

# Relatório de Estágio

Rui Miguel Santos Silva

Gestão de Recursos Humanos

nov | 2023

GUARDA  
POLI  
TÉCNICO



# POLI TÉCNICO GUARDA

**Escola Superior de Tecnologia e Gestão**

---

## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

---

RELATÓRIO DE ESTÁGIO  
PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM GESTÃO DE RECURSOS  
HUMANOS

**Rui Miguel Santos Silva**  
**Novembro / 2023**

# POLI TÉCNICO GUARDA

**Escola Superior de Tecnologia e Gestão**

---

## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

---

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO  
PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM GESTÃO DE RECURSOS  
HUMANOS**

**Professor(a) Orientador(a): Maria Elisa Lopes de Figueiredo**

**Rui Miguel Santos Silva**

**Novembro / 2023**

*“Nada perdura, senão a mudança.”*

Américo Amorim

## Ficha de Identificação

### Estudante

- **Nome:** Rui Miguel Santos Silva
- **Licenciatura:** Gestão de Recursos Humanos
- **Número de Aluno:** 1704546
- **Correio Eletrónico:** rui.silva\_22@hotmail.com

### Instituição de Ensino

- Instituto Politécnico da Guarda - Escola Superior de Tecnologia e Gestão

### Docente Orientadora

- **Nome:** Dr.<sup>a</sup> Maria Elisa Lopes de Figueiredo
- **Grau Académico:** Doutoramento

### Entidade de Acolhimento

- **Entidade:** Amorim Cork Composites, S.A
- **Morada:** Rua Comendador Américo Ferreira Amorim 260, 4535-186 Mozelos
- **Contacto Telefónico:** +351 22 747 5300
- **Website:** <https://amorimcorkcomposites.com>

### Supervisora/Tutora na Entidade de Acolhimento:

- **Nome:** Dr.<sup>a</sup> Lúcia Silva
- **Grau Académico:** Mestre em Psicologia do Trabalho, das Organizações e dos Recursos Humanos

### Estágio

- **Duração:** 400 horas
- **Data de Início:** 5 de junho de 2023
- **Data de Término:** 18 de agosto de 2023

## Agradecimentos

A conclusão deste relatório é o culminar de um leque de experiências que me formaram a nível académico, mas também a nível pessoal. Ao longo do meu percurso académico fui confrontado com alguns desafios que me fizeram crescer e tornar-me uma pessoa mais capaz de enfrentar o mercado de trabalho.

Primeiramente, agradecer profundamente a todos os profissionais que fazem parte dos quadros da Amorim Cork Composites por me terem acolhido, integrado e apoiado de maneira incansável. O meu agradecimento especial ao departamento de Recursos Humanos da Amorim Cork Composites por todo o apoio e aprendizagens durante a minha passagem pela empresa e por me terem proporcionado uma primeira experiência no mercado de trabalho inesquecível. Serei sempre um embaixador da cortiça graças a vocês.

De seguida, agradecer profundamente a todos os colaboradores do Instituto Politécnico da Guarda e à Cidade da Guarda por me terem aberto as portas e proporcionado a mim e a milhares de estudantes uma segunda casa que nunca será esquecida.

Agradecer a todos os colegas e amigos com os quais partilhei momentos inesquecíveis. Por toda a ajuda, disponibilidade e carinho ao longo de imensos momentos, sem vocês esta “viagem” não teria sido a mesma coisa.

Por fim, agradecer à minha família e amigos por todo o apoio durante estes 3 anos, sem vocês não teria chegado a este momento.

## Plano de estágio

O Plano de estágio foi elaborado pela supervisora de estágio, Dra. Lúcia Silva, em conjunto com o restante departamento de Recursos Humanos da Amorim Cork Composites e consistiu em:

- Familiarização e Acompanhamento de todas as áreas da empresa;
- Apoio em processos de *Onboarding*;
- Apoio na área da Formação e Desenvolvimento:
  1. Plano de Formação 2023
  2. *ACC Academy*
  3. *ACC Talks*
- Acompanhamento e operacionalização das diferentes iniciativas do plano de comunicação interno:
  1. Plano de Ação-Clima Organizacional
  2. Semana Temática da Sustentabilidade
  3. *Newsletter*

## Resumo

O presente relatório de estágio surge no âmbito da Unidade Curricular de Estágio/Projeto de Fim de Curso, pertencente à Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos no Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular teve início no dia 5 de junho de 2023 e término no dia 18 de agosto de 2023, num total de 400 horas e foi realizado no departamento de Recursos Humanos da Amorim Cork Composites.

Ao longo do estágio curricular tive a oportunidade de desenvolver diversas atividades nas mais diversas áreas da responsabilidade do departamento de Recursos Humanos, desde o Recrutamento e Seleção de candidatos, Formação e Desenvolvimento Humano, Análise e Descrição de Funções e Comunicação Interna.

**Palavras-Chave:** Amorim Cork Composites; Grupo Amorim; Gestão de Recursos Humanos; Recrutamento e Seleção; Estágio.

**JEL Classification:** O15- Human Resources

## Índice

Ficha de Identificação.....	ii
Agradecimentos.....	iii
Plano de estágio.....	iv
Resumo.....	v
Índice.....	vi
Índice de Figuras.....	viii
Lista de Siglas.....	ix
Introdução .....	1
Capítulo I - Entidade de Acolhimento.....	2
1.1 A Corticeira Amorim.....	3
1.2 Atualidade do Grupo Amorim.....	6
1.3 Porquê a Cortiça? .....	7
1.3.1 Portugal e o setor da cortiça .....	9
1.4 Práticas ESG no Grupo Amorim.....	10
1.5 Amorim Cork Composites.....	12
1.6 Visão, Missão e Valores .....	15
Capítulo 2- Atividades Desenvolvidas em Estágio .....	17
2.1 Familiarização e Acompanhamento de todas as áreas da Amorim Cork Composites .....	18
2.2 Recrutamento e Seleção.....	20
2.2.1 Enquadramento Teórico.....	20
2.2.2 Programa <i>Cork Potential</i> .....	26
2.3 Formação e Desenvolvimento Humano.....	36
2.3.1 Enquadramento Teórico.....	36
2.3.2 Gestão da Formação .....	39
2.3.3 Supervisão de um Plano de Formação .....	39
2.3.4 Formação de Recrutamento .....	40
2.3.5 Registo de Horas das Formações de SST .....	41
2.3.6 Participação em Ações de Formação.....	41
2.4 Comunicação Interna .....	42
2.4.1 Enquadramento Teórico.....	42
2.4.2 Comunicação de ações de formação .....	44
2.4.3 Semana da Sustentabilidade .....	44
2.4.4 Iniciativa de Comunicação Interna .....	47

2.4.5 Ação Clima Organizacional .....	49
2.4.6 Aniversários e Refeições da Semana .....	50
2.5 Análise e Descrição de funções.....	51
2.5.1 Enquadramento Teórico.....	51
2.5.2 Atividade de Tradução da Descrição de Funções.....	52
2.6 Outras Atividades Desenvolvidas .....	53
2.6.1 Dinamização de <i>Kick-Off</i> .....	53
2.6.2 Arquivo .....	54
2.6.3 Presentes de Aniversário .....	54
2.6.4 Recolha e Digitalização de Baixas Médicas .....	55
Considerações Finais .....	56
WebGrafia .....	57
Bibliografia .....	59
Anexos .....	60
Anexo I – Anúncio Programa <i>Cork Potential</i> .....	61
Anexo II- Exemplo de Questionário para a Iniciativa CarSharing.....	62

## Índice de Figuras

Figura 1 Primeiro Refeitório Amorim & Irmãos Lda.....	3
Figura 2 Outdoor de José Mourinho no Reino Unido.....	5
Figura 3 Unidades de Negócio da Corticeira Amorim.....	6
Figura 4 Descortiçamento na Herdade de Rio Frio.....	8
Figura 5 Evolução das Principais Quotas Mundiais de Exportações de Produtos de Cortiça e suas Obras.....	9
Figura 6 Programa Sustentável por Natureza.....	11
Figura 7 Logótipo Amorim Cork Composites.....	12
Figura 8 Presença Mundial da Corticeira Amorim e da Amorim Cork Composites.....	13
Figura 9 Índice de Atração de Talento.....	25
Figura 10 Logótipo Cork Potential.....	26
Figura 11 Oportunidade Cork Potential.....	27
Figura 12 Formulário de Candidatura Cork Potential.....	28
Figura 13 Plataforma LinkedIn Recruiter.....	29
Figura 14 Gestão da Formação.....	37
Figura 15 Diferença entre a perceção dos profissionais sobre a importância do reskilling/upskilling e a oferta efetiva dessas oportunidades pelos empregadores.....	38
Figura 16 A comunicação empresarial como estrutura integrada para gerir a comunicação.....	42
Figura 17 Comunicação descendente, ascendente, horizontal e diagonal.....	43
Figura 18 Programa da Semana da Sustentabilidade 2023.....	44
Figura 19 Flyer entregue aos colaboradores.....	46
Figura 20 Exemplo de Template para Iniciativa de Comunicação Interna.....	48

## Lista de Siglas

ACC- Amorim Cork Composites

APCOR- Associação Portuguesa da Cortiça

CEO- *Chief Executive Officer*

CV- Curriculum Vitae

EPI- Equipamento de Proteção Individual

ESG- *Economical, Social and Governance*

GRH- Gestão de Recursos Humanos

ICSC- Informação Corporativa e Sistemas de Comunicação

IMD- *Institute for Management Development*

I&D- Investigação e Desenvolvimento

NRT- *Noise Reduction Technology*

ONRH- Observatório Nacional de Recursos Humanos

RH- Recursos Humanos

TPS- Proteção Térmica Ablativa

## **Introdução**

O presente relatório tem como principal objetivo referir as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular realizado na Amorim Cork Composites.

O estágio é parte integrante do plano curricular da Licenciatura de Gestão de Recursos Humanos, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda e tem por finalidade, a obtenção do grau de Licenciado em Gestão de Recursos Humanos. O estágio curricular tem como principal objetivo dar oportunidade aos estudantes de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do trajeto académico num ambiente organizacional.

O relatório está estruturado em dois grandes capítulos, a caracterização da entidade de acolhimento e as atividades desenvolvidas durante as 400 horas de estágio curricular.

O 1º Capítulo, foca-se na apresentação da Amorim Cork Composites e do grupo onde se encontra inserida, a Corticeira Amorim. Este capítulo tem como grande objetivo explorar a história, mas também a atualidade da Corticeira Amorim e da Amorim Cork Composites, apresentar a, visão, missão e valores que partilham, conhecer um pouco a matéria-prima que utilizam, as suas características e, ainda, apresentar alguns objetivos ao nível da sustentabilidade que orientam a empresa rumo a um futuro mais sustentável.

O 2º capítulo, foca-se em todas as atividades que foram desenvolvidas durante o estágio curricular, desde atividades que envolveram explorar e utilizar novos programas informáticos, participar em processos de recrutamento, a gestão da formação, analisar e traduzir um documento de descrição de funções e servir de suporte nas mais diversas áreas afetas ao departamento de Recursos Humanos. Antes da descrição das atividades desenvolvidas nas diferentes vertentes é apresentado um breve enquadramento teórico.

## Capítulo I - Entidade de Acolhimento



## 1.1 A Corticeira Amorim<sup>1</sup>

A história da Corticeira Amorim começa no ano de 1870 por iniciativa de António Alves Amorim que começa a produção manual de rolhas no cais de Vila Nova de Gaia. Até ao início do novo século, a empresa encontrou algumas dificuldades para crescer, já em 1915 consegue a exportação de matéria-prima para o Brasil e implementa duas fábricas no Brasil, uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro dando assim um passo importante no crescimento da empresa.

Em 1922 nasce a Amorim & Irmãos Lda que origina todo o império que é hoje a Corticeira Amorim. A empresa lança um dos primeiros serviços privados de saúde para os seus colaboradores ao colocar um médico na fábrica e, cria ainda, um refeitório para que cada colaborador pudesse usufruir de uma refeição quente, estes que eram pensamentos disruptivos para a época.



*Figura 1 Primeiro Refeitório Amorim & Irmãos Lda.*

Fonte: Corticeira Amorim (s.d)

Nos anos 30, Portugal já era o maior exportador de cortiça do mundo e o Grupo Amorim ganhou uma dimensão global, exportando cortiça para vários pontos do globo como Japão, Alemanha, Estados Unidos, França, Inglaterra, Holanda, Bélgica e Suécia.

Mas, em 1944 um incêndio de grandes dimensões atinge a principal fábrica do Grupo em Santa Maria de Lamas. Neste momento a empresa já era liderada por Henrique Alves Amorim, filho de António Amorim, que decide investir todo o capital disponível da empresa na reconstrução

---

<sup>1</sup> <https://www.amorim.com/pt/corticeira-amorim/marcos-cronologicos/>, consultado em setembro de 2023  
Corticeira Amorim. (2021, 25 de janeiro). Amorim: 150 anos de história [Vídeo], consultado em setembro de 2023

rápida da fábrica. O que parecia ser um “*all-in*” tornou-se uma ideia brilhante e, com a ajuda dos colaboradores da época, a fábrica já estaria a laborar novamente passado apenas 1 ano. Como “a sorte protege os audazes”, a reconstrução da fábrica coincide exatamente com o final da II Guerra Mundial que garante a estabilidade para o negócio voltar a prosperar.

Com a chegada dos anos 50, Henrique Amorim resolve sair da liderança do grupo e a terceira geração da família assume as rédeas do grupo. José, António, Américo e Joaquim assumem a empresa com um objetivo em mente: afirmar a liderança mundial.

Américo Amorim parte para o Leste da Europa e consegue estabelecer relações comerciais com diversos países com os quais Portugal não tinha quaisquer relações diplomáticas. Nesta sua viagem, Américo Amorim idealiza uma verticalização do negócio com vista a alcançar a liderança mundial na produção de produtos de cortiça e, ainda, com o intuito de aproveitar o desperdício da produção de rolhas.

Com este propósito de aproveitar o desperdício resultante do processo de fabrico de rolhas, surge a Corticeira Amorim (1963). A Corticeira Amorim surge com o principal objetivo de aproveitar 70% do desperdício produzido pela indústria principal, ao granular o desperdício e transformar os grânulos em aglomerados, puros e compostos, para que estes pudessem ser utilizados em novas aplicações.

