da Economia do país.

O saldo da balança é outro indicador importante a ter em conta na análise económica de um país. O valor apresentado neste indicador resulta da diferença entre as exportações e as

importações de bens e serviços. Apesar de ser notório um ligeiro aumento do valor de exportações de 2016 para o previsto em 2017, há também um aumento de importações no mesmo período, o que provocará uma diminuição do saldo da balança económica.

Em 2016, verificou-se que a República Checa exporta o mesmo tipo de produtos que importa, embora em percentagens ligeiramente diferentes. Assim, os veículos automóveis e outros veículos eram os produtos mais exportados pela República Checa, representando cerca de 21,2% do total de exportações do país. Seguiam-se as máquinas e equipamentos mecânicos com 18,5% do total de exportações e as máquinas e equipamentos elétricos com 17,1%. No fim da tabela dos principais produtos exportados encontram-se as obras de ferro fundido, ferro ou aço com apenas 3,8% do total e os plásticos e suas obras com 3,4% (ITC, 2016) .

No que diz respeito aos produtos importados, as máquinas e equipamentos elétricos ocupavam o primeiro lugar, representando 17,9% do total de produtos importados. Seguem-se as máquinas e equipamentos mecânicos com 17,6% do mesmo total. Os veículos automáticos e outros veículos terrestres, principal produto exportado, surgem em terceiro lugar na tabela de produtos importados, representando 10,9% do total. Os plásticos e suas obras com 5,8% e os combustíveis e óleos minerais com 4,7% do total dos principais produtos importados. (ITC, 2016)

Quanto aos principais clientes e fornecedores do país, a Alemanha é, simultaneamente, o país para o qual a República Checa mais exporta e o país do qual mais importa os seus produtos. Na lista de principais clientes no ano de 2016 estão também a Eslováquia, a Polónia, o Reino Unido e a França. Enquanto que da lista de principais fornecedores, no mesmo período, fazem parte a China, a Polónia, a Eslováquia e a Itália. Já Portugal, em 2016, representava apenas 0,33% do valor total de exportações do país e 0,23% do valor total de importações (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, 2017)

CAPÍTULO II - APRESENTAÇÃO DA EMPRESA BOOM IT

2.1 Nota Introdutória

Neste capítulo pretende-se apresentar e caracterizar de uma forma resumida a instituição acolhedora do estágio. O capítulo inicia com uma caracterização geral da empresa, da sua visão, missão, valores e princípios, seguindo-se a descrição do serviço prestado pela empresa e dos seus mercados. Para além dos pontos já mencionados, no presente capítulo apresenta-se também a estrutura física e organizacional da empresa, terminando com a elaboração de análise SWOT.

A maior parte da informação apresentada ao longo do capítulo II foi facultada pela empresa ou retirada do respetivo *web site*, <https://www.boomit.cz/>.

2.2 Caracterização da Empresa Boom IT

A Boom IT é uma empresa *start-up* criada em 2016, com sede em Praga, República Checa, e financiada pela ASCARI, uma empresa de renome no país. Esta por sua vez está ao serviço da indústria leve e pesada, transportes e serviços, atuando como agência de emprego desde 2008. A ASCARI ocupa-se do recrutamento e seleção de novos recursos humanos para os seus clientes, lidando diariamente com 1800 candidatos a emprego e integrando a lista das 7 melhores agências de emprego da República Checa. A Boom IT é uma agência de recrutamento criada com o intuito de, não só dar resposta à grande dificuldade que as empresas no ramo da Tecnologia e Informação têm em contratar as pessoas certas, como também de ajudar os profissionais desta área a encontrar a oportunidade ideal para cada um deles.

2.3 Visão, Missão, Valores e Princípios da Empresa

A- Visão

A visão de uma empresa traduz, de uma forma abrangente, um conjunto de intenções e aspirações para o futuro, sem especificar como devem ser atingidas. Desta maneira, a visão tem um papel essencialmente motivador, procurando servir de inspiração para os membros da organização tirarem o máximo partido das suas capacidades e alcançarem níveis mais elevados de excelência profissional (Freire, 2008).

Assim, a Boom IT pretende ser vista como a forma mais conveniente, rápida e lucrativa de encontrar o melhor emprego para os melhores candidatos (“*The best for the best*”).

B- Missão

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz, define-se antes pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é a razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa. (Drucker, 2003)

Desta forma, a Boom IT apresenta a missão clara de fornecer às melhores empresas do setor da Tecnologia e Informação, os melhores colaboradores.

C- Valores e Princípios

Os valores estão ligados aos comportamentos moralmente aceitáveis ou às condutas condenáveis no âmbito da atividade da organização (Lisboa, Coelho, Coelho, & Almeida, 2011)

A Boom IT caracteriza-se pela resistência, qualidade e responsabilidade. Os seus valores fundamentais são a dureza do negócio, o recrutamento de alta qualidade e a responsabilidade pela inserção profissional. A Boom IT respeita os princípios do Código de Conduta e garante aos seus empregados um tratamento igual e não discriminatório. A empresa Boom IT respeita plenamente a legislação vigente da República Checa no campo da prestação de serviços pessoais. O cliente satisfeito e o empregado motivado são o melhor cartão de negócios da Boom IT.

2.4 O Serviço Prestado pela Empresa Boom IT

A Boom IT possui uma plataforma *online* de recrutamento de talentos da área da Tecnologia da Informação (TI), acessível a candidatos e empresas.

Cada indivíduo à procura de uma nova oportunidade de emprego deve aceder e registar-se no *website* da Boom IT, fornecendo a sua informação pessoal, de forma rápida e fácil. As empresas que pretendam recrutar novos colaboradores, devem passar pelo mesmo procedimento. Os dados disponibilizados pelos candidatos e pelas empresas integrarão a plataforma da Boom IT. Posteriormente, os melhores candidatos e as melhores empresas passarão por um processo de seleção efetuado pelos profissionais da Boom IT. As empresas registadas, são contactadas pelos comerciais da Boom IT, que tratarão de elaborar um contrato entre ambas as partes. Concluída esta etapa, as empresas poderão aceder à base de dados dos candidatos inscritos na plataforma, consultar os seus currículos e entrar em contacto com os mesmos, oferecendo-lhes uma proposta de trabalho.

A Boom IT ambiciona agradar tanto à empresa como ao candidato, proporcionando à primeira um colaborador com as características desejadas e ao segundo a oportunidade de trabalho que este procurava.

O processo é totalmente grátis para o candidato a um novo emprego e se este sugerir a plataforma a um amigo poderá ainda ganhar um bónus de 300€.

Já às empresas é cobrada uma percentagem (negociável) do salário do novo trabalhador, normalmente durante 1 ano. As empresas que contratem um novo colaborador através desta plataforma têm 90 dias de garantia. Assim, não é cobrado qualquer valor à empresa caso o novo membro da empresa se despeça antes de estarem completos três meses de trabalho.

2.5 Mercado da Empresa Boom IT

Atualmente a Boom IT trabalha para o mercado Checo, mas já iniciou o seu processo de internacionalização. Os 9 países para onde a empresa pretende expandir os seus serviços estão rodeados na figura 4 e são a Áustria, a Alemanha, a Polónia, a Bulgária, a Roménia, a Holanda, a Rússia, a Eslováquia e a Suíça.



Figura 4: Mercados de Internacionalização da Empresa

Fonte: <http://www.worldatlasbook.com>

A Boom IT tem o seu público-alvo muito bem definido, servindo dois tipos de clientes: as empresas, à procura de novos colaboradores, e os indivíduos, à procura de oportunidades de trabalho.

No que diz respeito às empresas, a Boom IT procura aquelas que satisfaçam três critérios: ter reconhecimento no país, estar entre as 50 empresas do país com mais trabalhadores e estar entre as 50 empresas com maior índice de contratação de pessoal, dentro do sector da

Tecnologia e Informação. O não cumprimento de um destes critérios não é necessariamente um fator eliminatório, no entanto, dá-se preferência às empresas que cumpram, em simultâneo, os três critérios.

Quanto aos indivíduos à procura de novas oportunidades, a Boom IT procura aqueles que possuam nacionalidade do país em causa, isto é, para cada um dos países acima mencionados, a empresa procura indivíduos nascidos no próprio país. Estes devem ser altamente qualificados, tendo concluído, pelo menos, o grau de Licenciatura em Tecnologia da Informação ou equivalente, e possuir pelo menos cinco anos de experiência na área. A idade e o sexo não são relevantes. O não cumprimento de qualquer um dos critérios acima referidos é fator eliminatório.

2.6 Estrutura Física da Empresa Boom IT

Apesar de recente, a Boom IT possui já 4 escritórios localizados em diferentes cidades. O escritório principal é partilhado com a empresa ASCARI e localiza-se em Ostrava (República Checa). O segundo e terceiro escritório situam-se em Praga (República Checa) e o quarto localiza-se em Munique (Alemanha).

O escritório principal (Figura 5), em Ostrava, está inserido num prédio com três andares ao serviço da empresa. No rés-de-chão encontra-se a receção, a sala de reuniões e uma terceira sala dedicada à pesquisa de mercado, onde se encontram a maior parte dos estagiários. No primeiro andar encontra-se o serviço de apoio ao cliente, a administração da empresa, o serviço de gestão financeira e ainda uma cozinha e uma casa de banho, para uso dos colaboradores. O segundo e último andares possuem duas salas e uma cozinha, e servem apenas os serviços de Gestão de Recursos Humanos.



Figura 5: Escritório Principal da Empresa

Fonte: <http://www.firmy.cz/detail/2693060-ascari-ostrava-zabreh.html>

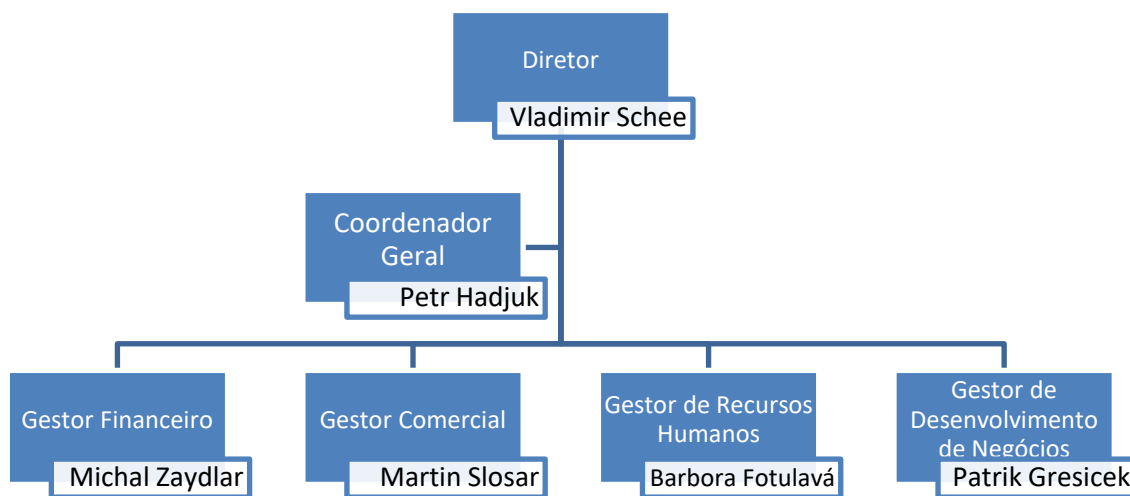
Os restantes escritórios funcionam como um apoio do principal, tendo dimensões consideravelmente mais pequenas.

