

**José Dinis Maia Pereira**

# **Responsabilidade Social Corporativa, Protocolos e Parcerias**

**Relatório de Estágio para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas**

Orientador: Prof. Doutor Jorge Remondes de Sousa

**Instituto Superior de Administração e Gestão**

Porto, janeiro de 2016

## **Declaração de honra**

Eu, José Dinis Maia Pereira abaixo assinado, aluno do mestrado em Gestão de Empresas do ISAG – Instituto Superior de Administração e Gestão, com o n.º 131260011, declaro por minha honra que este Relatório de Estágio respeita os direitos de autor e não contém qualquer plágio.

Por ser verdade e me ter sido solicitada apresento esta declaração que vai assinada por mim.

Porto, 22/01/2016

---

## **Agradecimentos**

É minha intenção agradecer:

Há minha família que com conselhos, força, incentivo e apoio me deram a oportunidade de seguir este caminho muito ambicioso e aliciante em termos profissionais.

Também, à Doutora Ana Mendes que acompanhou o meu estágio e aos restantes colegas com quem tive o prazer de trabalhar.

Um agradecimento especial ao Instituto Superior de Administração e Gestão pela abertura e disponibilidade para realizar o estágio na empresa para adquirir conhecimentos.

Um grande agradecimento ao Professor Doutor Jorge Remondes que com os seus conhecimentos e a sua valorosa experiência muito contribuiu para a elaboração deste documento.

## **Resumo**

O presente relatório de estágio foi realizado com o objetivo de servir de documento que traduz todas as atividades realizadas e todo o processo desencadeado na aprendizagem de trabalho qualificado para uma compreensão aprofundada sobre o tema “Responsabilidade Social Corporativa, protocolos e parcerias” e sua ação estratégica como forma de criação de valor tanto para o estagiário como para a organização.

O relatório de estágio compreende o trabalho desenvolvido em contexto de trabalho durante 400 horas na empresa Rangel Invest, S.A. com sede em Rua da Serra, 654 Folgosa (Maia) apartado 1193 4446-909 Ermesinde. O estágio no Departamento de Recursos Humanos serve de momento de avaliação final para conclusão do Mestrado em Gestão de Empresas no Instituto Superior de Administração e Gestão no Porto.

O motivo para a escolha do tema foi o facto deste ser um tema atual e essencial para as organizações no que respeita aos seus valores e à sua ideologia com especial preocupação por práticas socialmente responsáveis para uma sociedade mais justa. Por outro lado, os protocolos e parcerias, sobre os quais versa este trabalho, tornam o projeto mais rico.

A preocupação com estas matérias reforça os laços entre as empresas, os seus colaboradores e com a comunidade envolvente sendo também importante para o desenvolvimento estratégico das organizações.

**Palavras-Chave:** Responsabilidade Social Corporativa, Protocolos, Parcerias, Recursos Humanos

## **Abstract**

The present report of stage was performed with the aim of serving of document that translates all activities performed and the entire process initiated in the learning of qualified job for a thorough understanding about the theme "Corporate Social Responsibility, protocols and partnerships" and its strategic action as a way of creating value for both the intern as for the organization.

The internship report comprises the work developed in the enterprise during the stage with the period of 400 hours in company Rangel Invest, SA with headquarters in Rua da Serra, 654 Folgosa (Maia) Apartado 1193 4446-909 Ermesinde, in the Department of Human Resources and serves as a moment of final evaluation for conclusion of the Master's Degree in Business Management at the Higher Institute of Administration and Management in Porto.

The reason for the choice was the fact that this be a current theme and essential for organizations with respect to their values and their ideology with special concern for socially responsible practices for a more just society. On the other hand, the protocols and partnerships, on which this work turns, turn the richest project.

The concern with these matters reinforces the bows among the companies, their collaborators and with the involving community being also important for the strategic development of the organizations.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Protocols, Partnerships, Human Resources.