Neste contexto, o Grupo Amorim aposta forte na I&D e no crescimento da Corticeira Amorim permitindo que a cortiça entrasse em setores de mercado, nos quais não era habitual a existência de produtos de cortiça. A cortiça, conseguiu ganhar o seu espaço e hoje, tem notoriedade em segmentos de mercado como a indústria aeroespacial (através de soluções de isolamento para a NASA e para a Agência Espacial Europeia (ESA)), indústria automóvel (através de juntas para motores), no setor da mobilidade (através de, principalmente, materiais estruturais presentes em barcos, autocarros e comboios) entre outros setores.

Com o crescimento exponencial do Grupo Amorim, em 1988, as quatro principais empresas do Grupo (Amorim & Irmãos, S.A, Corticeira Amorim Indústria, S.A, IpoCork- Indústria de Pavimentos e Decoração, S.A e Champcork- Rolhas de Champagne, S.A) lançam uma oferta pública de venda de ações representativas do seu capital social na Bolsa de Valores de Lisboa, o que permitiu financiar um conjunto de novos negócios. A partir deste momento, o Grupo adquire diversos *players* nos diferentes segmentos de mercado, como o grupo sueco Wicanders, Carl Ed. Meyer Kork, entre outros.

Neste momento, o Grupo Amorim consegue ter participação nos principais setores da atividade económica. O Grupo Amorim participa assim, no primeiro banco privado depois do 25 de Abril (Banco Comercial Português), participa na primeira operadora móvel privada de telefones móveis pessoais em Portugal (Telecel) e aposta em diversas áreas como o Imobiliário, Turismo, Têxtil, Energia, entre outras.

Com uma participação em diversos mercados, o grupo nunca deixa de lado o seu principal foco- a cortiça. No virar do século, constrói a fábrica de Ponte de Sor que reforça a posição do grupo como principal produtor de cortiça. Em 2001, António Rios de Amorim sucede a Américo Amorim e a 4ª geração da família assume a liderança do grupo.

A 4ª geração enfrenta um desafio enorme que coloca em causa a viabilidade da cortiça como o melhor vedante que o homem conhece, surge o TCA (composto químico relacionado com os desvios sensoriais que originam um aroma/gosto desagradável no vinho) e os novos vedantes sintéticos. Com o TCA a dar má imagem às clássicas rolhas e a reforçar o sucesso dos vedantes sintéticos, António Amorim à frente do grupo e da associação do setor (Apcor), investe cerca de 500 milhões de euros em I&D<sup>2</sup> e, em 2016 é apresentada a tecnologia NDTech que permite detetar qualquer rolha de cortiça que apresente mais de 0,5 nanogramas/litro de TCA, removendo-a de imediato da linha de produção. É ainda realizado um investimento de 50 milhões numa campanha de comunicação internacional, que teve, entre outros rostos, o treinador de futebol José Mourinho (Figura 2). Resultado dos referidos investimentos, a cortiça recupera o prestígio que lhe era tradicional e a quota que tinha perdido para os seus concorrentes, i.e., os vedantes sintéticos.



Figura 2 Outdoor de José Mourinho no Reino Unido

Fonte: Associação Portuguesa de Cortiça (2006)

<sup>2</sup> (Neves, António Rios Amorim: sobrinho de Américo Amorim que reinventou o negócio da cortiça à escala global, 2018)

## 1.2 Atualidade do Grupo Amorim<sup>3</sup>

A Corticeira Amorim SGPS, S.A é o maior grupo de transformação de cortiça do mundo. A empresa tem vendas que superam os mil milhões de euros e consegue levar os seus produtos a mais de 100 países.

Os seus produtos são de uma diversidade extrema, indo ao encontro das necessidades de diversos setores de mercado desde o seu principal mercado dos vinhos, bebidas espirituosas e efervescentes, até aos mercados da energia (soluções de isolamento térmico e antivibrático), mobilidade (materiais estruturais com o intuito de impactar a leveza, durabilidade, resistência ao fogo, isolamento térmico e antivibrático dos sistemas de transporte) aeroespacial (soluções de isolamento), construção (com soluções de revestimento final de solos, paredes e tetos interiores, fachadas e coberturas)...

O grupo encontra-se dividido em 5 unidades de negócio:



Figura 3 Unidades de Negócio da Corticeira Amorim

Fonte: Corticeira Amorim (2023)

A Amorim Florestal tem como objetivo o abastecimento, compra, stockagem e preparação da matéria-prima a fornecer às restantes unidades de negócio da Corticeira Amorim.

A Amorim Cork é o produtor, fornecedor e distribuidor de rolhas de cortiça.

A Amorim Cork Flooring dedica-se à produção de pavimentos e decorativos de parede de cortiça.

<sup>3</sup> <https://www.amorim.com/pt/negocio/overview/>, consultado em setembro de 2023

A Amorim Cork Composites pesquisa, desenvolve e produz soluções de compósitos de cortiça de alta performance.

Por último, a Amorim Cork Insulation dedica-se à produção de aglomerados de isolamento acústico, térmico e antivibrático, com elevado desempenho técnico e totalmente naturais.

### 1.3 Porquê a Cortiça?<sup>4</sup>

A cortiça é a casca do sobreiro (*Quercus Suber L.*). O sobreiro é a Árvore Nacional de Portugal desde 2011 e um sobreiro pode ser descortiçado ao longo de, em média, 200 anos. A cortiça é retirada a cada 9 anos sem que nenhuma árvore seja abatida no processo.

A cortiça é um tecido vegetal 100% natural e é constituída por uma colmeia de células microscópicas que têm um gás idêntico ao ar e revestidas sobretudo por suberina e lenhina. O ciclo de vida da cortiça, enquanto matéria-prima, começa com a extração da casca aos sobreiros, a que se chama descortiçamento. Depois de extraída, a cortiça entra no processo industrial até à obtenção da infinidade de produtos que podemos encontrar: rolhas, materiais de construção e design, entre muitos outros.

Cada sobreiro demora 25 anos até poder ser descortiçado pela primeira vez e só a partir do terceiro descortiçamento (aos 43 anos), a cortiça, então denominada «amadia», tem a qualidade exigida para entrar na indústria da produção de rolhas. As duas primeiras extrações – cortiça «virgem» e «secundeira» –, assim como a que é retirada da base da árvore, resultam em matéria-prima para áreas tão diversas como a construção, a moda, o design, a saúde, a produção de energia ou a indústria aeroespacial.

Os montados (florestas de sobreiros) são um pilar do presente e do futuro do nosso planeta. Estes servem de casa a centenas de espécies. Os montados são ainda retentores naturais de CO<sub>2</sub> e calcula-se que todos os anos os montados retenham até 14 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>.

---

<sup>4</sup> <https://www.amorim.com/pt/cortica/o-que-e/>, consultado em setembro de 2023  
<https://www.apcor.pt/cortica/o-que-e/>, consultado em setembro de 2023



*Figura 4 Descortiçamento na Herdade de Rio Frio*

Fonte: Elaboração Própria

A cortiça tem diversas características que a tornam única como:

- Isolamento acústico
- Isolamento térmico
- Impermeabilidade a líquidos e gases
- Resistência a fogo e a altas temperaturas
- Resistência ao atrito
- Leveza
- 100% natural, reutilizável e reciclável
- Elasticidade e compressibilidade
- Suavidade ao toque
- Hipoalergénica

### 1.3.1 Portugal e o setor da cortiça <sup>5</sup>

Portugal tem 34% da área mundial do montado do sobreiro e 74% dos sobreiros encontram-se no Alentejo. Apesar de grande parte da matéria-prima se encontrar no Alentejo, 80% das empresas do setor da cortiça encontram-se situadas na região Entre Douro e Vouga. Portugal continua como o grande exportador de cortiça no mundo, tendo em 2017 uma quota nas exportações mundiais a rondar os 61,70%, conforme Fig. 5.

Rank 2017	Países	Exportações (Milhões USD)			Quota nas Exportações Mundiais		
		2005	2010	2017	2005	2010	2017
1	Portugal	1033,54	1015,12	1112,99	59,19%	63,71%	61,70%
2	Espanha	315,98	246,45	330,84	18,10%	15,47%	18,34%
3	França	58,13	64,06	91,93	3,33%	4,02%	5,10%
4	Itália	54,24	55,59	47,23	3,11%	3,49%	2,62%
5	Alemanha	43,47	44,63	33,59	2,49%	2,80%	1,86%
6	EUA	51,12	37,81	24,70	2,93%	2,37%	1,37%
7	China	16,30	16,20	21,16	0,93%	1,02%	1,17%
8	Chile	2,59	8,37	10,81	0,15%	0,53%	0,60%
9	Suíça	19,79	33,28	8,17	1,13%	2,09%	0,45%
10	Áustria	15,54	11,48	7,59	0,89%	0,72%	0,42%
11	Países Baixos	8,26	12,64	6,59	0,47%	0,79%	0,37%
12	Reino Unido	6,11	6,43	6,28	0,35%	0,40%	0,35%
13	Tunísia	14,68	7,76	5,95	0,84%	0,49%	0,33%
14	Bélgica	7,38	19,12	5,74	0,42%	1,20%	0,32%
15	Polónia	3,22	4,03	5,27	0,18%	0,25%	0,29%
16	Argélia	11,58	3,11	4,65	0,66%	0,20%	0,26%
17	Canadá	6,95	4,24	3,28	0,40%	0,27%	0,18%
18	Japão	2,01	2,61	2,99	0,12%	0,16%	0,17%
19	Índia	0,95	2,04	2,58	0,05%	0,13%	0,14%
20	México	20,86	0,67	2,11	1,19%	0,04%	0,12%
21	Suécia	0,85	1,10	1,76	0,05%	0,07%	0,10%
22	Hungria	1,53	1,43	1,66	0,09%	0,09%	0,09%
23	Rep. Checa	0,89	1,47	1,46	0,05%	0,09%	0,08%
24	Ásia, outros	1,96	1,48	1,36	0,11%	0,09%	0,08%
25	Bulgária	1,86	0,43	1,33	0,11%	0,03%	0,07%
26	Austrália	5,58	2,37	1,14	0,32%	0,15%	0,06%
27	África do Sul	1,97	2,66	1,08	0,11%	0,17%	0,06%
28	Dinamarca	2,30	0,43	1,07	0,13%	0,03%	0,06%
29	Singapura	0,53	0,74	0,97	0,03%	0,05%	0,05%
30	Rússia	0,16	0,06	0,88	0,01%	0,00%	0,05%

*Figura 5 Evolução das Principais Quotas Mundiais de Exportações de Produtos de Cortiça e suas Obras*

Fonte: Pereira & Santos (2019)

<sup>5</sup> <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/estudos-e-seminarios/artigos/8479-analise-02-19/file>, consultado em setembro de 2023

## 1.4 Práticas ESG no Grupo Amorim

A Corticeira Amorim robustece, a cada ano, as suas práticas ESG (Environmental, Social and Governance)<sup>6</sup>:

- A nível de *Environmental*, “A empresa está empenhada em ter uma atividade com impacto positivo nos ecossistemas, ao longo da sua cadeia de valor, desenvolvendo a atividade com base na bioeconomia, apostando em materiais renováveis e na procura de zero desperdício.”
- A nível *Social*, “As pessoas são o que move a Corticeira Amorim e o sucesso de toda a Organização depende delas. A sua paixão por este negócio para ir mais longe, superando desafios, influenciando pelo exemplo e promovendo o desenvolvimento e bem-estar das comunidades que lhe são mais próximas e da sociedade em geral.”
- A nível *Governance*, “A Corticeira Amorim assume o compromisso de garantir elevados padrões de ética na gestão, bem como em matérias de corporate governance. A estratégia de sustentabilidade está alinhada não só com os Valores e Missão da Empresa e as políticas internas, mas também com o seu compromisso perante os stakeholders e perante os objetivos de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas (ODS).”

Em 2018, a Corticeira Amorim alinou os seus objetivos com os objetivos de desenvolvimento sustentável estabelecidos pela Assembleia Geral das Nações Unidas e, neste momento, estão definidos grandes objetivos (Programa Sustentável por Natureza) que orientam a atuação da Organização. Assim, de acordo com a Fig. 6, os objetivos que integram o programa Sustentável por Natureza são:

- Ética e Integridade;
- Cadeia de Valor;
- Montado;
- Alterações Climáticas;
- Economia Circular;
- Produtos Verdes;
- Desenvolvimento;

---

<sup>6</sup> <https://www.amorim.com/pt/sustentabilidade/overview/>, consultado em setembro de 2023

- Segurança, Saúde e Bem-Estar;
- Comunidade e Sociedade;
- Inovação.

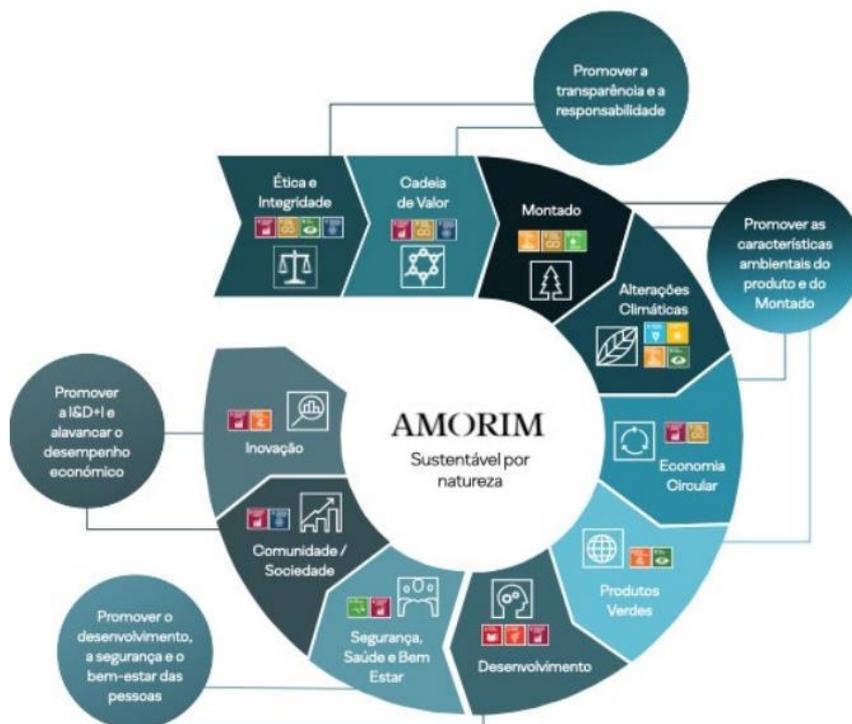


Figura 6 Programa Sustentável por Natureza

Fonte: Corticeira Amorim (2022)

## 1.5 Amorim Cork Composites



*Figura 7 Logótipo Amorim Cork Composites*

Fonte: Amorim Cork Composites (2023)

A Amorim Cork Composites nasce em 1963, com a denominação de Corticeira Amorim. Esta nasce do objetivo da empresa de transformar 70% dos desperdícios produzidos pela Amorim & Irmãos, Lda e transformar os desperdícios em produção de granulados e aglomerados de cortiça e, assim, desenvolver um novo conjunto de aplicações para a cortiça.