2.7 Estrutura Organizacional da Empresa

A estrutura organizacional é a forma pela qual as atividades são divididas, organizadas e coordenadas numa determinada organização. Para compreender o conceito de estrutura organizacional é conveniente abordar alguns conceitos fundamentais, particularmente os conceitos de autoridade, responsabilidade e delegação. Para uma melhor interpretação da estrutura da organização é geralmente elaborada a sua representação gráfica, o organograma, o qual representa as relações que une todos os recursos da empresa na prossecução dos objetivos (Oliveira, 2012).

A três de outubro de dois mil e dezassete, a empresa Boom IT dispunha de 40 efetivos, dos quais 60% homens e 40% mulheres. Para além destes colaboradores, a empresa dispunha ainda de 10 estagiários.

A empresa apresenta a estrutura organizacional representada no organograma que se segue.



Organograma 1 - Organograma da Boom IT 1
Fonte: Elaboração Própria

Da observação do Organograma 1 conclui-se que a empresa apresenta uma estrutura funcional, uma vez que este se encontra dividido por funções. O cargo mais alto da empresa é ocupado pelo Diretor Vladimir Schee, a quem cabe a função de tomar decisões sobre todas as matérias. O segundo cargo mais alto é ocupado pelo coordenador geral, Petr Hadjuk, que tem a responsabilidade de delegar tarefas a todos os gestores de departamento. Os gestores de departamento, por sua vez, devem delegar, controlar e avaliar as tarefas inerentes ao seu departamento. Assim, na Boom IT, os gestores de departamento ocupam-se de:

- **Gestor do Departamento Financeiro:** ocupa-se da gestão do capital financeiro, da gestão de investimentos e da gestão do risco financeiro. As funções do departamento financeiro incluem também as taxas de câmbio, divisas estrangeiras, alterações das taxas de juro, entre outros assuntos. Este departamento é constituído por 10 funcionários.

- **Gestor do Departamento Comercial:** ocupa-se do planeamento, gestão e coordenação das atividades relacionadas com a comercialização e a venda do serviço. As suas funções são muito importantes porque é através das vendas que as empresas obtêm os recursos financeiros necessários à sua sobrevivência económica. Uma vez que a Boom IT é uma empresa *start up*, este departamento é um dos maiores e mais importantes. Assim, no escritório encontram-se 15 funcionárias responsáveis pelo serviço de apoio ao cliente. O seu trabalho passa, muitas vezes, por ligar a possíveis clientes e apresentar-lhes o serviço prestado pela empresa, predispondo-se a ajudá-los no registo e a responder a qualquer dúvida. A empresa dispõe ainda de 6 colaboradores com responsabilidades comerciais, que se preocupam em selecionar empresas na República Checa que possam ter interesse neste tipo de serviço. Para além disso, são também eles os responsáveis por organizar reuniões com as empresas e preparar apresentações e condições de negociação para lhes propor.

- **Gestor do Departamento de Recursos Humanos:** assegura o bem-estar dos colaboradores da empresa e trata do recrutamento e seleção de novos candidatos. Este departamento é composto por 6 colaboradores e 4 responsáveis pela seleção e recrutamento e seis responsáveis por assegurar o bom desempenho dos candidatos. O recrutamento e seleção está ainda subdividido por países, ou grupos de países, pelos quais há um responsável e um ou mais estagiários.

- **Gestor do Departamento de Desenvolvimento de Negócio:** este é um dos departamentos com maior necessidade dos recursos: tempo e pessoas. Neles estão integrados todos os estagiários. Este departamento assegura a pesquisa da informação necessária para que o negócio cresça, é também dele que saem as informações de que a Gestão necessita para tomar decisões acertadas. Para o Desenvolvimento de Negócios a empresa contratou 3 profissionais, estando cada um deles responsável por um ou mais países de internacionalização.

2.8 Análise SWOT

A análise SWOT permite efetuar uma síntese das análises internas e externas; identificar os elementos chave para a gestão de empresa e preparar opções estratégicas (IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, 2018).

Assim sendo, a análise SWOT é uma ferramenta que ajuda no desenvolvimento de uma estratégia empresarial, através das conclusões retiradas das análises interna (Forças e Fraquezas) e externa (Oportunidades e Ameaças). A análise permite identificar e avaliar os elementos chave, bem como o seu impacto e as tendências no negócio, podendo assim ser possível estabelecer prioridades e tomar decisões estratégicas.

Na tabela 2 apresenta-se a análise SWOT da empresa, pondo em evidência os seus pontos fortes e fracos, analisando as oportunidades e ameaças do mercado e apresentando propostas ou sugestões.

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	<p>Experiência e reconhecimento do investidor, ASCARI, área do recrutamento.</p> <p>Capacidade de fidelização dos clientes-empresas.</p> <p>Pessoal qualificado.</p> <p>Serviço diferenciado.</p> <p>Estrutura Financeira Estável.</p>	<p>Falta de objetivos e estratégias bem definidos.</p> <p>Fraca comunicação entre a gestão e os restantes colaboradores.</p> <p>Falta de pessoal com conhecimentos profundos na área da Tecnologia da Informação (TI).</p>
Oportunidades	Sugestões	Sugestões
<p>Necessidade crescente, por parte das empresas, de contratar colaboradores qualificados na área da Tecnologia da Informação.</p> <p>O custo do erro de contratação é muito elevado e pouco eficaz, quando feito pela própria empresa.</p> <p>Inexistência de Concorrentes no Mercado da República Checa.</p> <p>Baixos custos para a entrada no mercado.</p>	<p>Apostar no mercado Checo e afirmar-se como uma das melhores no país antes de avançar para a internacionalização.</p> <p>Continuar a apostar na melhoria do serviço.</p>	<p>Melhoria das estratégias de comunicação, através da realização de reuniões semanais.</p>
Ameaças	Sugestões	Sugestões
<p>Baixos custos para a entrada no mercado, facilitando a entrada de novos concorrentes.</p> <p>Desconfiança do mercado face a um serviço novo.</p>	<p>Apostar em campanhas de divulgação do serviço, fazendo uso da boa reputação da empresa ASCARI.</p> <p>Apostar na contratação de comerciais para venda do serviço.</p>	<p>Contratação de pessoal qualificado em TI para dar resposta às dúvidas e preocupações dos clientes.</p>

Tabela 2: Análise SWOT da Empresa

Fonte: Elaboração própria

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS DURANTE O ESTÁGIO CURRICULAR

3.1 Nota Introdutória

Este capítulo tem como objetivo a apresentação das atividades realizadas durante o estágio curricular na empresa Boom IT, em Praga. A estagiária foi acompanhada pelo mentor e supervisor, que a contactavam diariamente, a partir do escritório principal em Ostrava, através do *skype* ou chamada telefónica.

O capítulo 3 iniciará com a apresentação das atividades desenvolvidas no Departamento de Desenvolvimento de Negócio, nomeadamente: a análise dos concorrentes, a pesquisa de mercado estrangeiro e a apresentação do trabalho desenvolvido em Base de Dados (BD). De seguida, segue-se a descrição das atividades realizadas ao serviço do Departamento de Recursos Humanos (RH).

Durante a primeira semana e meia, o contacto com a empresa teve como propósito a adaptação da estagiária à instituição de acolhimento e o conhecimento do funcionamento das respetivas instalações. Após esse período, foi solicitado pelo mentor, os primeiros objetivos e tarefas específicas durante o período do estágio. As referidas tarefas serão descritas pormenorizadamente nos pontos que se seguem.

3.2 Funções Realizadas no Departamento de Desenvolvimento de Negócio

O Departamento de Negócios ocupa-se de toda a pesquisa necessária para o desenvolvimento de negócio. À data da realização do estágio, o departamento encontrava-se dividido em 7 equipas, cada uma destas composta por 2 estagiários, responsáveis por todas as atividades de pesquisa relacionada com um país ou um grupo de países (Tabela 3). As equipas existiam

por uma questão de organização, no entanto, esta divisão não implicava que os estagiários não pudessem, quando necessário, exercer funções noutra equipa.

Todos os estagiários deste departamento devem reportar a sua atividade ao Chefe de Departamento, Patrik Gresicek.

Equipa	Países para Internacionalização	Responsáveis
1.	Holanda	Przemyslaw Wozniak e Ligita Mažeikaitė
2.	Polónia	Willem Becks e Ray van Hofstraeten
3.	Bulgária	Büşra Dursun e Anton Vernimmen
4.	Eslováquia	Hristo Bozhkov
5.	Alemanha/Suíça/Áustria	Ana Inês Lourenço e Daniela Dipierri
6.	Rússia	Tatiana Grigoreva e Maria Skalkotou
7.	Roméia	Tereza Stádlarová e Sandra Barnabé

Tabela 3: Equipas do Departamento de Desenvolvimento de Negócios

Fonte: Elaboração própria

Uma vez que a Boom IT ainda se encontra em fase de desenvolvimento de negócio, as tarefas de cada equipa são diferentes de semana para semana. Nos pontos que seguem estão descritas as funções que a estagiária desenvolveu no Departamento de Desenvolvimento de Negócios, na equipa responsável pela Roméia, começando pela análise dos concorrentes da empresa.

3.2.1 Análise dos Concorrentes da Empresa

Há vários aspetos a considerar para a obtenção do sucesso de uma empresa. A definição de uma estratégia, isto é, de um caminho que leve a organização a alcançar os seus objetivos, é uma tarefa de extrema importância e de alguma dificuldade para qualquer empresa, mas em

especial para uma empresa recém-criada. Uma empresa sem estratégia é uma empresa sem rumo, ou pior que isso, uma empresa com um rumo qualquer. A análise dos concorrentes é um dos fatores a ter em conta aquando da definição da estratégia.

Uma vez que a Boom IT aspirava conquistar o mercado internacional, importava considerar todo o mercado europeu, e não apenas o Checo. Assim, a equipa de gestão da Boom IT definiu os seus concorrentes no mercado e o mentor pediu à estagiária que analisasse cada um deles, fazendo uso dos *websites* das empresas. A tarefa consistia em analisar o funcionamento da plataforma *online*, não só sob a ótica do utilizador-individual, mas também sob a ótica do utilizador-empresa. Para além disso, importava registar os preços praticados pelas empresas relativamente ao serviço prestado nos mercados de atuação de cada uma das plataformas (Anexo1).