A Amorim Cork Composites S.A tem como enfoque pesquisar, desenvolver e produzir soluções de compósitos de cortiça e tem como grandes pilares a Sustentabilidade e a Inovação. Essencialmente, a Amorim Cork Composites serve-se da cortiça não-utilizada pela indústria das rolhas, para desenvolver um portefólio de produtos destinado a diversas indústrias, muitas delas que não são imediatamente associadas à cortiça, como a indústria aeroespacial, objetos de decoração, construção, entre outros.

A Amorim Cork Composites foca a sua produção em aglomerados compostos que é essencialmente a aglomeração de granulados de cortiça que podem vir a ser misturados com outros materiais como cola, borracha, resinas... e o produto desta mistura é normalmente apresentado na forma de rolos, placas, entre outros.

A Amorim Cork Composites situa-se em Mozelos, Santa Maria da Feira, com um capital social de 10.000.000,00€. De referir que a Amorim Cork Composites também está presente nos Estados Unidos da América, mais precisamente em Trevor, Wisconsin. A Amorim Cork Composites conta com mais de 1700 clientes ao redor do mundo e com vendas em 82 países ao redor do globo, como podemos verificar pela figura 8.



Figura 8 Presença Mundial da Corticeira Amorim e da Amorim Cork Composites

Fonte: Apresentação Interna Amorim Cork Composites (2023)

Proveniente de um modelo muito centrado na Inovação e Desenvolvimento, a Amorim Cork Composites tem imensas marcas ligadas a diferentes produtos que fornecem soluções a diversos setores de mercado.

Entre as marcas temos:

- AcoustiCORK- Desenvolvimento de formulações para isolamento acústico e de vibrações.
- Amorim Corkfabrics- Têxtil em Cortiça para uma vasta variedade de utilizações.
- Amorim Expandacork- Produtos com o intuito de absorver expansões e contrações provocadas pelas variações de temperatura nos diferentes materiais de construção.
- Amorim FootCork- Aplicações para a indústria do calçado.
- Amorim NRT- Fornece todos os componentes para pavimentos, sem ser o produto final (pavimento).
- Amorim Tech Seal- Soluções de selagem para diversas áreas como indústria automóvel, gás e maquinaria pesada.
- Amorim TPS- Materiais de proteção térmica para a indústria aeroespacial.

- Amorim T&D- Compósitos de cortiça para aumentar a vida útil das centrais de produção elétrica e redes de distribuição.
- Amorim RailCork- Materiais para infraestruturas ferroviárias.
- Alma Gémea- Produtos de casa com combinação entre cerâmica e cortiça, como chávenas de café, copos, pratos...
- Go4Cork- Elementos muito variados para integrar espaços de casa. Desde materiais de construção, a memoboards.
- Materia- Coleção de objetos do quotidiano produzidos em cortiça.

## 1.6 Visão, Missão e Valores<sup>7</sup>

A visão de uma empresa remete para o “destino” que esta pretende alcançar, ou seja, o caminho futuro que a própria escolhe. A missão por si, aponta para o motivo pelo qual a organização foi criada e o intuito desta. Os valores, por ultimo, apontam para os princípios que rejem todos os dias a empresa.

No seu relatório de contas de 2022 (Corticeira Amorim, 2022), a Corticeira Amorim aponta que *“A visão, a missão e os valores da Empresa traçam a sua ambição de sucesso, fomentam a sustentabilidade a longo prazo e refletem a firme convicção de que a cortiça é um material único fornecido pela Natureza.”*

A **visão** da Corticeira Amorim foca-se em *“Ser uma empresa sustentável, remunerando adequadamente o capital investido, na promoção da equidade social, na integração da diversidade e da salvaguarda ambiental e com fatores de diferenciação a nível do produto e do serviço.”*

A **missão** da Corticeira Amorim, prende-se com *“Acrescentar valor à cortiça, de forma ética, competitiva, diferenciada e inovadora, em perfeita harmonia com a natureza.”*, enquanto a **missão da Amorim Cork Composites** foca-se em *“valorizar a cortiça, desenvolvendo soluções com compósitos sustentáveis para múltiplas aplicações.”*

Os 5 valores que guiam a empresa no seu caminho de sucesso são o orgulho, ambição, iniciativa, sobriedade e atitude. Segundo o mesmo relatório, estes valores definem-se da seguinte forma:

<p><b>Orgulho</b></p>	<p><i>“Orgulhamo-nos da tradição do nosso negócio, da nossa história enquanto Empresa e do saber acumulado em anos de trabalho de muitas diferentes gerações. Orgulhamo-nos de trabalhar de forma sustentável com uma matéria-prima que vem da Terra, com identidade, tradição, modernidade e inovação, no respeito do princípio da igualdade de tratamento e</i></p>
-----------------------	---

<sup>7</sup> Fonte: Relatório Anual Consolidado da Corticeira Amorim (2022).

	<i>oportunidades para todos os colaboradores/as.”</i>
<b>Ambição</b>	<i>“Temos gosto no que fazemos, mobilizamos para fazer sempre mais e melhor, desenvolvendo novos Clientes, novos mercados e novas aplicações para a cortiça.”</i>
<b>Iniciativa</b>	<i>“Encontramos soluções para compromissos e desafios, reagindo rápida, eficaz e positivamente a diferentes circunstâncias e contextos, sempre focados no desenvolvimento do negócio e do setor, assim promovendo também os interesses dos nossos colaboradores/as e demais stakeholders.”</i>
<b>Sobriedade</b>	<i>“Celebramos vitórias e comemoramos sucessos internamente, privilegiando a discrição na nossa relação com o exterior, nunca esquecendo que devemos sempre aprender mais e fazer continuamente melhor.”</i>
<b>Atitude</b>	<i>“Estamos com a Empresa nos bons e nos maus momentos, com o nosso esforço, empenho e disponibilidade, dando o melhor de nós e, sempre, respeitando colaboradores/as, clientes, fornecedores, acionistas e demais stakeholders, relevantes para a sustentabilidade da Corticeira Amorim”</i>

## Capítulo 2- Atividades Desenvolvidas em Estágio



## 2.1 Familiarização e Acompanhamento de todas as áreas da Amorim Cork Composites

O processo de *onboarding* na Amorim Cork Composites começou mesmo antes da entrada na empresa.

Ainda uma semana antes da entrada na Amorim Cork Composites, foi enviado um email de boas-vindas que incluía uma apresentação da Corticeira Amorim e da Amorim Cork Composites para preparar e facilitar a entrada na empresa do novo colaborador. Esta apresentação continha essencialmente alguns pontos fulcrais sobre a atividade da empresa, a sua política de sustentabilidade, os resultados financeiros da empresa nos últimos anos, os projetos onde a empresa estava inserida, a sua presença mundial, portefólio de clientes, entre outros aspetos.

No primeiro dia, um responsável do departamento de Recursos Humanos entrega o kit de boas-vindas, o plano de acolhimento do colaborador e faz uma pequena apresentação da Amorim Cork Composites. Os planos de acolhimento são bastante extensos e pormenorizados, mas são com o objetivo de dar a conhecer todas as áreas da Amorim Cork Composites, contribuindo para a integração ao nível de todas as áreas industriais e terminam com uma apresentação por parte do CEO da empresa, onde o mesmo explicita a importância da área onde o colaborador está inserido e o que espera do colaborador ao entrar na Amorim Cork Composites.

Os planos de acolhimento incluem:

- Uma **componente geral** que consiste em dar a conhecer de maneira geral todas as áreas da empresa;
- Uma **componente específica** que inclui atividades de acolhimento específico de acordo com a área a integrar pelo colaborador.

Todas as atividades de acolhimento incluem pelo menos 1 hora com o responsável da área em questão, onde é feita uma apresentação do local de trabalho, das principais funções e, também, os desafios que irão encontrar no seu dia-a-dia. No final de cada atividade, o responsável de cada área deverá assinar o plano de acolhimento tendo que, de seguida, o colaborador avaliar a atividade de integração relativamente a diversos tópicos previamente definidos, como a

apresentação do organograma da área em questão, os principais projetos em que estão inseridos, os objetivos das áreas, entre outros.

Como futuro integrante do Departamento de Recursos Humanos, foi extremamente importante conhecer as atribuições e responsabilidades de cada departamento, assim como, os desafios que enfrentam no dia-a-dia, pois permitiu-me obter um conhecimento genérico de todas as áreas da empresa que, de outra forma seria bastante mais difícil.

Este é um processo que tem a duração de cerca de um mês, mas apresenta-se como fulcral para o colaborador se sentir desde logo parte integrante da atividade da Amorim Cork Composites, conhecer todos os colegas de trabalho, perceber os seus objetivos e desafios e perceber a cultura que caracteriza a Amorim Cork Composites.

## 2.2 Recrutamento e Seleção

### 2.2.1 Enquadramento Teórico

Primeiramente, é necessário distinguir os conceitos de recrutamento e de seleção.

O recrutamento refere-se ao processo que decorre entre a decisão de preencher um cargo vago e o apuramento dos candidatos que preenchem o perfil da função e reúnem condições para ingressar na empresa (Camara, Guerra, & Rodrigues, 2013).

O perfil de candidato vai sempre depender de algumas variáveis como:

- Competências Profissionais- conhecimento/experiência
- Características Pessoais- Personalidade e aptidões
- Motivações
- Outros Requisitos como por exemplo formação de base e requisitos físicos.

A atração dos candidatos é um dos pontos mais fulcrais do processo de recrutamento e dentro das organizações esta atração depende sempre do:

- *Employer Brand*- a imagem apresentada por uma organização como um bom empregador;
- *Employee Value Proposition*- aquilo que a organização tem para oferecer e o que os potenciais colaboradores valorizam.

O processo de recrutamento e seleção para uma função deve percorrer algumas etapas (Cunha, et al., 2012):

1º- Análise do trabalho;

2º- Definição do Perfil de competências, capacidades, aptidões e qualificações necessárias para o exercício da função;

3º- Decidir como e onde recrutar;

4º- Seleção dos candidatos;

5º- Atribuição dos candidatos aos postos de trabalho;

6º- Observação/Estudo do desempenho dos indivíduos;

7º- Avaliação do processo de recrutamento e seleção.

Dentro do recrutamento temos o recrutamento interno e o recrutamento externo.

O **recrutamento interno** consiste, essencialmente, no preenchimento da vaga por um colaborador que ocupa outra função, mas já faz parte da empresa. O recrutamento interno tem diversas vantagens como aproveitar o potencial humano e o investimento feito nele, motiva e encoraja os funcionários sendo importante para a permanência de funcionários e a sua fidelização, mas o recrutamento interno também pode bloquear a entrada de novas ideias.

O recrutamento interno pode ser levado a cabo, por exemplo, através de escolha direta do colaborador ou de concurso interno dentro da organização.

Já o **recrutamento externo** consiste em identificar, no mercado, candidatos com perfil para preencher a vaga existente. O recrutamento externo apresenta algumas vantagens, em relação ao recrutamento interno, como a “injeção de sangue novo na empresa”, a identificação de novos candidatos que mesmo não ficando na vaga atual, podem vir a integrar a empresa noutra oportunidade e permite ainda, reforçar a visibilidade da empresa e fortalecer *o employer branding* da empresa. Este tipo de recrutamento apresenta inconvenientes como ser dispendioso, e riscos de incompatibilidade cultural e, em certos casos, criar problemas nas expectativas de carreira dos colaboradores dando a ideia que só são dadas oportunidades a pessoas externas.

O recrutamento externo pode envolver uma ou mais técnicas como arquivo de fichas de candidatos, anúncios em jornais e revistas, empresas de recrutamento, *E-Recruitment*, entre outros.

De salientar que dentro destes tipos de recrutamento (interno ou externo), o recrutador deve ter sempre em consideração a vaga disponível para decidir que tipo de recrutamento se deve prosseguir.

O *E-recruitment*, referido anteriormente como um exemplo de técnica de recrutamento externo, é o processo de recrutamento realizado através da internet com o auxílio de ferramentas que permitem a receção de candidaturas e a realização de triagens online.

Este tipo de recrutamento apresenta algumas vantagens e desvantagens quando comparado com os métodos físicos de recrutamento. Segundo Cunha, et al., (2012), o *E-recruitment* permite à empresa receber uma maior quantidade de candidaturas, reduzir custos, aceder a uma base de

dados de candidatos de maior dimensão (ex. profissionais que não estejam ativamente à procura de emprego) mas levanta algumas desvantagens como, por exemplo, não alcançar pessoas com dificuldade em aceder a meios informáticos e aumenta a quantidade de candidaturas não desejáveis. Já para o candidato, este tipo de processos permite tornar o processo de recrutamento mais rápido e simplificado e permite aceder a páginas de diferentes empresas.

Depois do processo de recrutamento segue-se a seleção. Esta consiste, essencialmente, na escolha entre os finalistas do processo de recrutamento e na tomada de decisão sobre a qual(ais) deles deve ser feita a oferta do cargo.

Existem diversas técnicas para levar a cabo a seleção dos candidatos, entre elas a entrevista, os questionários e os *assessment centers*.

A mais comum é a entrevista de seleção que consiste num processo de comunicação entre duas ou mais pessoas que interagem sobre si e no qual uma das partes está interessada em conhecer melhor a outra. As entrevistas de seleção não devem ser feitas de improviso devendo, pelo contrário, ser preparadas com cuidado de forma a minimizar os inconvenientes que podem surgir de uma entrevista mal realizada. Os inconvenientes podem surgir do facto de ser uma técnica com algum grau de subjetividade, pelo que exige uma preparação prévia por parte do entrevistador, desde logo, identificar e definir os objetivos da entrevista, conhecer em detalhe o curriculum do entrevistado/candidato e os requisitos da função. A entrevista é, contudo, uma técnica de seleção muito utilizada, pois, apresenta algumas vantagens, nomeadamente, ser apropriada para qualquer função, permitir o contacto face a face com o candidato e avaliar as suas reações, dar oportunidade ao candidato para avaliar a organização, entre outras.

O processo de entrevista pode ser conduzido de 4 maneiras distintas:

- Entrevista estruturada (segue um plano com perguntas padronizadas e previamente elaboradas para obter respostas fechadas);
- Entrevista semiestruturada (perguntas previamente elaboradas, mas que permitem respostas abertas);
- Entrevista Diretiva (determina o tipo de resposta a obter, mas não especifica as questões);
- Entrevista Não-Diretiva (entrevista totalmente livre).

No início de qualquer entrevista o principal objetivo do entrevistador é colocar à vontade o candidato para tentar quebrar algumas barreiras e algum nervosismo inicial, devendo tratar se

o candidato pelo nome, apresentar-se, criar um ambiente mais informal e esclarecer o candidato quanto ao objetivo da entrevista.

Depois de quebrar algumas barreiras a nível de nervosismo e ansiedade que o candidato possa expressar, é importante recolher o máximo de informação possível durante a entrevista e é fulcral criar uma comunicação bilateral, ouvindo, fazendo observações e perguntas específicas e, responder a eventuais questões.

No final da entrevista é de extrema importância esclarecer o candidato sobre alguma dúvida que possa ter permanecido e também informá-lo sobre o processo de seleção levado a cabo pela empresa.

Depois de fechar a entrevista é importante avalia-la antes de receber o próximo candidato através das informações recolhidas ao longo da mesma e registar essas mesmas informações/impressões.

### **2.2.1.2 Portugal e a Atração/Retenção de Talento<sup>8</sup>**

No estudo IMD World Talent Ranking (2023), a IMD coloca Portugal na 25<sup>a</sup> posição num ranking de talentos que avalia a Atratividade, Preparação e Investimento e Desenvolvimento de 64 economias de outros tantos países.

Em relação ao ano de 2022, Portugal apresenta uma subida no indicador de Atratividade, mas apresenta uma descida a nível de Investimento e Desenvolvimento e ainda no fator Preparação. Quanto à Atratividade, Portugal destaca-se a nível de “Exposição a Partículas Poluentes” ocupando o 11º lugar do ranking neste tema, mas apresenta resultados preocupantes em variáveis como “Fuga de Cérebros” e “Motivação Laboral”, onde ocupa os lugares 54º e 57º, respetivamente. Quanto ao Investimento e Desenvolvimento, Portugal destaca-se pela positiva em “Presença Feminina no Local de Trabalho”, ocupando o 5º lugar do ranking neste ponto, mas apresenta classificações preocupantes no que toca à “Formação de Funcionários” onde ocupa apenas a 60.º posição no ranking. Por último, a nível de Preparação, Portugal apresenta um bom resultado a nível de “Competências Linguísticas” ocupando o 10º lugar, mas ocupa

---

<sup>8</sup> IMD. (2023, Setembro). World Talent Ranking 2023. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-talent-ranking/>

posições preocupantes no que toca a “Experiencia Internacional” e “Gestores Seniores Competentes”, onde ocupa a 56.º e 52.º posição, respetivamente.

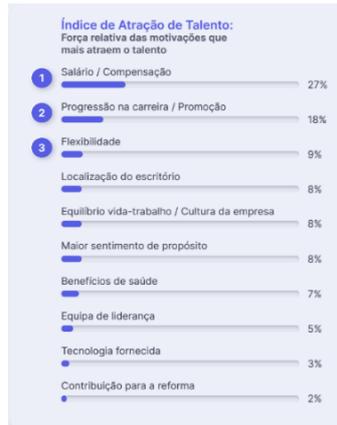
Estes resultados, além de levantarem critérios fundamentais para os países serem mais competitivos a nível de atração e retenção de talento, demonstram que Portugal ainda tem um longo caminho a percorrer em aspetos fulcrais como a Motivação Laboral, Formação, Fuga de Cérebros e Gestores Seniores Competentes, aspetos estes que são fulcrais para um Portugal que pretenda reter e atrair os melhores talentos e que pretenda retirar o máximo da “geração mais qualificada de sempre”.

### **2.2.1.3 O que procuram os talentos em Portugal?**

O estudo Talent Trends (2023, Portugal) conduzido pela Michael Page, aponta que 97% dos trabalhadores estão abertos a novas oportunidades, ou seja, o mercado de talentos está sempre em movimento o que torna a retenção de talentos um desafio para todas as organizações. O “*Job Hopping*” é uma tendência que não tende a desaparecer.

Segundo o mesmo estudo, apenas 8% dos colaboradores pediu um aumento salarial em 2022 e este número, segundo a Michael Page, é o resultado do novo contexto em que vivemos e no qual, os colaboradores sentem que conseguir um melhor acordo noutra empresa é preferível a pedir um aumento. Uma tendência que deve ser acompanhada de perto pelas organizações onde será importante, cada vez mais, ter uma postura de antecipação e priorizar o talento de elevado valor.

A mesma empresa, a partir dos dados recolhidos construiu um índice de atração de talento que apresenta alguns números interessantes. Como esperado, o salário continua a ser a maior força para atrair talento logo acompanhado pelas oportunidades de progressão de carreira, surgindo em 3º lugar a flexibilidade, como podemos observar na Figura 9.



*Figura 9 Índice de Atração de Talento*

Fonte: Michael Page (2023)

### 2.2.2 Programa *Cork Potential*

O programa *Cork Potential* é uma iniciativa da Amorim Cork Composites com o intuito de captar novos talentos ao proporcionar oportunidades de estágio curricular em ambiente industrial. O programa Cork Potential encontra-se na 12ª Edição e é visto na empresa como um grande impulsionador de integração de novos talentos dentro da Amorim Cork Composites.



*Figura 10 Logótipo Cork Potential*

Fonte: Amorim Cork Composites (2023)

O programa *Cork Potential* destina-se a alunos que estejam a frequentar o último ano de mestrado e que tenham possibilidade de realizar a sua dissertação/projeto em ambiente industrial. O programa dá a possibilidade aos candidatos de adquirirem conhecimentos e experiências, implementar conceitos académicos e desenvolver atividades que fazem parte do normal funcionamento de uma empresa. Os candidatos não necessitam de experiência profissional, e os requisitos para este programa prendem-se com:

- No início do programa (outubro), o candidato tem de estar a frequentar o 2º ano de Mestrado;
- Ter a possibilidade de realizar um estágio curricular em ambiente empresarial;
- Disponibilidade para realizar o estágio durante 9 meses, com início em outubro;
- Disponibilidade para se deslocar todos os dias às instalações da Amorim Cork Composites.

A Amorim Cork Composites oferece uma bolsa de estágio, alimentação na cantina da empresa e, permite ainda, a possibilidade aos estagiários de desenvolverem a sua dissertação/projeto em ambiente industrial com possibilidade de contribuir em tarefas de grande valor acrescentado e efetivamente fazer a diferença numa empresa de grande dimensão.

Para o ano de 2023 foram aprovados 14 projetos em diversas áreas, como a Gestão de Recursos Humanos e a área de Produção.

Os projetos aprovados seguem para o departamento de RH tendo em conta 3 parâmetros:

- O perfil pretendido, onde se inclui as habilitações académicas/área de estudo pretendida e as competências que o candidato deve ter;
- Os objetivos, onde estão definidos os objetivos que o estagiário deverá cumprir ao longo do estágio.
- O resultado esperado, onde é indicado o output esperado no final do estágio na Amorim Cork Composites.

### 2.2.2.1 Processo de Recrutamento

A primeira fase do processo de Recrutamento respeita à publicação das oportunidades de recrutamento no *site* da Amorim Cork Composites. Na publicação era identificada a oportunidade, o perfil do candidato e o resultado esperado, como podemos observar na Figura 11.



<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilitações literárias: A frequentar o mestrado em Gestão ou Economia ;</li> <li>- Disponível para estágio curricular com a duração de 9 meses;</li> <li>- Conhecimentos em Excel avançado(Preferencial);</li> <li>- Conhecimentos de inglês;</li> <li>- Boa capacidade de comunicação;</li> <li>- Espírito de equipa;</li> <li>- Capacidade de resiliência e proatividade;</li> </ul>
<b>Principais Objetivos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desenvolvimento de best practices e estruturação do sistema de Reporte de ESG</li> </ol>
<b>Principais Resultados Esperados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtenção de sistema estruturado e otimizado de forma a conseguir um report atempado e com elevada qualidade</li> </ol>

*Figura 11 Oportunidade Cork Potential*

Fonte: Amorim Cork Composites (2023)

No final da página era disponibilizado um formulário de candidatura onde o candidato deveria colocar as informações pessoais e anexar o CV, a Carta de Apresentação e, ainda, a informação de como teve conhecimento da vaga em questão, como mostra a Figura 12.

The image shows a web form titled "Formulário de Candidatura". It has several input fields: "Nome", "Apelido", "Email", "N.º Telemóvel", "Cidade", "Perfil do LinkedIn", "Currículo/CV" (with a file upload button "Escolher ficheiro" and the text "Nenhum ficheiro selecionado"), and "Carta de Apresentação" (with a file upload button "Escolher ficheiro" and the text "Nenhum ficheiro selecionado"). Below these fields are two dropdown menus: "Como encontrou esta vaga?" and "Como teve conhecimento desta oportunidade?". A small privacy policy notice is located below the dropdowns, and an "Enviar" button is at the bottom center.

Figura 12 Formulário de Candidatura Cork Potential

Fonte: Amorim Cork Composites (2023)

Após completar o formulário de candidatura, esta era armazenada num *software* interno que notificava o departamento de RH por email de que havia novas candidaturas. A partir daí o departamento de Recursos Humanos podia consultar o *software* e avaliar a respetiva candidatura. Nesta fase do recrutamento, um dos problemas mais recorrentes era o elevado volume de candidaturas que não podiam ser consideradas pelo facto de não preencherem os requisitos de admissibilidade ao programa.

Numa segunda fase foi importante considerar outros meios para atrair talento, entre eles, a publicação de anúncios no *LinkedIn* e também o contacto com instituições de ensino. Nesta fase fui encarregue de pesquisar universidades e politécnicos com mestrados que pudessem ser relevantes e elegíveis para as várias oportunidades do programa. Não sendo este programa recente, algumas instituições universitárias não só conheciam o programa, como tinham já protocolos de estágio com a Amorim Cork Composites. Pelo que, o contacto estabelecido nesta fase, foi mais de reforço de contacto e de dar a conhecer as novas oportunidades. Algumas das universidades e institutos politécnicos solicitaram que as oportunidades fossem anunciadas nas suas plataformas internas, por isso, fiquei encarregue de explorar as respetivas plataformas e redigir/publicar os anúncios nas mesmas, como podemos observar no anexo I.

Em simultâneo com o trabalho de pesquisa e contacto com as instituições de ensino superior fui, também, responsável por gerir as candidaturas destas “novas” plataformas e ainda gerir as candidaturas que surgissem nas publicações do LinkedIn relativas a este programa.

Numa terceira fase uma das principais tarefas passou por utilizar o programa LinkedIn Recruiter para aumentar, ainda mais, o número de candidatos.

O LinkedIn Recruiter passou a ser uma ferramenta de uso diário nesta fase do recrutamento e, o maior objetivo consistia em filtrar, ao máximo, o total de candidatos apresentados pela plataforma. Nesta procura por talento no LinkedIn, foram utilizados recorrentemente 3 filtros:

- Ano de Graduação - como estávamos à procura de alguém no 1º ano de mestrado, o ano de graduação seria sempre 2024);
- Instituições de Ensino – foi utilizado o levantamento de instituições de ensino recolhidas anteriormente;
- Palavras-Chave- onde incidíamos sobre o background académico que procurávamos, por exemplo, na procura por um aluno de Economia ou similares era importante colocar Economia ou Economics.

Nesta fase surgiram algumas dificuldades recorrentes, nomeadamente, os perfis não estarem completos ou estarem em inglês. Isto limitava a aplicação dos filtros, pois podiam impedir o acesso a perfis que nos interessavam. Para evitar este tipo de situações utilizamos apenas os filtros referidos anteriormente (Ano de graduação, Instituição de Ensino e Palavras-Chave) que nos pareceram mais adequados, e que nos permitiram ter acesso a algumas centenas de perfis.

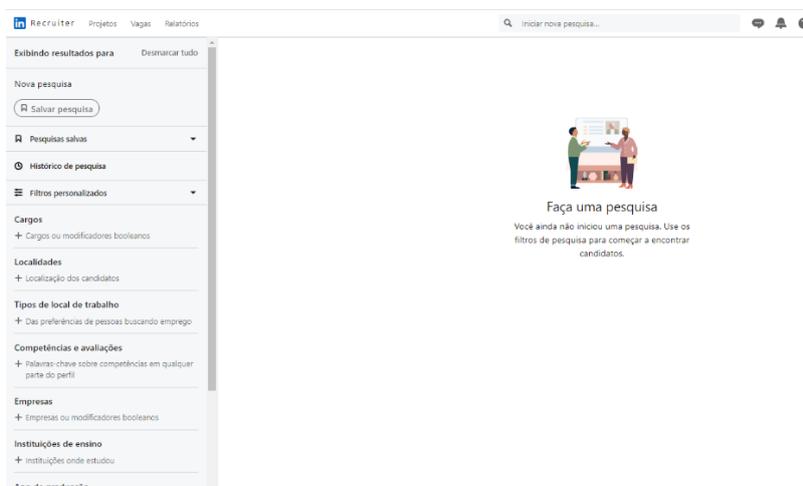


Figura 13 Plataforma LinkedIn Recruiter

Fonte: Elaboração Própria

Quando se encontrava um perfil que ia ao encontro dos requisitos que procurávamos, enviávamos um InMail ao potencial candidato. O InMail consiste numa mensagem direta ao candidato, que devia ser simples e objetiva, onde identificávamos a empresa e, resumidamente, explicávamos que estava a decorrer a fase de recrutamento para um programa de estágios na empresa, encorajando o potencial candidato a saber mais sobre as oportunidades oferecidas e a disponibilizar o seu CV, assim como o seu contacto telefónico.