No Anexo 1 encontra-se o relatório da atividade de análise dos concorrentes da Boom IT e nele é descrito o modo de funcionamento de cada um dos seis concorrentes (*4Scotty, Talent IO, Hired, HoneyPot, Skillgig e Vettery*) da empresa Boom IT. Os seis concorrentes da empresa trabalham de forma semelhante. Isto é, primeiramente permitem aos candidatos à procura de emprego, que se registem de forma simples e rápida, de seguida selecionam os melhores (através da análise do *Currículo Vitae* e chamada telefónica) e pouco tempo depois enviam-lhes várias propostas de emprego. Este processo é, em todos os casos analisados, grátis para o indivíduo que procura emprego. As empresas que recebem os novos colaboradores pagam uma percentagem mensal ou anual do salário do colaborador, que pode variar entre 1% e 2%, no primeiro caso e entre 10% a 15%, no segundo caso. Todas as empresas concorrentes da Boom IT protegem os dados dos candidatos e oferecem às empresas que estão a contratar uma garantia de 90 dias, assegurando assim a ausência de pagamento, nos casos em que os colaboradores contratados abandonam a empresa, antes do término dos 90 dias.

Esta tarefa representou uma mais-valia tanto para a estagiária como para a empresa, uma vez que a primeira passou a conhecer melhor o negócio e a segunda reuniu informação atualizada para assim ajustar a estratégia a seguir.

3.2.2 Pesquisa de Mercado para a Internacionalização da Empresa

O fenómeno da internacionalização tem vindo a adquirir um protagonismo notável no atual contexto de globalização económica. Os processos de internacionalização constituem, efetivamente, uma das formas mais eficazes de desenvolver e potenciar as vantagens competitivas, dado que promovem a competitividade internacional da empresa (Root, 1994)

No processo de internacionalização, a empresa deve avaliar os seus recursos internos, os seus objetivos e as vantagens e desvantagens de cada uma das modalidades de internacionalização (Exportação, *Franchising*, *Joint Ventures* e Investimento Direto). Deve também proceder à avaliação e seleção dos países de internacionalização e ainda avaliar o grau de internacionalização desejável para a empresa. (Ferreira, Reis, & Serra, 2011)

A análise da questão da internacionalização deve, assim, ter em conta as suas diversas dimensões, permitindo responder a questões tais como “o quê?”, “como?” e “para onde?” internacionalizar, bem como as características intrínsecas à própria empresa.

A- Decisão de Internacionalização

No processo de decisão de entrada em novos mercados, existem várias determinantes que devem ser tidas em conta e que devem fazer parte da planificação da internacionalização de uma empresa. Perceber o porquê, o como, o quando e o para onde, é essencial para o sucesso da ação, permitindo que a empresa e os seus dirigentes estejam cientes do processo pelo qual irão passar assim como das dificuldades que poderão encontrar durante o percurso.

A internacionalização, na sua essência, é um processo que resulta de sucessivas decisões – decisão de começar a exportar para um país estrangeiro, de estabelecer canais de exportação, de sediar num país estrangeiro uma subsidiária para venda, entre outras - que são tomadas pelos decisores de uma forma incremental. E tratando-se de um processo pensado e estudado, a finalidade do mesmo só poderá levar ao aumento da participação (Welch & Luostarinen, 1988)

Há muitas razões que podem levar uma empresa a tomar a decisão de se internacionalizar. Desde motivações endógenas (necessidade de crescimento da empresa, aproveitamento da capacidade produtiva disponível, diversificação de riscos, etc), motivações ligadas às características dos mercados (limitações do mercado doméstico e percepção de dinamismo dos mercados externos) e motivações relacionais (resposta a concorrentes, acompanhamento de clientes, etc), até à facilidade de acesso a recursos no exterior (custos de produção mais baixos no exterior e acesso a conhecimentos tecnológicos) e ao apoio governamental (incentivos dos governos). (Simões & Castro, 1997)

Na Boom IT entendeu-se que a aposta no desenvolvimento da empresa na forma de internacionalização seria uma boa estratégia para rentabilizar os recursos humanos e tecnológicos da empresa e desta forma, aumentar os lucros da empresa. Uma vez que a Boom IT vende um serviço e não um produto, os riscos associados à expansão do seu mercado são mais reduzidos. A venda do serviço além-fronteiras não implicou a criação de uma filial, até à data de realização de estágio, nem um aumento do desgaste dos equipamentos, ou um aumento do número de equipamentos utilizados, normalmente associado a grandes investimentos. Assim, aquando da decisão de Internacionalização, a Boom IT aumentou os custos apenas dos recursos humanos, uma vez que houve a necessidade de fazer muita pesquisa antes de efetivamente dar entrada nos mercados dos países selecionados.

B- Seleção de Mercados

A seleção de um mercado alvo é uma decisão que deve passar por dois momentos. Segundo Lemaire (1997), o primeiro momento passa pela seleção de mercados potenciais onde serão incluídos um leque de mercados que se destacam aquando de uma análise externa da empresa, e posteriormente a seleção dos mercados finais a alcançar, que são escolhidos após um processo de triagem de acordo com critérios específicos para cada empresa. A escolha do mercado para onde a empresa se irá internacionalizar deverá ser baseada na avaliação do lucro potencial, no longo prazo (Hill, 2011) sendo por isso necessário que os objetivos da seleção do destino passem pela redução dos custos de adaptação e pela redução do risco que se associa à presença da empresa num país estrangeiro (Tavares, 1996).

Para uma melhor monitorização de um mercado-alvo, as organizações devem dispor de informações relevantes sobre o seu campo de atuação, o seu negócio, a sua concorrência e especialmente os seus clientes. O processo de pesquisa consiste na definição dos objetivos de pesquisa, desenvolvimento do plano de pesquisa, recolha de informações, análise das informações e apresentação dos resultados ao mentor. Ao realizarem a Pesquisa, as organizações devem decidir se devem recolher os dados ou usar dados já disponíveis (IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, 2018).

Assim, o objetivo da Pesquisa de Mercado na Boom IT era reunir informação acerca de cada um dos 9 países anteriormente mencionados na tabela 4, para assim desenvolver um plano de internacionalização. Fazendo uso da internet e do telemóvel da empresa, a estagiária deveria ser capaz de pesquisar, selecionar e recolher informação no mercado Romeno. As atividades realizadas pela estagiária incluíam:

1. Apurar o valor dos salários recebidos na área da Tecnologia da Informação – A estagiária deveria compilar numa folha de Excel a informação recolhida, tendo em conta a função desempenhada (programador, investigador, gestor de projeto, entre outros); a experiência de trabalho e a localização do posto de trabalho.
2. Estudar os *rankings* das melhores Universidades na área da Tecnologia da Informação – através da consulta dos *websites* das universidades a estagiária teria que obter informação sobre quais as universidades que ofereciam formação na área da Tecnologia da Informação. Depois de concluída esta etapa, a estagiária deveria procurar saber qual a universidade melhor posicionada nos rankings da Roménia. Para isso a mesma deveria fazer pesquisa no *Google* e fazendo uso desta ferramenta, deveria ser capaz de encontrar artigos e fóruns *online* relacionados com o tema.
3. Verificar o número de pessoas formadas em Tecnologia da Informação – A estagiária deveria procurar saber o número de formados nesta área, utilizando as estatísticas disponíveis por entidades romenas e consultando *websites* de empresas especializadas em estudos do mercado tecnológico.

4. Estudar as empresas empregadoras na área da Tecnologia da Informação – para esta tarefa, a estagiária deveria considerar os *rankings* das empresas com melhor reputação na área. Para além disso, a estagiária deveria ter em conta o número de empregados atual e os planos de contratação para o futuro. No final deveria elaborar uma lista com as 50 melhores empresas do país. Para obter a informação necessária, a estagiária deveria consultar artigos de jornais na *internet* e os *web sites* das empresas da área.

5. Investigar sobre a localização das empresas na área da Tecnologia da Informação – Esta atividade consistia em aceder aos *websites* de cada uma das empresas listadas na tarefa anterior e identificar a localização da sua sede, fazendo uso do motor de busca *Google*. Através dos *websites* das empresas, a estagiária deveria procurar saber sobre a existência de filiais, pois importava especialmente saber se as referidas empresas possuíam um escritório na República Checa. A proximidade de uma filial poderia facilitar o contacto com um potencial consumidor do serviço prestado pela empresa.

6. Explorar as redes sociais e plataformas utilizadas pelos indivíduos da área das Tecnologias da Informação (TI) – A estagiária, nesta tarefa, deveria procurar uma forma de contacto com potenciais clientes. Poderia utilizar as ferramentas do *Linked In*, mas deveria também identificar outras redes sociais e fóruns utilizados na Roménia, como por exemplo os *web sites*: *ejobs.com*; *myjob.ro*, *bizoo.ro*, *resumark.com* e o conhecido fórum na área das TI: *Stack Over Flow*.

7. Investigar acerca dos operadores móveis utilizados no país – A estagiária identificou as operadoras de redes móveis na Roménia e os respetivos pacotes oferecidos. Os pacotes móveis podem ser pré-pagos ou pós-pagos e incluir ou não chamadas ilimitadas, com ou sem *roaming* ativo. À Boom IT interessava apenas os pacotes pré-pagos com chamadas ilimitadas e *roaming* ativo. Nestas condições, o preço oferecido pelas três principais operadoras móveis (*T-Mobile*, *Orange* e

Vodafone) é igual, podendo a empresa optar pela operadora com a qual sente mais afinidade ou escolher aleatoriamente.

Aquando da realização das tarefas, era importante fazer uma boa gestão de tempo, uma vez que a entrega dos resultados deveria ser feita de acordo com a calendarização. As datas de limite de entrega de resultados eram estabelecidas pelo mentor da estagiária, assim que este lhe sugeria a realização de uma atividade. Regra geral, a estagiária dispunha de 3 a 5 dias para concluir cada tarefa. Os resultados da pesquisa deveriam ser apresentados no modelo de relatório utilizado pela empresa (Anexo 2) e enviados por *email* para a chefe de departamento. Em cada um dos relatórios enviados, a estagiária deveria apresentar o tema e o objetivo de cada relatório e de seguida apresentar de forma ordenada e organizada os resultados obtidos. O documento deveria ser finalizado com uma conclusão onde a estagiária deveria incluir uma análise e avaliação crítica com as suas sugestões acerca dos temas em questão.

3.2.3 Desenvolvimento de Técnicas de Trabalho em Base de Dados

Ao longo do período de estágio surgiu a oportunidade para a estagiária desenvolver técnicas de trabalho em base de dados.

Quando se fala de base de dados, é importante distinguir os conceitos de “base” e “dados”. Os dados são os elementos isolados, significativos, rigorosos e relevantes. São os factos do mundo real. Podem ser vistos como a matéria-prima necessária para um determinado processamento. A informação é o conjunto de dados, organizados e sujeitos a um tratamento, tornando assim possível a sua utilização num determinado contexto. Os dados não têm qualquer valor e só se transformam em informação quando relacionados, ou interpretados, de alguma forma (Antão, Fernandes, Couto, Almeida, & Antão, 2005).

De modo a receber, armazenar, processar e apresentar a informação de uma forma conveniente, foram criados os sistemas de informação. O armazenamento de informação por sua vez recorre à estrutura de Bases de Dados. A gestão e o processamento dessa informação

são efetuados mediante um Sistema de Gestão de Dados (S.G.B.D), isto é, uma coleção de ficheiros de dados inter-relacionados e um conjunto de programas ou rotinas que permitem aos utilizadores o acesso à informação assim armazenada, bem como a sua alteração quando necessário.(ISEP, 2017).

A estagiária começou por trabalhar numa base de dados em Excel, que continha informações pessoais, como nome, morada e contactos telefónicos, sobre clientes e potenciais clientes. À estagiária competia-lhe seleccionar apenas os clientes-alvo da empresa, isto é, os clientes que possuíam conhecimentos em determinadas linguagens de programação, como é o caso da linguagem C, C++, C#, Java, Java Script e Phyton.

Ao longo do tempo, aceder à informação na folha de Excel tornou-se um processo lento e difícil pelo que a empresa decidiu transferir os dados para um S.G.B.D. chamado de *ITems Database* (ITDB). O ITDB é uma ferramenta de gestão de dados *online* utilizada para armazenar informações sobre diversos ativos da empresa.

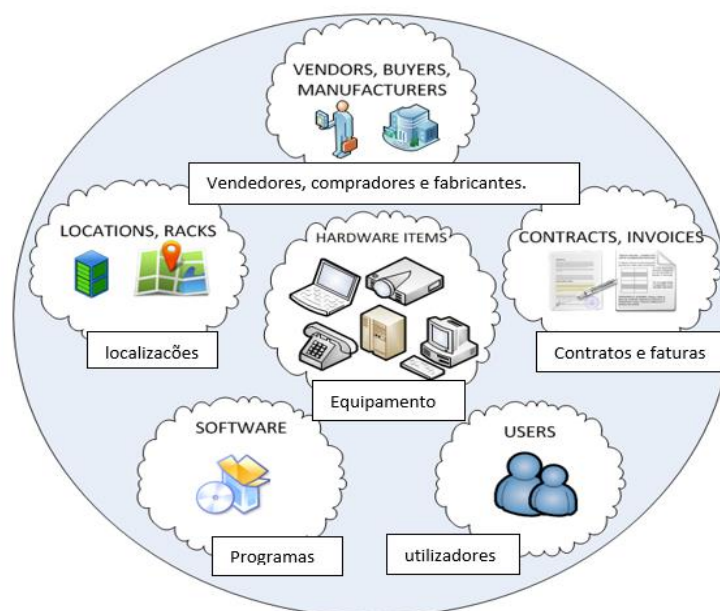


Figura 6: Funcionalidades da Base de Dados ITDB

Fonte: <http://www.sivann.gr/software/itdb/> (adaptado)

Como se pode observar na figura 6, o ITDB armazena informações sobre os vendedores, compradores e fabricantes; localizações e rotas, contratos e faturas; programas da empresa; utilizadores e equipamento da empresa. Este SGBD permite que o utilizador aceda à informação organizada de forma rápida e prática.

Apesar das várias funcionalidades do ITDB, a estagiária trabalhou apenas com a parte dedicada aos clientes, exercendo a mesma função anterior: selecionar os clientes-alvo da empresa. A figura 7 serve apenas para mostrar como se apresenta o SGBD ITDB, por uma questão de proteção de dados pessoais, não é possível exibir a parte do programa dedicada aos clientes, por isso a estagiária optou por selecionar uma imagem genérica do próprio ITDB.

ID	Manufacturer	Title	Version	Purchase Date	Maint. End	License Info	Other Info	Tags	QTY	Vendor	Invoice	Installed on
10	MICROSOFT	Office Professional	2003	27/12/2005		Lic.No:40016445			14/18		33	1: (99) QUEST FULL TOWER ANAKIN 2: (17) ACER TRAVELMATE 8215 LAPANTZOYLIDIS 3: (69) ACER
11	MICROSOFT	Project Professional	2007	27/04/2009		Lic.No:45346801			4/4		19	1: (85) DELL OptiPlex 960MT BOLANISNEW 2: (73) DELL precision m4400 LAPTSALLAS 1: (73) DELL precision m4400 LAPTSALLAS
12	MICROSOFT	Visio® Professional	2003	27/12/2005		6+5 LAPTOPS Lic.No:40016445			9/12		33	2: (72) DELL VOSTRO 1310 VOSTRO DELL 3: (70) ACER
15	MICROSOFT	Windows Server Enterprise	2003	27/12/2005		Lic.No:40016445			2/2		30	1: (59) DELL PowerEdge 1600SC 2: (31) QUEST Intel SE7520AF20 ad2
16	MICROSOFT	Windows Server CAL	2003	27/12/2005		Lic.No:40016445			0/25		33	
18	MICROSOFT	XP PRO (GR-ENG)		09/02/2006					10/15		30	1: (67) DELL Precision WorkStation T7400 DIGIRAPIDS-eoa 2: (1) QUEST full tower KYRZOPOLU

Figura 7: Sistema de Gestão de Base de Dados ITDB

Fonte: <http://www.sivann.gr/software/itdb/>

3.2.4 Desenvolvimento de Estratégias para Obtenção de Clientes e Contacto com os Mesmos

Como esclarecido anteriormente, a empresa Boom IT possui dois tipos de clientes: O cliente-empresa, o qual solicitará o serviço de seleção e recrutamento da Boom IT, com vista a recrutar um novo colaborador para a sua equipa; e o cliente- individual que procura a Boom IT para encontrar uma nova oportunidade de trabalho. Este capítulo foca as estratégias desenvolvidas para obtenção de clientes-individuais.

No processo de captação de clientes é importante definir uma estratégia para a captação do interesse do potencial cliente. Assim, à estagiária coube a função de criar uma mensagem de apresentação da empresa, capaz de provocar o desejo de registo do indivíduo na plataforma *online* da empresa. Esta mensagem deveria conter obrigatoriamente as palavras “inovador(a)” ou “revolucionário(a),” fácil inscrição” e “sem custo”. Para além disso a mensagem deveria ser curta e clara.

Depois de concluída esta etapa, a estagiária deveria contactar potenciais clientes através da rede social *Linked In*, fazendo uso das ferramentas de que esta dispõe, isto é, fazendo pesquisas avançadas, introduzindo a localização e a área de formação desejada. A partir daí, deveria seguir o mesmo critério que seguira na atividade anteriormente descrita: procurar por indivíduos com pelo menos cinco anos de experiência e conhecimento em C, C++, C#, *Java*, *Java Script* e *Python*.

Todos os dias, a estagiária reportava o número de indivíduos contactados e introduzia as informações dos novos utilizadores no programa ITDB.

3.3 Funções Desenvolvidas no Departamento de Gestão de Recursos Humanos

3.3.1 Nota Introdutória

Na segunda metade do estágio, a estagiária teve a possibilidade de integrar o Departamento de Gestão de Recursos Humanos (GRH).

O contexto (envolvente) de mudança acelerada leva as empresas a responderem com enorme agilidade às alterações do meio. Estas respostas implicam Recursos Humanos preparados para atuar neste meio de turbulência. À Gestão de Recursos Humanos deparam-se novos desafios, onde para além da globalização da economia, terá que gerir os novos modelos da relação do trabalho e funcionar como um elemento dinamizador do desenvolvimento organizacional e de apetência e gestão da mudança nas organizações. Também terá que ser capaz de gerir um quase paradoxo: grande flexibilidade dos Recursos Humanos, de forma a possibilitar à empresa responder com eficácia à mudança da envolvente; forte identidade que permite a ancoragem dos Recursos Humanos ao projeto da empresa e a manifestação de padrões de comportamento que os diferenciam de outras organizações e os mantêm unidos, o que constitui a cultura de empresa. (Câmara, Guerra, & Rodrigues, 2001)

O Departamento de Gestão Recursos Humanos da empresa Boom IT tem várias funções, entre elas estão:

- Planeamento: um planeamento correto deve envolver todas as pessoas da organização, de modo a que cada uma delas perceba o seu papel na organização. Aquando do planeamento, devem ser identificadas as necessidades de Recursos Humanos.
- Recrutamento e Seleção: deve envolver uma análise interna dos Recursos Humanos (RH). A empresa deve avançar para o recrutamento externo caso o capital humano não seja suficiente ou não tenha as competências desejadas para suprir as necessidades da empresa.

- Avaliação e Controlo: por último, é necessário proceder à apreciação da atuação dos RH, através de uma avaliação de desempenho. Esta avaliação consiste em comparar as tarefas desempenhadas pelos colaboradores com as funções inicialmente atribuídas. Durante a avaliação de desempenho, as dúvidas e problemas dos colaboradores devem ser ouvidos. No final, devem ser feitas as alterações e melhorias necessárias, de modo a que a empresa fique mais próxima de atingir os seus objetivos.

As atividades desenvolvidas pela estagiária na Boom IT tiveram foco na Seleção e Recrutamento de Candidatos a Estágio e Emprego.

3.3.2 Recrutamento e Seleção de Candidatos

O recrutamento e a seleção de candidatos são tratados como processos distintos, no entanto eles estão intrinsecamente interligados e, assim, influenciam-se um ao outro. É importante perceber que o recrutamento antecede habitualmente a seleção e corresponde ao processo de atração e recolha de candidatos aos lugares que se pretende preencher. Após a reunião das candidaturas, procede-se à seleção do melhor candidato. (Lisboa, Coelho, Coelho, & Almeida, 2011).

A identificação da necessidade de recrutar é muito importante, na medida em que a admissão de um novo colaborador não deve ser motivada por uma necessidade imediata, mas sim, surgir de um planeamento estratégico, para evitar perda de recursos e obstáculos na conquista dos objetivos traçados.