Se o candidato mostrasse interesse, iniciava-se o processo de triagem telefónica.

### 2.2.2.2 Triagem Telefónica

Depois de ter assistido a algumas triagens telefónicas, tive a oportunidade de passar a realizá-las as triagens telefónicas. A triagem telefónica tinha como primeiro objetivo verificar as informações que constavam nos CV dos candidatos como:

- Validar se o candidato se encontra a finalizar o 1º ano de mestrado;
- Perceber se os candidatos já tinham um tema de dissertação definido, visto que o tema proposta pela Amorim Cork Composites era final e não iria sofrer alterações;
- Se tinham unidades curriculares em atraso;
- Verificar se o candidato podia iniciar o estágio em outubro e prolongar o mesmo durante 9 meses;
- Averiguar se seria exequível para o candidato se deslocar, presencialmente às instalações da empresa, 5 dias por semana das 9:00h às 18:00h.

Depois de confirmadas as informações do currículo e perceber se o candidato era realmente elegível para o programa, a triagem passava por:

- Perceber se o candidato conhecia a empresa ou o grupo; no caso de não conhecer, realizava uma pequena apresentação da Amorim Cork Composites;
- Explicar ao candidato o programa *Cork Potential* e os benefícios que o mesmo apresenta;
- Validar algumas competências fulcrais para a oportunidade em questão como, por exemplo, o conhecimento da língua inglesa.

No final da triagem, se tudo estivesse em concordância com os requisitos exigidos pela vaga, era importante tentar perceber a disponibilidade do candidato para uma entrevista online com uma pessoa do departamento de RH e, se possível, o orientador do estágio em questão.

### 2.2.2.3 Entrevista

Na entrevista online, o mais importante passava por conhecer o candidato através de perguntas maioritariamente abertas, com o objetivo de delinear o perfil do candidato, e perceber se o perfil fazia correspondência com a cultura da Amorim Cork Composites. Algumas das questões mais recorrentes passavam por:

- Questionar o candidato sobre as suas motivações para ingressar na área de estudo em que se encontra;
- Quais são as suas competências mais fortes e o que tem a melhorar;
- O que o distingue dos restantes candidatos;
- Como era descrito pela sua família e amigos;
- Gostos e motivações, fora da área em que ingressou no ensino superior.

A entrevista iniciava-se com uma breve apresentação de todos os elementos da Amorim Cork Composites presentes na entrevista, normalmente uma ou duas pessoas do departamento de Recursos Humanos e o orientador da proposta de estágio em questão. Depois desta breve apresentação, era pedido ao entrevistado que fizesse uma pequena apresentação que incidisse sobre as suas vivências, hobbies e experiência académica, com o intuito de começar a delinear o perfil do candidato.

Depois de abordado o percurso do candidato nas várias vertentes, um dos entrevistadores fazia uma apresentação mais profunda do Grupo Amorim, da empresa Amorim Cork Composites e do programa *Cork Potential*. Nesta fase eram apresentadas ao entrevistado, as condições gerais do programa, os objetivos do programa, o perfil procurado do(a) estagiário(a), a taxa de retenção de talentos provenientes deste programa e as possibilidades de crescimento dentro da empresa.

Depois desta introdução, o orientador da oportunidade fazia uma explicação mais detalhada do estágio, em particular, daquilo que gostaria de ver realizado no estágio, detalhando alguns aspetos técnicos. Neste momento é habitual o orientador colocar algumas perguntas de natureza técnica, de forma a poder avaliar os conhecimentos do candidato de acordo com a área de estágio. De seguida, o departamento de RH informa o candidato sobre o processo de

recrutamento com destaque para as etapas que se seguem à entrevista online, sendo definido um *deadline* para dar resposta (negativa ou positiva) ao candidato.

Depois de ter estado numa função de suporte em diversas entrevistas online, onde essencialmente observava, tirava notas e fazia algumas questões pontuais, foi-me dado o privilégio de conduzir algumas entrevistas online. Nas entrevistas que conduzi, fiz questão de seguir os procedimentos padrão da empresa e seguir ao máximo o que retive de entrevistas que pude acompanhar e apoiar.

Antes de iniciar o processo de entrevista e, com o intuito de preparar convenientemente a mesma, trocava algumas impressões com as pessoas da empresa que estariam comigo na entrevista, de forma a esclarecer tópicos de discussão e assim alinharmos ideias e objetivos.

Depois de alinhadas as principais ideias passávamos à entrevista que, na fase inicial, passava pela apresentação de todos os elementos ligados à Amorim Cork Composites.

De seguida, passava a palavra ao candidato e pedia que este fizesse uma pequena apresentação de si mesmo, onde englobasse o seu percurso académico, eventuais experiências que já tenha tido, as suas motivações e outros aspetos que o candidato achasse relevantes. Feita a apresentação do candidato, colocava algumas questões, como por exemplo: em que unidades curriculares se destacou, as maiores dificuldades que encontrou nas suas experiências (académicas ou profissionais), se teve alguma experiência que implicasse resistir a situações de pressão, se teve contacto com situações que envolviam trabalho de equipa e, se sim, preferiu trabalhar sozinho ou em equipa, entre outras perguntas que eram importantes aprofundar em relação ao percurso do candidato. O momento seguinte da entrevista passou, tal como já descrito anteriormente, por fazer uma apresentação introdutória do Grupo Amorim, em particular da Amorim Cork Composites, nomeadamente o negócio, missão, visão e valores, bem como ainda os setores de mercado onde atua e a sua estrutura organizacional. De seguida o orientador de estágio em questão explicava, de forma mais técnica, no que iria consistir a oportunidade e o que procurava num candidato para exercer as funções.

No final da entrevista eram esclarecidas eventuais dúvidas do candidato e definido o prazo de resposta ao candidato por parte da Amorim Cork Composites, que nesta fase do recrutamento eram cerca de 2 dias úteis.

Depois de finalizada a entrevista, reunia as notas e tentava de imediato reunir com o orientador desta oportunidade de estágio para este dar o seu feedback.

- Se o orientador entendesse que o perfil ia ao encontro do que procurava era marcada de seguida uma entrevista presencial com o candidato;
- Se o orientador entendesse que aquele não era o perfil que procurava, era importante perceber, desde logo, o que falhou neste perfil e o que deveríamos procurar em alternativa, ficando ainda encarregue de entrar em contacto com o candidato e informá-lo de que não iria avançar para a próxima fase. Neste contacto agradecia a sua disponibilidade e explicava o porquê de não avançar para a próxima fase do recrutamento. Pedia ainda ao candidato que não visse naquela situação um fechar de portas por parte da empresa, encorajando-o a estar atento às diversas oportunidades que vão surgindo na empresa.

Se o feedback do orientador fosse positivo para passar o candidato à próxima fase, o processo passava para uma visita às instalações e no final uma pequena entrevista para validar alguns pontos, onde normalmente eram reservados trinta minutos para a visita às instalações e trinta minutos para a entrevista presencial.

Depois de ter assistido a diversas entrevistas presenciais, surgiu a oportunidade de liderar algumas entrevistas neste formato. Estas começaram sempre nos Recursos Humanos, onde era responsável por entregar os Equipamentos de Proteção Individual ao candidato que são obrigatórios no chão de fábrica (mesmo que os candidatos não estivessem a concorrer para uma vaga que envolvesse muito chão de fábrica, a visita passava sempre, num primeiro momento, pelo chão de fábrica). Depois de entregues os EPI, era encarregue, em conjunto com o orientador do estágio, pela visita guiada às instalações, com ênfase no possível local de trabalho onde o candidato, se ficasse selecionado, iria desempenhar as suas funções. Depois de feita a visita guiada, a entrevista passava para uma sala da Amorim Cork Composites, onde seria importante responder a alguma dúvida que tenha surgido ao candidato durante a visita e também verificar alguns pontos cruciais, como por exemplo os conhecimentos em inglês, antes de o candidato ser equacionado para assumir o lugar.

O processo de seleção final era muito semelhante ao da primeira fase, onde era importante reunir-me com o orientador e perceber se o candidato vai de encontro àquilo que procura.

Se o candidato for selecionado, é importante entrar logo em contacto com o mesmo e perceber se o interesse e disponibilidade do candidato continuam e, se sim, informá-lo que é o candidato selecionado para o lugar. Neste momento, era responsável por pedir algumas informações pessoais para começar o processo interno de admissão do candidato (nome, email, foto tipo passe, tamanho para calçado de proteção e colete e nº de telefone).

## 2.3 Formação e Desenvolvimento Humano

### 2.3.1 Enquadramento Teórico

A formação pode ser definida como “o conjunto de experiências de aprendizagem planeadas por uma organização, com o objetivo de induzir uma mudança nas capacidades, conhecimentos, atitudes e comportamentos dos empregados no trabalho” (Cunha, et al., 2012). A formação e o desenvolvimento de pessoas não podem ser só remetidos à habitual formação em sala ou em e-learning, por exemplo. A formação e desenvolvimento dos trabalhadores pode e deve ocorrer em momentos formais e informais, em salas de aula, mas também em simples conversas com a chefia. Esta deve ser encarada como “uma filosofia de vida organizacional” e não ser levada a cabo apenas em momentos formais definidos para o efeito (Cunha, et al., 2012).

A formação e o desenvolvimento de pessoas são parte fulcral para o sucesso de qualquer organização. O investimento no desenvolvimento dos colaboradores não deve ser visto como um custo, mas sim como uma ação estratégica para uma organização que pretende continuar a evoluir. Segundo o Código do Trabalho, Artigoº 130, a formação profissional tem como objetivos:

- a) Proporcionar qualificação inicial a jovem que ingresse no mercado de trabalho sem essa qualificação;
- b) Assegurar a formação contínua dos trabalhadores da empresa;
- c) Promover a qualificação ou reconversão profissional de trabalhador em risco de desemprego;
- d) Promover a reabilitação profissional de trabalhador com deficiência, em particular daquele cuja incapacidade resulta de acidente de trabalho;
- e) Promover a integração sócio-profissional de trabalhador pertencente a grupo com particulares dificuldades de inserção.

Cabrera (2006) classifica três tipos de métodos de formação:

- **Apresentação de informação** que engloba sessões meramente expositivas, a formação assistida por computador e o E-Learning;
- **Simulações** que já engloba estudos de caso, role-playing, assessment centers, entre outros;

- **Formação no Posto de Trabalho** que seria mais direcionado para coaching, mentoria, rotação de funções, entre outros.

A formação dos trabalhadores ganhou significativo relevo nos dias de hoje, devido à importância das organizações baseadas no conhecimento. Garvin, Edmondson, & Gino, (2008) apontam que as organizações baseadas no conhecimento são especializadas em 2 aspetos, por um lado, são organizações capazes de criar, adquirir, interpretar, transferir e reter conhecimento, mas também organizações capazes de agir e modificar o seu comportamento para responder a novos conhecimentos. Com a crescente importância da formação no seio das organizações é importante perceber como podemos fazer a gestão desta formação. A Gestão da Formação passa, essencialmente, por 4 etapas:

- 1- O levantamento das necessidades formativas
- 2- A definição da política de formação e do plano de formação/programação
- 3- Implementação do plano de formação
- 4- Avaliação do processo formativo.

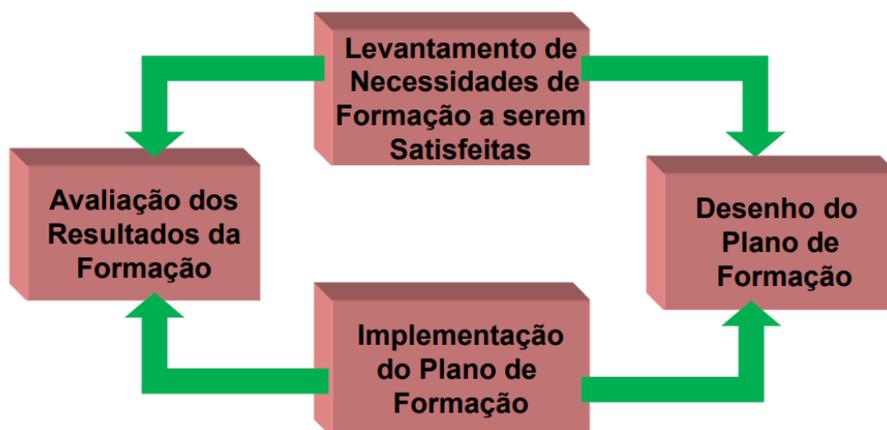


Figura 14 Gestão da Formação

Fonte: Figueiredo (2022)

Cunha, et al., (2012) aponta que, se o processo formativo for bem executado, este pode trazer significativos benefícios para a organização, como:

- Melhoria do desempenho dos colaboradores;
- Melhorias a nível da motivação;
- Redução do tempo de aprendizagem necessário para atingir o desempenho aceitável;
- Mudança de atitudes;
- Resolução de problemas operacionais;
- Preenchimento das necessidades de planeamento de RH;
- Reforço de outras políticas de RH;
- Catálise de mudança;
- Fomentação de um clima de aprendizagem;
- Promoção da vantagem competitiva.

Para termos um exemplo prático da importância que os trabalhadores atribuem à formação, o relatório “Employer Brand Research 2023” levado a cabo pela Randstad, mostra que 86% dos profissionais considera que é importante que a organização promova oportunidades de formação (*reskilling*- aprendizagem de novas competências fora das competências atuais do trabalhador ou *upskilling*- aprendizagem com o intuito de expandir o conjunto de competências atuais do trabalhador), sendo que destes, 50% considera que essas oportunidades não lhes são oferecidas pelo empregador.