Os processos de recrutamento e seleção podem ser operacionalizados de várias maneiras, ou seja, de acordo com os objetivos da empresa, as possibilidades financeiras da organização, o meio em que esta se insere e o tipo de função ou carreira a preencher (Cunha, Marques, Gomes, Cabral-Cardoso, & Cunha, 2015) . O recrutamento pode ser interno, externo ou misto, apresentando cada um destes vantagens e desvantagens. Na figura 8 está apresentado, de forma sistemática, o processo de recrutamento e seleção de estagiários na empresa Boom IT.

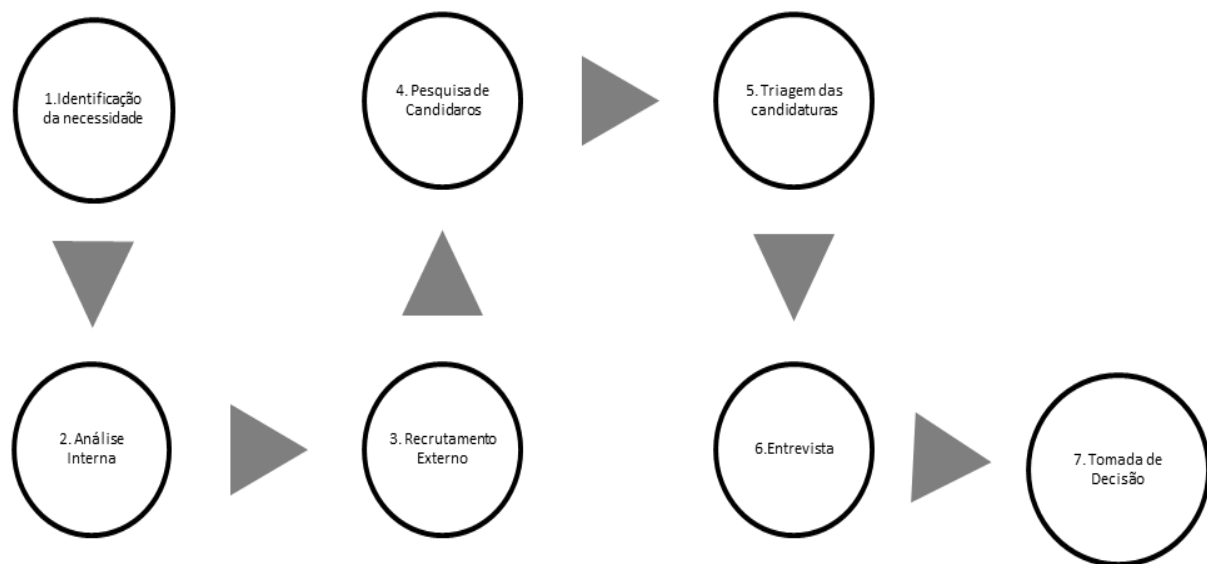


Figura 8: Processo de Recrutamento e Seleção de Estagiários

Fonte: Elaboração própria

O processo de recrutamento e seleção na empresa Boom IT partiu da identificação, por parte da gestora de departamento, da necessidade de mais 2 colaboradores no Departamento de Desenvolvimento de Negócios, correspondente à fase 1 da Figura 8. O primeiro colaborador integraria o referido Departamento como estagiário e o segundo como trabalhador em regime de contrato a tempo inteiro.

Na segunda fase do processo de recrutamento e seleção de candidatos a estágio (Figura 8) foram analisadas as tarefas necessárias e o número de recursos humanos de que a empresa dispunha e entendeu-se que o recrutamento deveria ser feito externamente. Posteriormente, a gestora de departamento delegou na estagiária 4 tarefas distintas.

A primeira tarefa, que corresponde à 3ª fase do processo de recrutamento e seleção de candidatos a estágio, consistia em procurar profissionais para as vagas de estágio

curricular/profissional para a função de Especialista de Desenvolvimento de Negócio. A segunda, a terceira e a quarta tarefas estão representadas na figura 8 como 5ª, 6ª e 7ª fases, e dizem respeito à triagem das candidaturas, entrevista aos candidatos e participação na tomada de decisão.

A estagiária deveria procurar também por profissionais para a vaga de Especialista de Desenvolvimento de Negócios, na modalidade de contrato a tempo inteiro. No entanto, todas as candidaturas recebidas deveriam ser enviadas diretamente para a gestora de departamento, uma vez que o processo de seleção é mais rigoroso do que o anterior, implicando a realização de testes para apuramento das aptidões profissionais e emocionais do candidato (fase 7) e a realização de mais do que uma entrevista (fases 6 e 8), conforme sugere a figura 9.

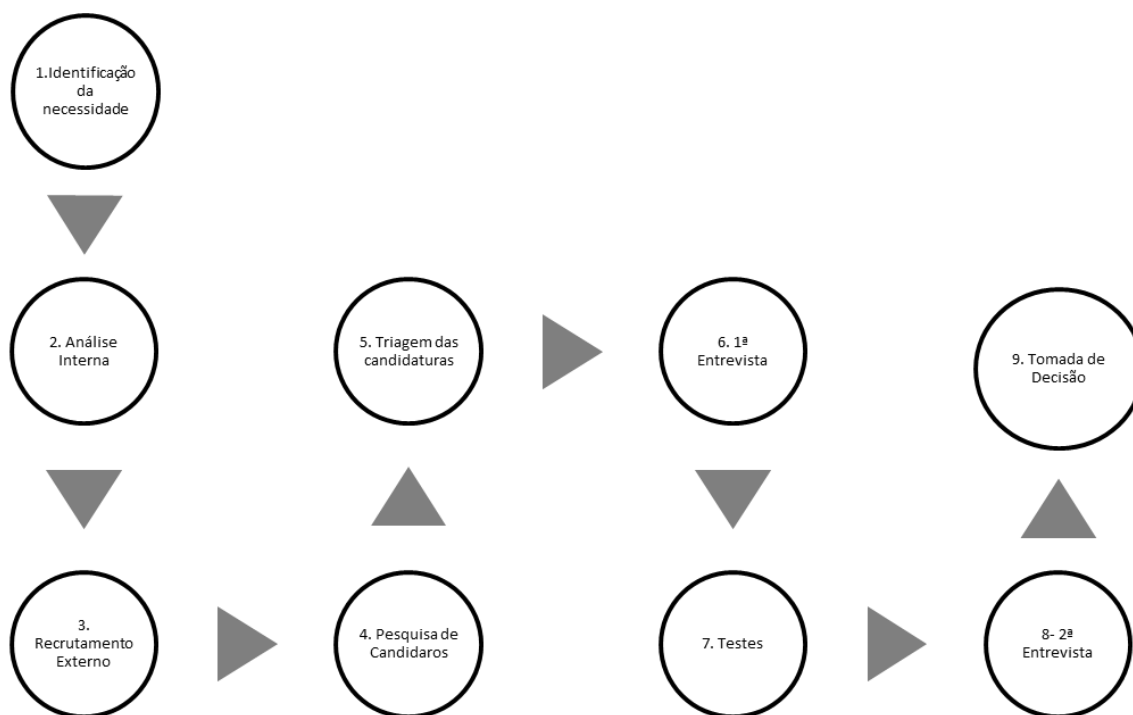


Figura 9: Processo de Seleção e Recrutamento de Colaboradores em Regime de Contrato a Tempo Inteiro

Fonte: Elaboração própria

Os pontos que se seguem descrevem as atividades realizadas pela estagiária aquando do Recrutamento e Seleção de candidatos às ofertas da empresa Boom IT.

3.3.2.1 Recrutamento de Candidatos

O processo de recrutamento visa encontrar, no mercado de trabalho, os profissionais que mais se adequam ao perfil requerido pela vaga a ser preenchida na equipa da empresa. O recrutamento consiste num conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. (Sousa, 2006).

Assim, depois de tomada a decisão de contratar externamente, é necessário dar início ao processo de recrutamento de colaboradores, começando por pesquisar candidatos.

Pesquisa de Candidatos

A descrição das funções do cargo a que os profissionais se candidatam deve estar o mais próximo possível da realidade para diminuir o risco de insatisfação no momento de integração. Assim, estabeleceu-se no departamento de recursos humanos (RH) que os interessados nas ofertas deveriam:

- Ser fluentes em Holandês e Inglês – Nível C1 ou C2, em todos os parâmetros do “Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas” (Anexo 3).
- Ter formação na área da Economia, Gestão, Gestão Comercial ou Gestão de Empresa;
- Ser otimistas, resilientes e pró-ativos;
- Ter espírito empreendedor.

O não cumprimento de qualquer um dos requisitos acima mencionados seria fator eliminatório. Aqueles que, para além das já mencionadas capacidades, possuísem ainda carta de condução do tipo B e/ou fossem fluentes em Alemão, teriam preferência face aos

restantes. Aos candidatos a trabalho em regime contratual solicitava-se ainda que os mesmos possuíssem experiência no sector dos negócios.

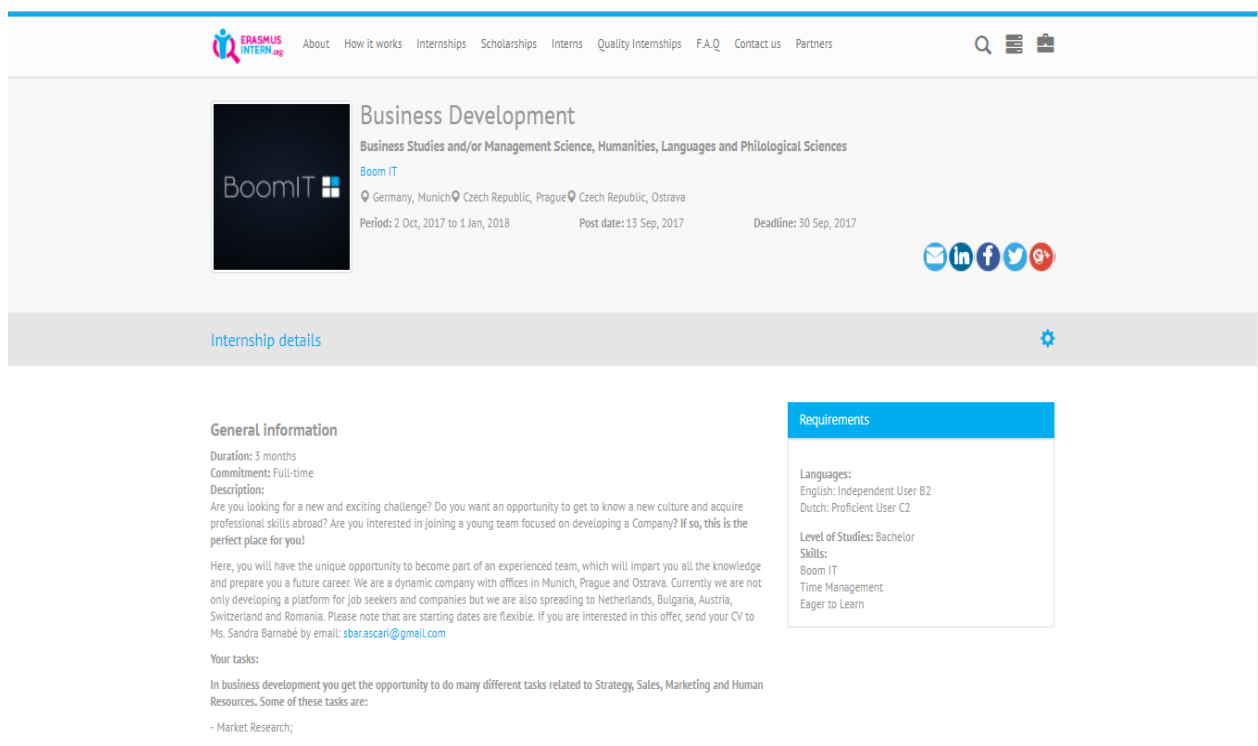
Após a descrição da função, é necessário escolher a fonte de recrutamento. Sousa (2006) apresenta 9 fontes de recrutamento, nomeadamente:

- a) recrutamento académico - as empresas deslocam-se às escolas para recrutar candidatos com elevado potencial.
- b) centros de emprego - as empresas encontram um vasto leque de candidatos para o cargo ou até as pessoas procurarem emprego na sua área.
- c) empresas especializadas - estas podem, por solicitação da organização contratante, seleccionar um painel de candidatos e ajudar a empresa no momento da seleção. Esta fonte de recrutamento tem como vantagem o facto de retirar de dentro da organização a necessidade de elaborar um processo de recrutamento e ter ajuda de uma empresa com competências específicas neste tipo de processo.
- d) *head-hunting* - as empresas escolhem um indivíduo específico, que pelas suas capacidades, capta a atenção das empresas, fazendo com que estas mobilizam todos os meios para conseguir atraí-lo.
- e) anúncios - as empresas publicitam as suas ofertas junto dos meios que julgam ser mais eficazes. Os Jornais e as redes sociais são exemplos desta fonte de recrutamento.
- f) candidaturas espontâneas - os profissionais enviam os seus currículos sem o anúncio prévio de uma vaga na empresa, estes currículos são armazenados e em caso de necessidade, a empresa pode facilmente consultá-los.
- g) processos de recrutamento e seleção anteriores - as empresas consultam os arquivos de processos anteriores.
- h) informal – Esta fonte aproveita de uma forma eficiente, a rede de contactos disponíveis pela organização.

i) feiras de emprego – Locais onde se juntam várias empresas com vista a recrutar talentos.

Um dos importantes fatores a ter em consideração na escolha da fonte de recrutamento é o custo. Assim, na empresa Boom IT optou-se principalmente por utilizar uma organização especializada, a *Erasmus Intern*. Esta organização dispõe de uma plataforma *online* onde é possível as empresas consultarem o perfil de todos os indivíduos registados. Alguns destes usuários expõem o seu currículo, permitindo que as empresas os contactem quer via *email*, quer via telefónica. Utilizando as ferramentas de pesquisa avançada é ainda possível pesquisar os candidatos por país de residência, língua falada ou áreas de interesse/formação. Para além desta função, o *site* permite também publicar anúncios de oferta de estágio e emprego, aos quais os utilizadores podem responder diretamente, permitindo simultaneamente que a empresa sugira o estágio/emprego ao utilizador e que o próprio utilizador se candidate à oferta.

A figura 10 ilustra um dos anúncios de oferta de estágio para a função de Especialista de Negócios, publicados pela estagiária no *website* da organização *Erasmus Intern*. No anúncio constam: as datas da vaga e data limite para candidatura, a localização dos escritórios e a informação geral da empresa, as tarefas específicas e os requisitos necessários para a função.



The screenshot shows the Erasmus Intern website interface. At the top, there is a navigation menu with links: About, How it works, Internships, Scholarships, Interns, Quality Internships, F.A.Q, Contact us, Partners. A search icon and a menu icon are also present. The main content area features a job listing for 'Business Development' at 'Boom IT'. The listing includes the following details:

- Business Development**
Business Studies and/or Management Science, Humanities, Languages and Philological Sciences
- Boom IT**
- Locations: Germany, Munich; Czech Republic, Prague; Czech Republic, Ostrava
- Period: 2 Oct, 2017 to 1 Jan, 2018
- Post date: 13 Sep, 2017
- Deadline: 30 Sep, 2017

Below the listing, there are social media icons for Email, LinkedIn, Facebook, Twitter, and Google+. A 'General information' section provides further details:

- General information**
- Duration: 3 months
- Commitment: Full-time
- Description: Are you looking for a new and exciting challenge? Do you want an opportunity to get to know a new culture and acquire professional skills abroad? Are you interested in joining a young team focused on developing a Company? If so, this is the perfect place for you!
- Here, you will have the unique opportunity to become part of an experienced team, which will impart you all the knowledge and prepare you a future career. We are a dynamic company with offices in Munich, Prague and Ostrava. Currently we are not only developing a platform for job seekers and companies but we are also spreading to Netherlands, Bulgaria, Austria, Switzerland and Romania. Please note that starting dates are flexible. If you are interested in this offer, send your CV to Ms. Sandra Barnabé by email: sbarascari@gmail.com
- Your tasks: In business development you get the opportunity to do many different tasks related to Strategy, Sales, Marketing and Human Resources. Some of these tasks are:
 - Market Research;

A 'Requirements' section is also visible:

- Requirements**
- Languages:
 - English: Independent User B2
 - Dutch: Proficient User C2
- Level of Studies: Bachelor
- Skills:
 - Boom IT
 - Time Management
 - Eager to Learn

Figura 10: Recrutamento Especializado: Erasmus Intern

Fonte: <https://erasmusintern.org/traineeship/business-development-36>

A estagiária propôs ainda à gestão do departamento de RH que se fizesse um recrutamento académico, apostando nas instituições de ensino superior da Holanda e Bélgica, com oferta formativa nas áreas de interesse para a empresa. Depois de aceite a proposta, a estagiária elaborou uma lista de instituições e criou uma carta de apresentação, onde estava explícito um pedido de colaboração entre a instituição em causa e a Boom IT (Anexo 4).

Alternativamente aos dois métodos anteriormente descritos, a empresa optou por publicar anúncios com as ofertas de estágio e emprego nas redes sociais *Facebook* e *Linked In*. Este método tem a particularidade de exigir a criação de *posters* e mensagens especialmente apelativas para captar a atenção dos utilizadores, levando-os a ler a informação e a candidatar-se ao posto de trabalho.

3.3.2.2 Seleção de Candidatos

A fase da seleção dá seguimento à de recrutamento e começa com a árdua tarefa de reduzir um elevado número de candidatos a um número razoável (triagem de candidatos), que serão posteriormente entrevistados e dos quais deverá sair o melhor candidato para ocupar a vaga.

A seleção é um processo através do qual as organizações escolhem as pessoas mais adequadas ao exercício de funções específicas, depois de recrutadas/atraídas. A escolha deve basear-se em critérios de ética e justiça, e considerar a articulação das necessidades organizacionais com as dos candidatos (Cunha, Marques, Gomes, Cabral-Cardoso, & Cunha, 2015).

Assim, para uma correta seleção de candidatos, a estagiária começou por fazer uma triagem de candidatos, seguindo-se as entrevistas e concluindo com a sua participação na tomada de decisão.

A- Triagem de Candidatos

A seleção começa pela análise das candidaturas recebidas, que podem ser apresentados em formato de *Curriculum Vitae* (CV), em carta de apresentação, ou como muitas vezes acontece, nos dois formatos. São ainda recebidas as candidaturas da plataforma *Erasmus Intern*.

As candidaturas recebidas são registadas num documento de Excel, onde constam os nomes, os contactos, a forma de conhecimento da oferta, a pessoa responsável pelo processo e a data de recebimento. Caso a candidatura seja relevante para a empresa, é também neste documento que se indica a hora e o dia da entrevista (Figura 11).

Para uma fácil identificação dos candidatos relevantes e dos não relevantes, faz-se uso das cores, sendo que o verde representa candidatos relevantes e o vermelho candidatos excluídos. O amarelo representa a indecisão, que pode ser provocada pela falta de dados suficientes.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Lara Wiekens	Name	Method	Link	Email address	Who?	Contacted + when	Updated
77		Sofie Ceulemens	Suggested			Sandra	18.08.2017	
78		Michelle Verbruggen	Suggested and email			Sandra	18.08.2017	
79		Tonine Luken	Suggested and email			Sandra	18.08.2017	
80		Hannes Dockx	Emailed			Sandra	18.08.2017	
81		Bert Ardies	Suggested			Sandra	18.08.2017	
82		Dries Van den Bergh	Emailed			Sandra	18.08.2017	18.08.2017 P
83		Ewoud Clercx	Emailed			Sandra	18.08.2017	
84		sabri çetin	Facebook message			Sandra	18.07.2017	he contacted but he doesn't s
85		Huseyin Aydin	Facebook post			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
86		Enrico matrigini	Facebook post			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
87		Merve Gulsum Varal	Applied on Erasmus			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
88		Kamolini Chakrabarty	Applied on Erasmus			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
89		Nikoloz Tchurghulla	Applied on Erasmus			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
90		Mohamed Hijazi	Facebook post			Sandra	21.08.2017	rejected - no dutch
91		Valeria Balkenyi	indeed			co Sandra	21.08.2017	13.09.2017 P
92		Sander Govaerts	Suggested			Sandra	23.08.2017	
93		Celine De Geest	Suggested			Sandra	23.08.2017	
94		Anne de Groot	Suggested			Sandra	23.08.2017	
95		Sabine Lammers	Suggested			Sandra	24.08.2017	
96		Fatjona Cikaj	Suggested			Sandra	24.08.2017	
97		Richard van Hoff	Suggested			Sandra	24.08.2017	

Figura 11: Seleção de Estagiários

Fonte: Documento fornecido pela empresa Boom IT

Uma primeira confrontação das características apresentadas nas candidaturas, com as exigências da função (competências linguísticas, formação, experiência) conduz a uma eliminação de grande parte das respostas. Devido ao facto de a empresa ser tão recente e por isso não ser ainda conhecida no mercado, há alguma falta de interesse por parte dos profissionais da área da TI em responder a um anúncio. Identificado este problema, a empresa optou por abordar os candidatos através dos *emails* disponibilizados no *web site* da organização especializada *Erasmus Intern*. Este tipo de abordagem implica uma pré-triagem, uma vez que os perfis e currículos são analisados antes do envio da *email*. A grande desvantagem deste método é o número de horas que leva para que o processo de recrutamento seja concluído, no entanto quando o candidato recebe o *email* e aceita a proposta deixa de ser necessária uma avaliação das suas competências, podendo o processo avançar diretamente para a etapa das entrevistas.

B- Entrevista aos Candidatos

Após o estudo do CV, os candidatos podem ser convocados para uma entrevista. Esta fase da seleção é o meio de avaliação mais conhecido universalmente e permite avaliar algumas competências, testar o raciocínio dos candidatos quanto à resolução de problemas, fazer alguns esclarecimentos quanto ao CV, avaliar as posições do candidato face a questões críticas do negócio e da função, informar o candidato sobre a função, organização, as perspectivas de carreira e as possibilidades de desenvolvimento, preservar a imagem organizacional da empresa e permitir que o candidato dê o máximo de informações sobre o seu passado profissional e as suas aspirações para o futuro. É a ocasião que o candidato tem para defender os seus pontos de vista e as suas experiências com argumentos convincentes (Sousa, 2006).

Para que a entrevista contribua de forma positiva para o processo de seleção, recolhendo assim os dados pertinentes, é necessário que a pessoa responsável pela entrevista se prepare convenientemente. Regra geral a entrevista deve incluir três fases: o acolhimento do candidato, a procura da informação e a apresentação da vaga disponível e da própria empresa.

Na primeira fase da entrevista é necessário pôr o candidato à vontade, numa situação tranquila e agradável. Com a segunda fase pretende-se recolher o máximo de informações em que as mais pertinentes são os dados biográficos que permitem confirmar, aprofundar ou atualizar os dados pessoais que constem no CV; a formação escolar e profissional para saber o tipo de formação que o candidato possui e que motivação teve para frequentar essa formação; a experiência profissional para conhecer as funções desempenhadas até à data, que aprendizagem fez com cada uma delas, como organizava o seu trabalho, quais os aspetos positivos e negativos, se mudou ou não de emprego e quais as razões da mudança; as motivações que pretende identificar os motivos da satisfação profissional e as razões de candidatura aquela função e organização e as atividades externas ao trabalho que permite que tenhamos uma ideia sobre a maneira de ser do candidato e o facto de ele ter *hobbies* pode dar um sinal relevante sobre o perfil do candidato. A última fase da entrevista só se realiza caso o entrevistador perceba que o candidato corresponde aos critérios que a empresa procura para

o posto de trabalho disponível. Caso aconteça, o processo de recrutamento prossegue com outras entrevistas com os dirigentes da empresa ou um exame psicológico (Sousa, 2006).

As entrevistas podem ser feitas individualmente, em grupo ou em contexto social, dependendo daquilo que se pretende apurar nelas. No caso da Boom IT, os candidatos a estágio têm apenas uma entrevista individual feita via *skype*, ao passo que os candidatos a emprego em regime de contrato a tempo inteiro passam por duas entrevistas. Uma primeira de carácter geral, que pretende apurar a veracidade das informações do currículo e conhecer a forma de estar e de reagir do entrevistado, em contexto de entrevista, e uma segunda, que precede a realização dos testes e que só se realiza caso o candidato os tenha concluído com sucesso. Nesta última são feitas questões mais específicas, algumas de carácter técnico-profissional outras de cariz pessoal no sentido de perceber se as aspirações do candidato coincidem com as expectativas da empresa.

Como referido anteriormente, a estagiária ficou com a responsabilidade de fazer as entrevistas dos candidatos a estágio curricular ou profissional na empresa. A empresa dispõe de uma “Guião para as Entrevistas” (Anexo 5), onde constam as várias questões que o entrevistador deve colocar ao entrevistado. Estas questões são de cariz pessoal e profissional e servem para confirmar a informação fornecida no CV, aferir as aptidões do candidato e conhecer os traços gerais da sua personalidade.

C- Decisão

Depois de cada uma das entrevistas realizadas, a estagiária deveria, impreterivelmente, preencher o relatório modelo criado para o efeito (Anexo 6). Nele deveria estar contida toda a informação retida no decorrer da entrevista, começando pelos dados gerais do candidato, passando para a formação académica e profissional e seguindo para as suas competências linguísticas e sociais. No final, o relatório deveria ser concluído com uma breve apreciação relativa ao comportamento do indivíduo durante toda a entrevista e uma análise e avaliação da adequação do candidato à função disponível. Em todos os relatórios era obrigatório estar indicado a data a partir do qual o candidato estaria disponível para iniciar funções, a

localização do escritório onde preferia ficar e a indicação da possibilidade de concorrer a bolsa do programa *Erasmus+*.

Para além deste relatório, era também exigido que semanalmente fosse entregue um relatório com o número de indivíduos contactados, o número de respostas positivas e negativas aos anúncios, o número de candidaturas rejeitadas e o número de entrevistas realizadas. Neste relatório deveria constar também a ordem sequencial dos melhores candidatos, resultado de uma sobreposição das características e capacidades dos candidatos com os requisitos da empresa, sendo que a posição mais alta deveria ser ocupada pelo candidato com a maior coincidência entre ambos. Para além disso, deveria ainda ser incluído neste relatório a descrição dos problemas encontrados e o plano de recrutamento individual para a semana seguinte (Anexo 7).

A decisão sobre o recrutamento ou não de cada um dos candidatos é da responsabilidade do Diretor da empresa, no entanto as indicações dadas nos relatórios são a principal fonte de informação para a tomada de decisão. Assim, é de extrema importância que a informação constante no relatório seja o mais completa e fidedigna possível.

CONCLUSÃO

A realização do estágio curricular integrado na Licenciatura em Gestão foi o primeiro contacto da estagiária com o mercado de trabalho, tornando-se numa mais-valia.

Como estagiária foi possível colocar em prática conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e adquirir novos conhecimentos na área do negócio como um todo, desde a sua criação ao seu desenvolvimento.

O plano de estágio foi cumprido na sua totalidade. A escolha de um estágio realizado no estrangeiro associado às áreas de trabalho desenvolvidas, tornou esta experiência muito enriquecedora, quer no sentido profissional quer no sentido pessoal, permitindo à estagiária adquirir ferramentas essenciais para o futuro.

No mundo do trabalho é fundamental aceitar mudanças, ouvir críticas e estar disponível para todos os desafios. Num ambiente internacional, como o vivido pela estagiária, é possível absorver o conhecimento de pessoas com culturas e modos de pensar diferentes, promovendo a abertura de horizontes e o aumento de tolerância e compreensão face ao outro. A confiança traduzida na autonomia que foi dada à estagiária mostrou-se, a princípio um grande desafio com uma grande responsabilidade, mas no fim permitiu que estagiária elevasse a confiança no seu trabalho e aprendesse a encontrar soluções para qualquer problema que surgisse.

As dificuldades encontradas estiveram muitas vezes ligadas a alguns problemas de comunicação, por parte da gestão com os estagiários. Este problema resultou da diferença linguística, porque embora a língua usada para a comunicação na empresa fosse o Inglês, nenhum dos colaboradores da empresa tinha esta língua como a sua língua materna. O problema foi sendo contornado, optando por comunicar por escrita, em vez de via oral.

Ao longo do estágio, a estagiária procurou ser pontual, assídua e desempenhar todas as atividades com a maior dedicação, dinamismo e profissionalismo, tentando contribuir para o desenvolvimento da empresa e consequentemente cumprir os objetivos definidos pela Boom IT.

O Estágio curricular terminou no dia três de outubro de dois mil e dezassete, após quatrocentas horas ao serviço da empresa. Nesta empresa, a estagiária teve a possibilidade de se integrar numa organização, viver e aprender o que estava ao seu alcance e desenvolver o seu lado empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E. (. (12 de 6 de 2017). *Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E. (AICEP)*. Obtido de <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/SobreMercadosExternos/Documents/Perfil/95.pdf>

Antão, A., Fernandes, E., Couto, H., Almeida, H., & Antão, R. (2005). *TIC10 Parte 2*. Lisboa: Areal Editores.

Batista, P. (2017). *Estudo Prático*. Obtido em 24 de 11 de 2017, de <https://www.estudopratico.com.br/significado-da-bandeira-da-republica-tcheca/>

Boom IT. (1 de Novembro de 2017). Obtido de <https://www.boomit.cz/>

Câmara, P. B., Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2001). *Humantor - Recursos Humanos & Sucesso Empresarial*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Cunha, M. P., Marques, C. A., Gomes, J. F., Cabral-Cardoso, C., & Cunha, A. R. (2015). Em *Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano* (3ª ed., p. 896). Lisboa: Edições Sílabo.

Drucker, P. F. (2003). *A Administração na Próxima Sociedade*. Brasil: NOBEL.

Eurostat. (Junho de 2017). *Eurostat - Estatísticas Explicadas*. Obtido de http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/National_accounts_and_GDP/pt

Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Serra, F. R. (2011). *Negócios Internacionais e Internacionalização para as Economias Emergentes*. Lisboa-Porto: Lidel.

Firmy. (15 de Novembro de 2017). Obtido de <https://www.firmy.cz/detail/2693060-ascari-ostrava-zabreh.html>

Freire, A. (2008). *Estratégia - Sucesso em Portugal* (12ª ed.). Lisboa: Verbo.

- Hill, C. W. (2011). *International Business: Competing in the Global Marketplace* (8ª ed.). Nova Iorque: PaperBack.
- IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação. (3 de Setembro de 2018). Obtido de <https://www.iapmei.pt/>
- IEP, I. f. (2017). *Relatório GLocal de Paz 2017*. Sydney.
- ISAPE- Insituto Sul-Americano de Política e Estratégia. (14 de 12 de 2017). Obtido de <https://isape.wordpress.com/2015/09/16/republica-tcheca-e-a-ponte-da-china-para-a-europa>
- ITC. (2016). *ITC - International Trade Centre*. Obtido de <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>
- Jahan, S. (2015). *Relatório do Desenvolviemnto Humano 2015 - o trabalho como motor do Desenvolvimento Humano*. Lisboa.
- Lemaire, J. P. (1997). *Desenvolvimento Internacional da Empresa. Estratégias de Internacionalização*. Instituto Piaget.
- Lisboa, J., Coelho, A., Coelho, F., & Almeida, F. (2011). Em *Introdução à Gestão das Organizações* (p. 209). Porto: Escolar Editora.
- Oliveira, A. (2012). Apontamentos da Unidade Curricular Organização e Gestão. IPG-ESTG.
- Pernal, M. (2009). *República Checa e Eslováquia - Guia American Express*. Livraria Civilizada Editora.
- Pessoa, F. (1993). *"O Guardador de Rebanhos" em Poemas de Alberto Caeiro* (10ª ed.). Lisboa: Ática.
- Root, F. R. (1994). *Entry strategies for international markets -revised and expanded*. Nova Iorque: LExigton Mass, Lexington Books.
- Simões, V., & Castro, A. (1997). *Cooperação e alianças estratégicas nos processos de Internacionalização*. Lisboa: AIP.