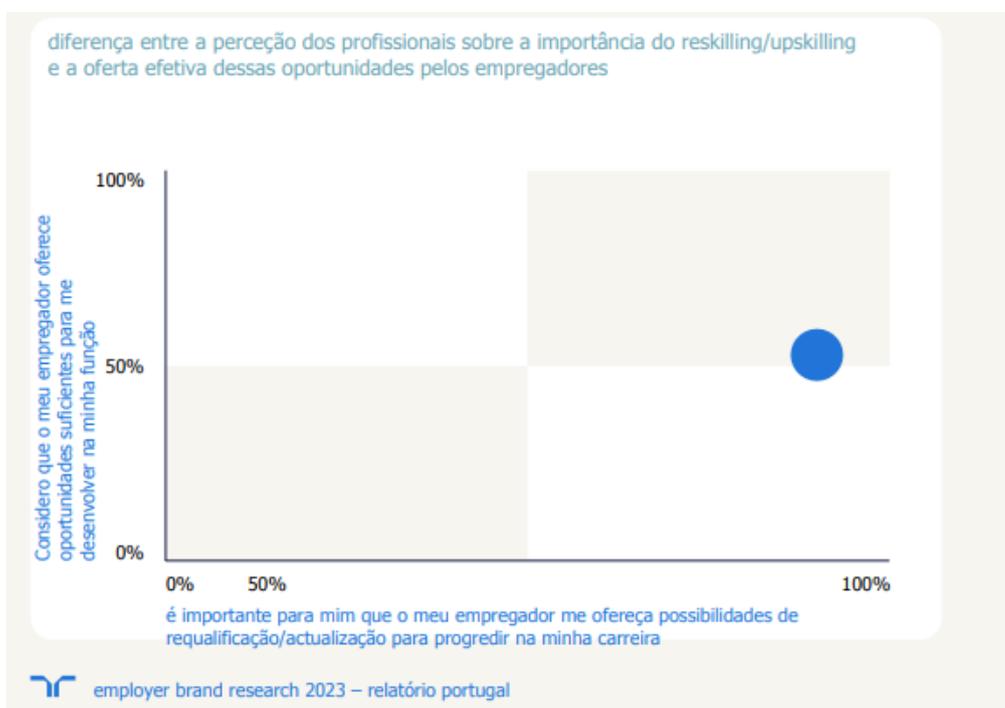


Figura 15 Diferença entre a percepção dos profissionais sobre a importância do *reskilling/upskilling* e a oferta efetiva dessas oportunidades pelos empregadores

Fonte: Randstad (2023)

### 2.3.2 Gestão da Formação

Na Amorim Cork Composites o processo de Gestão da Formação é contínuo, ou seja, é um processo cíclico onde impera a capacidade de **antecipar e identificar necessidades de formação, perceber como colmatar estas necessidades, implementar as medidas necessárias e avaliar as ações** implementadas. Depois de concluída a avaliação das formações, é necessário voltar a procurar necessidades de formação e nisto, graças a um esforço conjunto e a uma comunicação constante entre departamentos, as necessidades de formação são rapidamente identificadas e começa, novamente, o ciclo de gestão da formação.

Este processo é um processo contínuo, mas de extrema importância para uma empresa que quer estar na vanguarda da inovação e do conhecimento como a Amorim Cork Composites.

Além destes processos a nível da gestão da formação, a Amorim Cork Composites ainda dispõe de uma plataforma de E-Learning onde qualquer colaborador, a qualquer momento, tem acesso a dezenas de formações online em diversas temáticas, desde *skills* comportamentais como gestão de stress, gestão de tempo. A *hard skills* como minicursos em Office 365.

### 2.3.3 Supervisão de um Plano de Formação

Na Amorim Cork Composites, o Plano de Formação é um dos principais projetos do departamento de recursos humanos e conta com a intervenção direta de todo o departamento. Cada elemento do departamento de recursos humanos, em conjunto com o departamento alvo para a ação de formação, era responsável por acompanhar e planear diversas ações de formação previstas para o ano de 2023. Devido à importância do projeto, todos os integrantes do departamento de recursos humanos eram responsáveis por fazer um *briefing* semanal de todas as ações da sua responsabilidade e informar os restantes membros do departamento sobre atualizações relativas às ações planeadas.

Neste projeto, fui convidado a supervisionar e acompanhar todas as ações de formação de um departamento da empresa para o último trimestre do ano de 2023, ao qual, por questões de proteção de dados, não estou autorizado a referir. Num primeiro momento foi importante entrar em contacto com o departamento em questão, com o intuito de perceber se todas as ações planeadas faziam sentido, se havia ações a adicionar e quem eram os colaboradores alvo das

ações planeadas previamente. Depois deste contacto, foram adicionadas mais duas ações de formação que não estavam previamente definidas no Plano de Formação. Depois de alguma investigação e contacto permanente com o departamento em questão, foi possível averiguar que todas as formações em questão teriam de ser desenvolvidas por entidades externas à Amorim Cork Composites, e que as inscrições nas formações necessitavam de credenciais específicas referentes à Ordem (Exemplo Ordem dos Contabilistas) no âmbito das quais as formações se inseriam. A partir deste momento, era importante perceber quais os colaboradores que iriam participar e os valores associados à inscrição na ação de formação. Depois da aprovação por parte do departamento de Recursos Humanos, a minha tarefa passou por fornecer apoio à inscrição nas ações de formação para que as inscrições fossem efetuadas nos respetivos prazos.

### **2.3.4 Formação de Recrutamento**

Em relação ao Plano de Formação de 2023 da Amorim Cork Composites, fui desafiado a investigar e a elaborar uma proposta de formação para o departamento de Recursos Humanos na área do Recrutamento.

Não tendo *guidelines* definidas e tendo liberdade para desenvolver esta atividade, o meu primeiro passo passou por descobrir, internamente, o que era preciso melhorar no panorama do recrutamento dentro da Amorim Cork Composites. Graças ao processo de acolhimento que pude ter na Amorim Cork Composites, onde me foi dada a oportunidade de falar com diversos colaboradores de todos os departamentos da empresa, consegui perceber que o *Employer Branding* e o *Employer Value Proposition* eram conceitos fulcrais a ser abordados na ação de formação.

O passo seguinte passou por contactar entidades formadoras capazes de realizar ações de formação nas áreas referidas. Apesar de algumas das entidades formadoras apontarem, desde logo, que não estariam disponíveis para este tipo de ações, pude contar com uma resposta positiva por parte de outras. Desta forma, foi marcada uma reunião via Microsoft Teams para discutir e delinear o plano de formação. Nas reuniões foram identificados os temas que deveriam integrar as formações, tendo as entidades formadoras sugeridos outros, para além, dos que tinha já identificado. Uma das propostas, por exemplo, foi na área de e-learning com

duração de 8 horas. Além de apresentar os conceitos e métodos de melhoria para o *Employer Branding* e o *Employer Value Proposition*, contava ainda com a introdução a novas técnicas de recrutamento, exemplos de casos de estudo, entre outros tópicos. No final deste processo de contacto com as entidades formadoras, recolhi todas as propostas de formação que apresentei, depois, ao departamento de Recursos Humanos.

### 2.3.5 Registo de Horas das Formações de SST

Outra atividade desenvolvida na área da gestão da formação, consistiu na receção da lista de presenças das diversas ações de formação em matéria de Segurança e Saúde no Trabalho (SST) e efetuar o registo num documento em Excel das presenças, logo, das horas de formação recebidas por cada colaborador. O processo consistiu em:

1. Introduzir o nome da ação de formação;
2. As horas totais da formação;
3. O nº do colaborador;
4. As horas de formação recebidas por cada colaborador.

### 2.3.6 Participação em Ações de Formação

Enquanto estagiário na Amorim Cork Composites, tive ainda a oportunidade de participar em diversas ações de formação relativas à Sustentabilidade. Pude assim, assistir a algumas *talks* referentes à Semana da Sustentabilidade 2023 onde foram abordados temas como:

- Tornar o *Packaging* mais sustentável;
- A Sustentabilidade como pilar estratégico.

Surgiu ainda a oportunidade de participar numa outra ação de formação com o objetivo de dotar os colaboradores de alguns conhecimentos técnicos na ótica da Sustentabilidade (Pilar Fundamental da estratégia da Amorim Cork Composites) como os *Life Cycle Assessment*, os fatores *ESG (Economical, Social and Governance)*, entre outros conceitos técnicos.

Por último, participei numa ação de formação com duração de uma hora, que incidiu sobre todos os procedimentos técnicos para utilizar o *software* interno de gestão de faltas, marcação e consulta de mapa de férias e registo de horas.

## 2.4 Comunicação Interna

### 2.4.1 Enquadramento Teórico

A comunicação empresarial é uma função de gestão que oferece uma estrutura para uma coordenação eficaz de toda a comunicação interna e externa com o objetivo geral de estabelecer e manter uma reputação junto dos grupos de *stakeholders* dos quais a organização depende. (Cornelissen, 2017, p.5).



Figura 16 A comunicação empresarial como estrutura integrada para gerir a comunicação

Fonte: Alexandre (2020)

É importante perceber que a comunicação empresarial não é apenas a troca de informação com *stakeholders*, mas sim, uma construção e projeção de uma determinada imagem da organização. Assim, um plano de comunicação deve envolver um conjunto de atividades direcionadas, quer a públicos internos quer a públicos externos.

De acordo com Carnavale (2023) “A comunicação interna é o contacto entre colaboradores, de forma ascendente ou descendente, horizontal ou vertical, entre departamentos ou entre membros da mesma equipa, dentro da mesma empresa”.

A comunicação interna tem como grande objetivo fornecer informação específica e relevante aos funcionários e construir uma comunidade organizacional em que os colaboradores se identificam com a organização. Estas podem ser, hierarquicamente, de carácter ascendente,

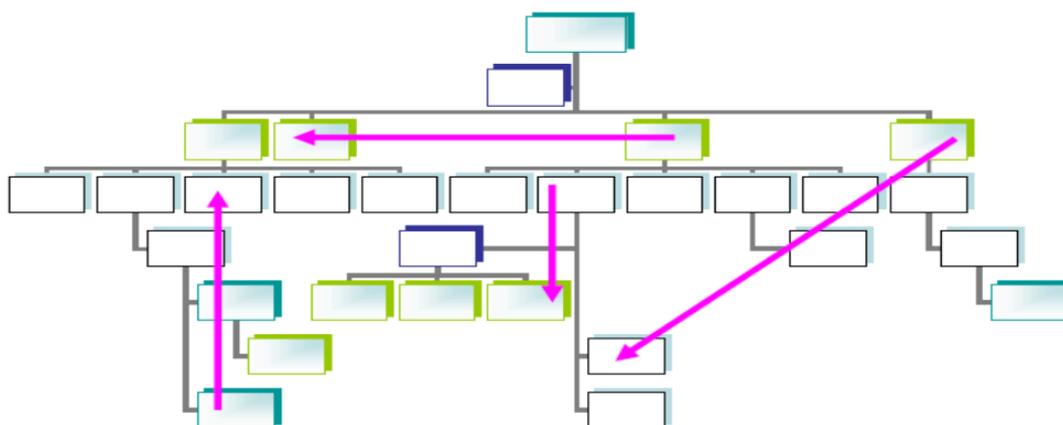
descendente, horizontal e diagonal, como podemos observar pela figura 17. No tema de comunicação interna podemos identificar duas áreas centrais:

1º- Gestão da comunicação;

2º- Informação corporativa e sistemas de comunicação (ICSC).

A gestão da comunicação seria, essencialmente, a comunicação entre uma chefia e os seus subordinados, enquanto o ICSC tem um foco mais amplo do que esse tipo de comunicação. O ICSC, normalmente, transmite informações aos funcionários através de:

- Intranet;
- Email;
- Televisão Corporativa;
- Grandes reuniões e assembleias;



*Figura 17 Comunicação descendente, ascendente, horizontal e diagonal*

Fonte: Alexandre (2020)

É importante referir que a comunicação interna é mais produtiva quando o processo de comunicação é bidirecional e não um fluxo unidirecional de informações. Sem oportunidades de exprimirem o seu feedback e de se manifestarem livremente, os funcionários podem sentir que o seu papel profissional e o seu bem-estar estão a ser reprimidos ou controlados. Isto terá sempre um efeito direto no seu empenho, motivação e identificação com a organização.

## 2.4.2 Comunicação de ações de formação

Na Amorim Cork Composites, os colaboradores deveriam realizar pelo menos duas ações de formação incorporadas no sistema de E-Learning da Amorim Cork Composites. Os colaboradores tinham a oportunidade de sugerir duas formações que gostariam de realizar, mas era da responsabilidade da chefia confirmar as mesmas sugestões ou sugerir ações de formação diferentes. Depois de recolhidas e confirmadas as ações de formação, fui responsável por analisar os dados recolhidos e, individualmente, enviar um documento que informasse os colaboradores sobre as duas ações de formação que deveriam realizar e os prazos a cumprir.

## 2.4.3 Semana da Sustentabilidade

Na figura 18, podemos observar o programa da Semana da Sustentabilidade de 2023 da Amorim Cork Composites.



Figura 18 Programa da Semana da Sustentabilidade 2023

Fonte: Elaboração Própria

### 2.4.3.1 CarSharing

Na semana da sustentabilidade fui responsável, primeiramente, por fazer um *benchmarking* sobre o *Carsharing* (sistema de boleias), com o intuito de perceber se era viável a implementação deste conceito na Amorim Cork Composites.

Depois de recolhida a devida informação, fiz uma apresentação da mesma à orientadora do meu estágio curricular, Dr<sup>a</sup>. Lúcia Silva. Esta apresentação consistia essencialmente em alguns pontos como:

- Benefícios da criação do serviço *CarSharing* (com alguns dados explicativos);
- Sistemas para criar o serviço;
- Como fazer a Recolha Interna.

Depois desta apresentação, decidiu-se começar com um questionário interno para conseguir recolher as informações necessárias de forma a podermos avançar com a iniciativa. Recaiu sobre mim a responsabilidade de fazer o questionário.

Tinha sido anteriormente decidido que, a recolha dos dados teria como objetivo perceber quem estaria interessado em aderir à iniciativa, mas o foco agora seria perceber quantos colaboradores estariam dispostos a ser a pessoa responsável por disponibilizar o transporte, e a partir dessas respostas, tentar perceber se seria exequível avançar com a ideia. Nesse sentido, criei um questionário (Anexo II) em Microsoft Docs, validado pela chefia.