Sousa, M. J. (2006). *Gestão de Recursos Humanos: Métodos e Práticas*. Lisboa: Lidel.

Tavares, L. V., Esperança, J. P., Rafael, J. F., Gonçalves, P. D., & Carrancho, N. (1996). *Estratégias de Internacionalização das Empresas*. Lisboa: ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal.

Welch, L. S., & Luostarinen, R. (1 de Dezembro de 1988). Evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14 nº2.

Zimmerman, K. (2016). Boom IT Presentation. Ostrava, República Checa.

<http://isape.wordpress.com/2015/09/16/republica-tcheca-e-a-ponte-da-china-para-a-europa>

<http://www.estudopratico.com.br/significado-da-bandeira-da-republica-tcheca/>

<http://genealogiaboemia.wordpress.com/sou-alemao-austriaco-ou-tcheco-am-i-german-austrian-or-czech>

<http://www.worldatlasbook.com>

<http://www.firmy.cz/detail/2693060-ascari-ostrava-zabreh.html>

<http://www.sivann.gr/software/itdb/>

<http://www.sivann.gr/software/itdb>

<https://erasmusintern.org/traineeship/business-development-36>

ANEXOS

Anexo 1 – Análise dos Concorrentes da Empresa Boom IT

REPORT
IT MARKET COMPETITORS



Sandra Barnabé

4/07/2017

IT Market Competitors

The IT is getting more and more important as times goes by. Every company wants to have the best people working for them, so the recruitment process is gaining more and more importance.

Boom IT is in the market to fulfil not only the company's desire of getting the best ones but also to help IT talents finding their perfect job. In this market **Boom IT** faces some competition. Among with this company, there are other six competitors in the market, being *4 Scotty*, *Talent*, *Hired*, *Honeypot*, *Skillgigs* and *Vettery*.

The way this 6 companies work are very similar. Every IT talent should enter the website and easily give is personal information, then the company selects the best candidates, which sometimes involves calling the new candidate. After that step is complete, the new company member will receive several jobs offers sent by the employers. After all, the main goal is for the candidate to be employee and for the employer to be pleased by their choice. All companies protect the user's information, allowing each one to hide their current company or others that they are not interested in. Some even let the user hide his/her name and photograph.

The all process is free for the employee. From the six companies listed before, five of them also offer to the candidate a bonus between 300€ and 512€. *Hired* offers 300€, *4 Scotty* and *Vettery* offer 500€ to the new employees as an incentive. While *Talent* and *Honeypot* offer 500€ and 513€ each by recommending the employment agency to a friend. *Skillgigs* is the only one which doesn't give any incentive to their users and *Honeypot* is the only one which also gives a bonus for the employers if they recommend it to other developers.

IT employment charges a monthly or annual percentage of the hired salary. The annual percentage goes from 10% to 15% and the monthly can variate from 1% to 2%. All agencies give to the employers a guarantee of 90 days, which means that employers don't get charged if the employee gives up before completing 3 months. In the following table, it is specified each company's payment method.

Payment Method			Notes
	Percentage per year (%)	Percentage per month (%)	No. Months
4Scotty	15	1	18
Talent.io	15	2	10
Hired	15	Not Specified	-
Honeypot	15	Not Specified	-
Skillgigs	10	1,25	12
Vetterly	15	Not Mentioned	-

It is very important to not only know how the competitors work but also to know where they operate. Germany (specially Berlin) has three IT competitors which may make this one of the hardest to penetrate. London has already two IT employment agencies while Amsterdam and Paris only have one. In the following table, we can see which is the Market that each company serves.

Operations Places		Notes
4 Scotty	Germany	Planning on expanding to Switzerland and Asutria
Talent	Berlin, London, Paris	Or Comapny based in one of these areas.
Hired	USA: San Francisco, Los Angels, San Diego, etc	
HoneyPot	Amsterdam, Berlin, London	
SkillGigs	-	
Vetterly	-	

In conclusion, the way recruitment agencies work is very similar. All of them require the employee and employer to register on an online platform with no costs associated. Although there as some specificities that may influence the decision of starting or not using one of these platforms. In fact, as the process of signing up is the same, the amount of money that each company gives as a bonus may be the decision factor for the future employee, the more the new user can get for free the better.

On the other hand, the main concern of the employers may be the percentage payed by hiring one of the talents from the platform. Of course, the lower the percentage the best for the employer.

When it comes to the places where these companies operate it's important to know how many are in each market so we can make a conclusion about how hard it is to enter a certain market. We know by now that one of the most competitive is the Germany one so we may have to offer something better than the competitor to gain some clients. It is also important to analyse where they expect to grow, 4Scotty is expecting to expand to Switzerland and Austria, so we may want to make sure that our offers are competitive and be prepared for more competition.

In Czech Republic, there is no other IT recruitment agency so in one hand this is an excellent market to be in and to grow but on the other hand it may be a little hard in the beginning because people are not use to have this kind of service.

Anexo 2: Modelo de Relatório Utilizado na Pesquisa de Mercado

NAME OF THE REPORT

Goal: the main goal of your report

- Indicate the website used

Sing in details: If you register in any website, please put the sign In details here.

Number of suitable profiles:

Price:

Contacts:

Comparison between personal agencies:

Considerations:

Please make sure you always give your opinion about the subject.

Anexo 3 – Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas

Anexo 4 – Carta de Apresentação da Boom IT

Sandra Barnabé

BoomIT s.r.o

Kodanska 25/558

Praha 10, 101 00

tel: (351) 737 876 278

Secretary Mr. Ali Akboga

Rotterdam University of Applied Sciences

G.J. de Jonghweg 4-6, 3015 GG

Rotterdam, Netherlands

8th of August 2017

Dear Mr. Ali Akboga,

Subject: Invitation for a Partnership with us for Our International Business Internship Programs

On behalf of BoomIT, which is a dynamic startup company, we are honored to invite your University, **Rotterdam University of Applied Sciences**, to participate in our International Business Internship Program.

The International Business Internship Program is designed for college students or recently-graduated students who intend to explore a vast and growing field outside their countries. During 3 to 12 months the Interns will benefit from a multinational cooperating team that will allow them to live a completely different experience both on a professional and personal level.

Professionally, the interns will be able to get *hands-on* work and experience the business as a whole as they will be given the possibility of having a rotational Internship, which means they can choose to work in one or in three of the following areas: Business Development, Human Resources and Sales Department.

On a personal level, Interns will be able to grow as individuals while they are facing the challenges of living out of their comfort zones. Also, as they will be in touch with people from so many different places, they will develop their communication and team work skills which are known as two of the most desired competences by employers.

We have open positions throughout the year and flexible starting dates, allowing the interns to finish their studies and then enroll in this opportunity. Not only this program is free for both the university and the intern, but it also permits that the intern applies for the Erasmus Grant.

Thank you very much for your time. We look forward to hear from you.

Best regards,

Sandra Barnabé

Anexo 5 – Guião para as Entrevistas

Trainee Skype Interview Questions

Try dividing the language spoken in the interview into 2 parts; one half in English and the other half in German (if applicable)

Education questions:

- Why did you decide to study xyz?
- How do you like it?
- What is your plan for the future? What is your dream job?

Origin questions:

- Why would you like to work for BoomIT?
- What tasks do you expect to do in the internship position?
- What do you expect from this internship?

Experience questions:

- Have you worked in an international team (colleagues)?
- Have you faced a tedious/never ending/non solveable task?
How did you stay motivated?
- What value can you bring to our team?
- Elaborate on a leadership experience.
- Do you have any Startup experience?
- Elaborate on a conflict experience.
(eg. trouble with your boss/trouble with a colleague).
- Do you have any questions for us?

IMPORTANT QUESTIONS:

- For what dates are you available? FROM – UNTIL
- In which city/office you would like to be?
- Are you part of the Erasmus programme?
- How did you find the position?

Information you should give to the candidate:

- What is BoomIT? It's an online platform that matches IT companies with IT workers

- It is a start-up from Czech Republic where we launched this project in the beginning of this year. We are planning an expansion to Austria, Switzerland, Netherlands, Slovakia, Poland, Russia, Rumania and Bulgaria.

Tasks:

- Administrative tasks
- Recruitment tasks
- Database tasks
- Analyses and research tasks
- Just explain them what you are doing right now 😊
- For the future they might have to call people

People coming to Prague or Munich: tell them that it is a small office so they don't have wrong experiences.

Financial compensation (bonus) of 400€ if they stay at least 3 months.

Anexo 6 – Modelo de Relatório para as Entrevistas

Report after interview with NAME OF CANDIDATE

Goal: Finding out if NAME OF THE CANDIDATE is a suitable candidate for a traineeship in our company

Education/ Working experiences

General impression

Availability

Conclusion

Anexo 7 – Modelo de Relatório Semanal em Recursos Humanos

Weekly report on recruitment task

Goal: reporting the success and problems of the recruitment of *trainees/full time candidates* from *Country* for position ____.

Overview

People contacted
Received positive answers
Received negative answers
People that didn't react
Rejected applications
Interviews
Accepted after interview
Rejected after interview

Contacting:

- I contacted x people that I found on Erasmusintern.org. I wrote x emails and suggested our traineeship to x people.
- Unfortunately the response rate is very low which might be because...
- Contacted through facebook, universities, linkedin...

Negative feedback:

- Jessie Vandersyppe – not interested
- Hester Litjens – already have an internship
- Sam Drouen – want something in finance
- Tessa Verheij – could only for one month, maybe interested next summer
- Aaron Smet – already have an internship

Interviews:

This week I had x interviews: maybe make a table with this information

- Harry Potter: good candidate because of experiences and business knowledge
- Albus Dumbledore: not good candidate because he wants to work for a big company...
- ...

Ranking

Ranking	Name	Explanation
1.	Harry Potter	Great experience seems very motivated
2.	...	
3.	...	
4.	...	
5.	Albus Dumbledore	Will not fit very well in our team

Who is the best candidate?

Alternative sources

- I spent 1 hours on doing research to find alternative sources to find new trainees
- I posted 3 job offers on facebook
- I contacted the university of Hogwarts so they will publish our offer
- I registered on findyourperfectmagiciantrainee.org

Problems

I used the entire week to search for Bulgarian people but I can't find any so I will focus on other tasks such as: searching people on linkedIn

Recruiting plan for next week:

- Interviews: I scheduled 4 interviews already
- I am expecting feedback from the people I contacted this week
- I will contact 10 more people by email, 5 by linkedIn
- Out of the 10 I hope there will be 3 interviews and one good candidate
- I will make a post with our job offer for facebook and post it in 5 different groups

Conclusion:

I recruited one new trainee who accepted our offer already and I am hoping for good feedback next week.

You don't need to write a lot of text.