### 2.4.3.2 Iniciativa Água Mais, Plástico Menos

A iniciativa “Água Mais, Plástico Menos” tinha como grande objetivo combater o uso de plástico dentro da Amorim Cork Composites e consistiu em oferecer uma garrafa de água reutilizável, feita a partir de materiais recicláveis, a todos os colaboradores da empresa.

Neste âmbito, foi-me lançado o desafio de criar uma mensagem de *awareness* que devia acompanhar a entrega da garrafa reciclável, com o objetivo de alertar e reforçar a necessidade de reduzir o uso de plástico dentro da empresa. Como o propósito era, desde logo, criar algum impacto com a mensagem, foi importante fazer alguma pesquisa e reunir alguns dados que pudessem tornar a mensagem o mais impactante possível. Ao criar a mensagem, apresentei ainda a ideia de colocar algumas ideias para que os colaboradores pudessem transportar estes princípios de sustentabilidade para fora da empresa e, assim, combater o uso de plástico dentro e fora da Amorim Cork Composites. Foi então criado um *flyer* (Figura 19) onde se colocou a mensagem a transmitir e, no verso, as ideias/sugestões para a redução da utilização do plástico no dia a dia dos trabalhadores.

AMORIM  
CORK  
COMPOSITES

Caro colaborador,

Sendo a Sustentabilidade um dos pilares da Amorim Cork Composites, a **redução da utilização de plástico** é um dos grandes desafios da nossa empresa mas também da nossa sociedade.

Todos os anos cerca de **8 milhões de toneladas** de plástico acabam por **atingir os nossos oceanos**. Estudos dizem que em **2050** haverá **mais plástico no mar do que peixes**.

Para continuarmos a usufruir do plástico é importante repensar como o fazemos e adotar uma política de **economia circular**.

Com este intuito, a Amorim Cork Composites no âmbito da Semana da Sustentabilidade 2023 oferece esta garrafa reutilizável para contribuir para a redução da utilização de plástico.

Contamos contigo para fazer a diferença!



Figura 19 Flyer entregue aos colaboradores

Fonte: Elaboração Própria

Depois de criado o *flyer*, a tarefa seguinte prendeu-se com a entrega das garrafas acompanhadas dos *flyers* a todos os colaboradores. Como estamos perante uma empresa de grande dimensão, houve uma divisão de tarefas no que respeita a fazer o levantamento do número de todos os colaboradores. Fiquei encarregue de fazer a contabilização dos colaboradores das áreas industriais e, para isso, utilizei o *software* interno (SAP *Sucess Factors*), a partir do qual recolhi o contacto de todos os supervisores das diversas unidades industriais, conseguindo desta forma, fazer um levantamento atualizado de todos os colaboradores das áreas industriais.

### **2.4.3.3 Tarefas de Apoio na Semana da Sustentabilidade (ACC Talks)**

Durante a Semana da Sustentabilidade 2023, no decorrer das *ACC Talks* (programa anual de talks da Amorim Cork Composites) fui responsável por dar apoio a todas as atividades incluídas nesta iniciativa. Assim, apoiei a comunicação com os oradores das diversas *talks*, fui responsável por testar, antecipadamente, a plataforma onde iria ocorrer as *talks* e ainda colocar os *flyers* da Semana da Sustentabilidade em todos os pontos necessários para a divulgação da mesma, como salas de lanche e outros pontos de interesse para a Amorim Cork Composites, pertencentes ao concelho de Santa Maria da Feira.

### **2.4.4 Iniciativa de Comunicação Interna**

Já na fase final do meu estágio curricular, foi-me apresentada uma ideia que estaria a ser ponderada para integrar o plano de Comunicação Interna da Amorim Cork Composites. Esta foi uma ideia pensada no seguimento da Ação do Clima Organizacional e consistia num segmento de curiosidades relativas à empresa. A iniciativa tinha como objetivo dar a conhecer aos colaboradores os objetivos estratégicos da empresa.

No seguimento desta ideia, lançaram-me o desafio de recolher ideias e dados a incorporar nesta iniciativa e também criar um *design* que conseguisse transmitir a informação de maneira apelativa aos colaboradores. Estas informações seriam, posteriormente, transmitidas nos meios de comunicação interna da empresa.

Depois de a ideia/projeto a implementar, o meu primeiro passo foi reunir alguns dados internos como:

- Nº de mulheres em cargos de liderança;
- Investimentos recentes em infraestruturas;
- Iniciativas no âmbito da sustentabilidade;
- Nº de acidentes de trabalho.

De seguida, através da plataforma Canva, desenvolvi diversos *designs*, com o intuito de sistematizar e facilitar a leitura dos dados recolhidos que apresentei depois à Dr<sup>a</sup> Lúcia Silva. Neste seguimento, uma das propostas de apresentação foi aprovada pelo departamento de recursos humanos. Podemos ver na Fig. 20 uma das propostas apresentadas.

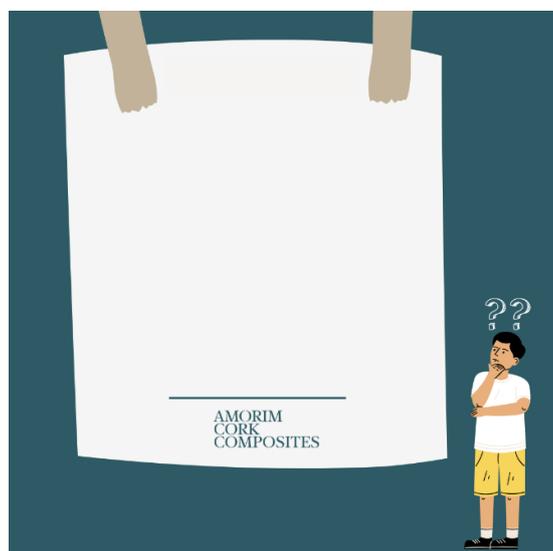


Figura 20 Exemplo de Template para Iniciativa de Comunicação Interna

Fonte: Elaboração Própria

### 2.4.5 Ação Clima Organizacional

O meu primeiro projeto dentro da Amorim Cork Composites foi o projeto Ação Clima Organizacional. Esta ação consistia num questionário com mais de 80 perguntas que incidiam em temas como as instalações e equipamentos da empresa, as relações com a chefia, reconhecimento e recompensa, política e estratégia da Amorim Cork Composites, entre outros temas fulcrais para a avaliação do clima organizacional dentro da empresa. Esta iniciativa contou com a participação, voluntária, de mais de 80% (mais de 400 respostas) dos colaboradores da Amorim Cork Composites.

O projeto teve início mesmo antes da minha chegada, tendo entrado já numa fase de discussão de resultados.

A recolha de dados para a ação Clima Organizacional foi realizada pelo Observatório Nacional de Recursos Humanos (ONRH) e teve como objetivo recolher e avaliar as perceções dos colaboradores relativamente a várias dimensões como a satisfação, lealdade e envolvimento dos colaboradores. O relatório apresentado pelo ONRH identificava os pontos fortes da organização e ainda as áreas de atuação prioritária onde deveriam ser feitas ações de melhoria.

A minha primeira tarefa passou por acompanhar de perto o processo de apresentação de resultados. A apresentação dos resultados obrigou à realização de diversas reuniões, com o objetivo de reunir com representantes de todos os colaboradores da Amorim Cork Composites. O intuito das reuniões consistia em perceber as interpretações de todos os presentes, quando confrontados com os resultados percebendo a perspetiva de cada um. Enquanto decorria a apresentação dos resultados realizada pela Dr.<sup>a</sup> Lúcia Silva, e conseqüente discussão com os colaboradores, a minha tarefa consistia em recolher informações, com vista à elaboração de um relatório com as principais ilações retiradas da reunião. No final de todas as reuniões, era assim, responsável por fazer um *report* da mesma e enviar para a Dr.<sup>a</sup> Lúcia Silva.

Depois de concluídas todas as reuniões, a minha tarefa passou por ajudar na criação de uma apresentação PowerPoint que sistematizasse todas as ilações e ações propostas nas diversas reuniões, com a intenção de apresentar os resultados à direção da empresa para reflexão e discussão.

Esta atividade em específico, sendo o primeiro projeto onde estive envolvido, permitiu-me através da participação em reuniões com o objetivo de identificar ações de melhoria contínua dos processos da Amorim Cork Composites, conhecer alguns dos pontos fracos e alguns dos pontos fortes da organização.

#### **2.4.6 Aniversários e Refeições da Semana**

A Amorim Cork Composites divulga os aniversários dos colaboradores de cada mês em *display* nos televisores espalhados pela empresa. No âmbito desta iniciativa e, no final de cada mês, era responsável por introduzir todos os aniversários do mês seguinte num *template* pré-definido pela empresa, que devia depois enviar para a Dr<sup>a</sup> Lúcia Silva.

Outra função semelhante acontecia em relação às refeições da semana. A Amorim Cork Composites providenciava opções para almoço e jantar através da cantina da empresa. Ao almoço, os colaboradores dispunham de quatro opções, uma opção de carne, uma de peixe, uma opção dieta e uma opção vegetariana. Já no jantar apenas a opção de carne, peixe e dieta estavam disponíveis. No início de cada mês a empresa que prestava o serviço, enviava um documento PDF com todas as refeições do mês e a minha tarefa consistia em recolher a informação do PDF e passá-la para um *template* da Amorim Cork Composites. Depois de colocada a informação no *template*, era da minha responsabilidade enviar o documento antes do início de cada semana à Dr<sup>a</sup> Lúcia Silva para esta o disponibilizar nos televisores da empresa.

## 2.5 Análise e Descrição de funções

### 2.5.1 Enquadramento Teórico

A Análise de Funções consiste num processo de recolha, análise e sistematização de informação acerca de uma função, com o objetivo de identificar as tarefas, bem como as competências necessárias para o seu desempenho. Esta pode ser considerada a espinha dorsal da atividade dos Recursos Humanos, devido a fornecer informação fulcral para o exercício das mais diversas atividades da GRH como o recrutamento e seleção, a avaliação de desempenho, formação e desenvolvimento, planeamento de carreiras, entre outras atividades.

A Análise da Função deve incluir:

- As tarefas desempenhadas na função, assim como o modo de realização do trabalho;
- Atividades/Comportamentos no trabalho (ex. tomar decisões);
- Interação com máquinas e equipamentos;
- Métodos de avaliação de desempenho (ex. nº de erros);
- Contexto da função e do trabalho (ex. condições físicas do trabalho);
- Requisitos e exigências individuais.

Esta análise tem como principal objetivo melhorar o desempenho da organização ao:

- Aumentar a produtividade;
- Elevar os níveis de competitividade.

O desenvolvimento tecnológico e o surgimento de novas funções tornam a análise de funções muito importante, tendo em conta o panorama mundial atual. Depois de realizada a análise da função, é elaborada a Descrição da Função que consiste em uma descrição escrita sobre aquilo que o trabalhador faz, como o faz e as condições sob as quais trabalha (Cunha, et al., 2012).

Esta descrição da função, normalmente, segue o formato de:

1. Título da função;
2. Objetivos da função;
3. Resumo das atividades a desempenhar/principais responsabilidades do cargo;
4. Requisitos/Especificações da função.

### **2.5.2 Atividade de Tradução da Descrição de Funções**

Uma tarefa extremamente importante que pude realizar durante a minha passagem pela Amorim Cork Composites foi a tradução do documento de Descrição de Funções da Amorim Cork Composites.

Esta tarefa tinha como objetivo facultar ao departamento de Recursos Humanos da Amorim Cork Composites localizada em Trevor, Wisconsin, Estados Unidos da América, o documento de Descrição de Funções traduzido de modo que, o mesmo, pudesse ser utilizado de forma eficaz, permitindo fornecer todas as informações necessárias relativas a cada uma das funções existentes.

O primeiro passo desta tarefa passou por analisar todo o documento de descrição de funções da Amorim Cork Composites e perceber como todo este processo era realizado, permitindo assim, perceber a dimensão do processo e o impacto que o mesmo tem, numa empresa com a dimensão da Amorim Cork Composites. O segundo passo residiu em analisar o organograma da Amorim Cork Composites de Trevor e fazer a interligação entre as funções da Amorim Cork Composites de Portugal e a Amorim Cork Composites de Trevor, com o intuito de definir quais as funções a traduzir (tendo em conta que a sede nos Estados Unidos da América é de menor dimensão, não era necessário traduzir todas as funções para Inglês).

Depois de feita a análise do organograma e o levantamento das funções a traduzir, efetuei a tradução de dezenas de funções comuns entre a Amorim Cork Composites de Portugal e de Trevor, criando um documento que serve, agora de suporte ao departamento de Recursos Humanos da Amorim Cork Composites de Trevor.

## 2.6 Outras Atividades Desenvolvidas

Durante o decorrer do meu estágio tive a oportunidade de desempenhar algumas tarefas mais pontuais, mas que foram de extrema importância para o meu crescimento pessoal e profissional.

### 2.6.1 Dinamização de *Kick-Off*

Durante o meu estágio foi-me apresentado um projeto interno que iria ter início em outubro e seria de minha responsabilidade a dinamização de uma proposta para o *kick-off* do projeto.

Em primeiro lugar, era importante procurar perceber o objetivo do *kick-off* e o que se tinha dinamizado nas edições anteriores. Depois de um *briefing* com a pessoa responsável pelo projeto, percebi que o intuito do *kick-off* seria:

- Apresentar todos os participantes do evento;
- Criar espírito de equipa entre os participantes;
- Comunicação, gestão de stress e liderança eram tópicos fulcrais a abordar no *Kick-Off*.

Depois de delineados os principais objetivos, o próximo passo passou por descobrir uma atividade de *team building* que agregasse todas as finalidades do projeto. Entreei em contacto com algumas empresas especialistas em *team building* para perceber as atividades recomendadas para o evento em questão. Depois desses contactos solicitei algumas propostas, 3 concretamente, para apresentar internamente ao DRH, com o intuito de serem avaliadas. Depois da apresentação das propostas, decidimos eliminar uma delas e, assim, ficar com duas atividades que entendemos iam ao encontro do que procurávamos.

O passo seguinte passou por tentar encontrar um espaço para acomodar o evento. Tendo as atividades algumas similaridades a nível de requisitos de espaço, tornou-se mais fácil fazer esta procura, sendo que o espaço a alugar teria de ser na zona do Porto ou Aveiro para facilitar a deslocação dos trabalhadores.

Depois de recolhidas as opções para as atividades a realizar, assim como dos espaços, fiz uma apresentação PowerPoint com toda a informação recolhida para, em conjunto com a minha supervisora Dr<sup>a</sup> Lúcia Silva, fazer a apresentação das ideias e dos espaços à direção da Amorim Cork Composites. Infelizmente, por questões de dificuldade em encontrar um horário exequível

para os membros que iriam estar presentes na reunião, a apresentação da proposta foi adiada para setembro.

### **2.6.2 Arquivo**

No momento de realização do estágio, o arquivo do departamento de Recursos Humanos estava a ser transferido para outro local, o que permitiu que pudesse apoiar na organização e criação de um inventário de todo o material que estava em arquivo.

Todo o material que se encontrava em arquivo foi registado em Excel, com o intuito de ter um suporte digital de todo o inventário em arquivo. Em Excel, o material ficou registado da seguinte forma:

- Categoria do Material (se pertencia a algum evento, se era material de escritório...);
- Nome do Material (Livro Amorim Cork Composites, Guarda Chuva Amorim Cork Composites...);
- Quantidade;
- Foto do Material.

Esta foi uma tarefa sem prazo definido, sendo importante priorizar, muitas vezes, outras atividades em detrimento desta.

### **2.6.3 Presentes de Aniversário**

Uma das atividades que me foi atribuída durante toda a duração do meu estágio, foi gerir a entrega de presentes de aniversário.

A Amorim Cork Composites, todos os anos, entrega um presente de aniversário aos colaboradores e estes devem dirigir-se ao departamento de recursos humanos para recolher o seu presente de aniversário. Nesse momento, era responsável por entregar o presente de aniversário e apontar o nome do colaborador, nº de colaborador, área/departamento e o dia de aniversário do mesmo.

#### **2.6.4 Recolha e Digitalização de Baixas Médicas**

Outra atividade de que fui encarregue durante todo o meu estágio curricular, consistiu em recolher e digitalizar todas as baixas médicas entregues, presencialmente, no departamento de Recursos Humanos. O processamento das baixas médicas não era feito pelo departamento de Recursos Humanos, sendo então da minha responsabilidade receber o documento da baixa médica, digitalizar o mesmo e enviar para a pessoa encarregue pelo processamento das baixas médicas.

## Considerações Finais

A realização do estágio curricular e a elaboração do presente relatório foram momentos que me desafiaram, mas que permitiram colocar em prática muitos dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura.

O estágio curricular permitiu-me, primeiramente, perceber como funciona na prática um departamento de Recursos Humanos de uma empresa líder do seu setor. Permitiu-me ainda estar presente em momentos de grande relevância para o crescimento sustentável de uma empresa, conviver diariamente com profissionais de topo e, ainda, ter contacto com diversas entidades e profissionais de referência no seu setor.

Ter tido a oportunidade de realizar o estágio na Amorim Cork Composites, uma empresa que se destaca por pilares como a Sustentabilidade e a Inovação, foi um sonho tornado realidade que ultrapassou todas as expectativas iniciais.

A Amorim Cork Composites proporcionou-me imensas experiências que me permitiram melhorar profissionalmente, mas também enquanto pessoa.

Concluindo, sinto que os objetivos do estágio curricular foram atingidos com sucesso ao ter tido a possibilidade de realizar atividades nas diversas áreas de um departamento de Recursos Humanos e ter aplicado as bases teóricas, que recolhi ao longo do meu percurso académico num contexto organizacional.

## WebGrafia

- Alexandre, J. C. (2020). Obtido em Setembro de 2023
- Amorim Cork Composites. (2023). Obtido em Outubro de 2023, de Amorim Cork Composites: <https://amorimcorkcomposites.com/pt/sobre-n%C3%B3s/carreiras/>
- Amorim Cork Composites. (2023). Obtido em Outubro de 2023, de Amorim Cork Composites: <https://amorimcorkcomposites.com/pt/sobre-n%C3%B3s/carreiras/oportunidades/report-esg/>
- Amorim Cork Composites. (2023). Obtido em Outubro de 2023, de Amorim Cork Composites: <https://amorimcorkcomposites.com/pt/porqu%C3%AA-a-corti%C3%A7a/o-que-%C3%A9-a-corti%C3%A7a/>
- Amorim Cork Composites. Obtido em Outubro de 2023. *LinkedIn*. Obtido de <https://www.linkedin.com/company/amorimcorkcomposites/>
- Amorim Cork Composites. Obtido em Outubro de 2023. *Porquê a Cortiça?* Obtido de <https://amorimcorkcomposites.com/pt/porqu%C3%AA-a-corti%C3%A7a/o-que-%C3%A9-a-corti%C3%A7a/>
- APCOR. (2023). Obtido em Outubro de 2023 de: <https://www.apcor.pt/cortica/o-que-e/>
- Associação Portuguesa de Cortiça. (2006). Obtido em Outubro de 2023, Notícias APCOR. *Notícias APCOR*, p. 5.
- Carnevale, B. (Junho de 2023). Obtido em Outubro de 2023 de Factorial HR: <https://factorialhr.pt/blog/plano-de-comunicacao-interna/>
- Corticeira Amorim. (s.d.). Obtido em setembro de 2023, de: <https://www.amorim.com/pt/>
- Corticeira Amorim. (s.d.). Obtido em Setembro de 2023, de: <https://www.amorim.com/pt/negocio/overview/>
- Corticeira Amorim . (2023). *Euronext*. Obtido em Outubro de 2023, de [live.euronext.com: https://live.euronext.com/en/listview/company-press-release/039798](https://live.euronext.com/en/listview/company-press-release/039798)
- Corticeira Amorim. (16 de Maio de 2016). Obtido em Setembro de 2023, de: <https://www.amorim.com/pt/media/noticias/corticeira-amorim-lanca-rolhas-naturais-com-garantia-de-tca-nao-detetavel/1512/>
- Corticeira Amorim. (2021). Amorim: 150 anos de história. Obtido em Outubro de 2023, de [https://www.youtube.com/watch?v=0v8QipG\\_3ac&ab\\_channel=CorticeiraAmorim](https://www.youtube.com/watch?v=0v8QipG_3ac&ab_channel=CorticeiraAmorim)
- Corticeira Amorim. (2022). Obtido em Outubro de 2023, de: Relatório Anual Consolidado. p. 184.
- Corticeira Amorim. (s.d.). *Marcos Cronológicos*. Obtido em Outubro de 2023, de Corticeira Amorim: <https://www.amorim.com/pt/corticeira-amorim/marcos-cronologicos/>

- Corticeira Amorim. (s.d.). *Sustentabilidade*. Obtido em Setembro de 2023, de <https://www.amorim.com/pt/sustentabilidade/overview/>
- Figueiredo, M. E. (2022). *A Gestão da Formação*.
- Figueiredo, M. E. (2022). Obtido em outubro de 2023, Material de apoio à unidade curricular de Gestão da Formação e Desenvolvimento do Potencial Humano.
- Figueiredo, M. E. (2020). Obtido em outubro de 2023, Material de apoio à unidade curricular de Comunicação Empresarial.
- Figueiredo, M. E. (2021). Obtido em outubro de 2023, Material de apoio à unidade curricular de Planeamento e Análise de Funções.
- Garvin, D., Edmondson, A., & Gino, F. (Março de 2008). *Is Yours a Learning Organization?*
- Marketeer. (29 de Maio de 2020). Obtido em Outubro de 2023, de Marketeer- Marcas, Marketing e Negócios: <https://marketeer.sapo.pt/vitamina-assegura-redes-digitais-da-amorim-cork-composites/>
- Michael Page. (2023). Obtido em Outubro de 2023, de Portugal Talent Trends 2023. *A Revolução Invisível*
- Neves, R. (31 de Maio de 2018). Obtido em outubro de 2023, de Jornal de Negócios: <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/media/o-negocios/detalhe/antonio-rios-amorim-o-sobrinho-de-americo-que-reinventou-o-negocio-da-cortica-a-escala-global>
- Neves, R. (31 de Maio de 2018). António Rios Amorim: sobrinho de Américo Amorim que reinventou o negócio da cortiça à escala global. Obtido em Setembro de 2023, de <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/media/o-negocios/detalhe/antonio-rios-amorim-o-sobrinho-de-americo-que-reinventou-o-negocio-da-cortica-a-escala-global>
- Pereira, F., & Santos, S. (1 de fevereiro de 2019). Obtido em outubro de 2023, de Sector da Cortiça em Portugal: <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/estudos-e-seminarios/artigos/8479-analise-02-19/file>
- Pinto, A (2022). Obtido em outubro de 2023, Material de apoio à unidade curricular de Recrutamento e Contratação.
- Randstad. (2023). Obtido em outubro de 2023, de Employer Brand Research 2023. *Employer Brand Research 2023 | Portugal*.

## **Bibliografia**

Camara, P. B., Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2013). Humanator XXI Recursos Humanos e Sucesso Empresarial. Dom Quixote.

Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. C., Cabral-Cardoso, C., Marques, C. A., & Gomes, J. F. (2012). Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, LDA.

Porto Editora. (2021). Código do Trabalho.

## **Anexos**

## Anexo I – Anúncio Programa *Cork Potential*

### Programa de estágios Cork Potential | Amorim Cork Composites

[Corticeira Amorim](#) ★★★★★ 10 avaliações

Aveiro

Candidatar-se à oferta



#### Dados da oferta

Veja como os detalhes da oferta se ajustam às suas preferências de ofertas.  
Faça a gestão das preferências de ofertas a qualquer momento no seu [perfil](#).

#### Tipo de oferta

Estágio / Trainee

A Amorim Cork Composites tem um programa de estágios, cuja 12ª Edição irá arrancar em Outubro 2023 e terminar em Junho 2024.

O Programa Cork Potential, programa de estágios da Amorim Cork Composites, oferece oportunidades de estágios dirigidos a alunos de Mestrado, que tenham a oportunidade de realizar a sua dissertação/projeto em ambiente industrial.

Com este programa, damos a possibilidade de adquirires conhecimentos e experiências, implementar conceitos académicos e desenvolver atividades integradas no normal funcionamento da Empresa, que permitam a consolidação da formação adquirida e a aquisição de experiência profissional, contribuindo também, para o desenvolvimento da atividade da empresa.

**Duração do estágio:** 9 meses

**Início:** Outubro 2023

**Oferta:** Bolsa de estágio e alimentação

#### Oportunidades-Background Académico-Objetivos

- **Big Bet - Underlays Geo Expansion EME** - Gestão/Economia/Marketing/Relações Internacionais- Apoiar a equipa comercial de Flooring EME na execução da Big Bet Underlays Geographic Expansion e atingimento dos seus objetivos.
- **Estudo e propostas de melhoria de práticas na gestão de projetos da ACC** - Gestão/Engenharia (Industrial/sistemas/dados)- 1- Consolidação de ferramentas, sistemáticas e competências de gestão de projetos na ACC; 2-Robustecer a área PMO.
- **Estudo de BOMs de processo produtivo** - Gestão-Análise de BOMs com o propósito de correção de erros a influenciar a MB, assim como, dar a visibilidade correta de um processo produtivo.
- **Product Management Database Design** - Engenharia e Gestão Industrial/Engenharia Informática ou semelhantes- Criação de uma plataforma interativa que permita o cruzamento de informação e um processo mais ágil de decisão, acesso e monitorização.
- **Análise e Controlo dos desvios de incorporação numa linha de aglomeração** - Engenharia e Gestão Industrial/Engenharia Mecânica- Criar ferramentas para controlo em tempo real dos desvios de incorporação das linhas de aglomeração; Analisar e documentar principais causas de desvios; Criar plano de controlo e ação quando os desvios acontecem
- **Aumento da margem bruta de uma linha de laminagem de placas de cortiça com borracha** - Engenharia e Gestão Industrial/Engenharia Mecânica/Engenharia de Produção- Analisar e documentar todos os motivos para perda de MB na linha de laminagem de placas e desenvolver ações, métodos e ferramentas para contrariar esta tendência
- **Otimização energética de consumidores intensivos de energia térmica** - Engenharia Mecânica (ramo energia de preferência)/Engenharia e Gestão Industrial/Engenharia Eletrotécnica- Desenho e implementação de soluções para redução do consumo de energia térmica (vapor e termofluido) e quantificar os seus ganhos e impacto ambiental
- **Otimização de alarmística e data analytics aplicada ao SCADA** - Engenharia Mecânica (ramo produção) /Engenharia e Gestão Industrial/Engenharia Eletrotécnica- Analisar o output da alarmística desenhando o modelo futuro para aplicação de data analytics que suportem modelos de apoio à decisão

## Anexo II- Exemplo de Questionário para a Iniciativa CarSharing

**AMORIM  
CORK  
COMPOSITES**

### Iniciativa CarSharing

No âmbito da Semana da Sustentabilidade 2023, que irá decorrer de dia 17 a 21 de Julho, a Amorim Cork Composites apresenta a iniciativa CarSharing.

Sabia que num grupo de 4 pessoas em CarSharing, pode poupar 75% dos gastos normais de viagem? Ou seja, se estiver a gastar 200€ por mês no trajeto casa-trabalho pode poupar 150€ por mês ou 1800€ ao ano.

O CarSharing proporciona a oportunidade de dividir "boleia" com os colegas de trabalho, conseguindo poupar enquanto ajuda o ambiente.

Esperamos contar com a sua participação nesta iniciativa.

\* Obrigatório

1. Nome \*

Introduza a sua resposta

2. NUF (Número de Colaborador) \*

Introduza a sua resposta

3. Turno de Trabalho \*

Introduza a sua resposta

4. Têm viatura própria? \*

Sim

Não

5. Quantos lugares da sua viatura disponibilizaria? \*

Introduza a sua resposta

6. Local de Partida (Utilizar pontos de referência) \*

Introduza a sua resposta

7. Estaria interessado em aderir à iniciativa CarSharing? \*

Sim

Não