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

AO – Ambiente Organizacional

AP – Administração de Pessoas

CO – Cultura Organizacional

GRH – Gestão de Recursos Humanos

DRH – Departamento de Recursos Humanos

GSP – Global Service Participant

RH – Recursos Humanos

RS – Responsabilidade Social

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

## Índice

<b>Declaração de honra.....</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimentos .....</b>	<b>iii</b>
<b>Resumo e Palavras-Chave .....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract and Keywords.....</b>	<b>v</b>
<b>Lista de Abreviaturas e Siglas.....</b>	<b>vi</b>
<b>Índice .....</b>	<b>vii</b>
<b>Índice de figuras .....</b>	<b>ix</b>
<b>Índice de tabelas .....</b>	<b>ix</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Diagnóstico da empresa .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Identificação da Organização .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Missão, valores e objetivos estratégicos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. História .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4. Caracterização do Departamento de RH da Rangel.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1. Organograma do Departamento de RH.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2. Caracterização do Departamento de RH.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Política de Recursos Humanos na empresa.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.1. Recrutamento e seleção.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.2. Formação .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.3. Plano de Carreiras Profissionais.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.4. Orientação salarial.....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.5. Comunicação e informação .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.6. Orientação e liderança .....</b>	<b>11</b>
<b>1.5.7. Desenvolvimento de gestores.....</b>	<b>11</b>
<b>1.6. Modelo de Gestão de Recursos Humanos.....</b>	<b>11</b>
<b>1.7. Atividades do Departamento de Gestão de Recursos Humanos .....</b>	<b>12</b>
<b>1.8. Responsabilidade Social Corporativa e Parcerias no Departamento de Gestão de Recursos Humanos.....</b>	<b>12</b>

1.8.1.	Responsabilidade Social Corporativa .....	12
1.8.2.	Parcerias .....	13
1.9.	Análise SWOT.....	15
2.	Enquadramento Técnico-Científico.....	17
2.1.	Gestão de Recursos Humanos – conceito e evolução .....	17
2.2.	Responsabilidade Social, Protocolos e Parcerias .....	19
3.	Metodologia, atividades desenvolvidas e contributos para a empresa.....	23
3.1.	Metodologia.....	23
3.2.	Atividades desenvolvidas .....	24
3.3.	Contributos para a empresa .....	26
4.	Reflexão e auto-avaliação do trabalho .....	26
<b>Conclusão .....</b>		<b>27</b>
<b>Bibliografia .....</b>		<b>28</b>
<b>Netgrafia.....</b>		<b>28</b>
<b>Anexos .....</b>		<b>30</b>
Anexo 1 –	Minuta de protocolo Salsa .....	30
Anexo 2 –	Minuta de protocolo Esfera Saúde .....	32
Anexo 3 –	Minuta de protocolo Opticália .....	37
Anexo 4 –	Minuta de protocolo da Oral Care Clinic .....	38
Anexo 5 –	Minuta de protocolo da Trofa Saúde .....	39
Anexo 6 –	Minuta de protocolo da Holmes Place.....	40
Anexo 7 –	Minuta de protocolo do ginásio Kalorias .....	49

## **Índice de figuras**

<b>Figura 1 - O mundo Rangel.....</b>	<b>2</b>
<b>Figura 2 - Organograma do Departamento de Recursos Humanos do Grupo Rangel .....</b>	<b>7</b>
<b>Figura 3 - A análise SWOT .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 4 - Análise do ambiente interno do Departamento de GRH da Rangel .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 5 - Parcerias Operacionalizadas.....</b>	<b>25</b>

## **Índice de tabelas**

<b>Tabela 1 - A evolução da Gestão de Recursos Humanos.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabela 2 - As 6 características essenciais da Cultura Organizacional.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabela 3 - As diferentes visões da Responsabilidade Social.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabela 4 - Calendarização das atividades.....</b>	<b>25</b>

## Introdução

Quando me foi proposto este tema “Responsabilidade Social Corporativa, Protocolos e Parcerias” achei-o bastante amplo e com várias métricas que podiam ser estudadas como Cultura Organizacional (CO), desenvolvimento sustentável, ética e todas as temáticas essenciais para a compreensão da Responsabilidade Social na organização da Rangel.

Associado a tudo isto, encontra-se a atividade protocolar e parcerias que não é nada mais nada menos que uma via em sentido prático para compreender a forma como a organização estreita relações com colaboradores, parceiros e comunidade envolvente.

Num sentido mais amplo, o tema da Responsabilidade Social (RS) merece um tratamento que providencia o estudo aprofundado relativamente à apresentação do mesmo enquanto gerador de valores e de compromisso para com a sociedade, enquanto organização que conhece e reconhece as dificuldades sociais, humanas e ambientais e que se mostra verdadeiramente sensível aos problemas e causas existentes dentro daquilo que é a história da organização empenhada numa sociedade mais justa e equitativa.

Nesse sentido, este trabalho é acompanhado de um modelo que respeita os princípios definidos aquando a elaboração deste relatório pelas seguintes etapas:

- Identificação da organização Rangel: aqui se encontra uma breve descrição da história da Rangel, das suas atividades e dos seus princípios e valores. Numa fase posterior esta é acompanhada de uma análise SWOT, organograma do Departamento de Recursos Humanos (RH) e políticas RH para um melhor conhecimento da mesma;
- Enquadramento Técnico-Científico: é desenvolvida a temática da Gestão de Recursos Humanos (GRH) em torno do seu conceito e evolução e aprofundamento teórico do tema Responsabilidade Social, protocolos e parcerias;
- Metodologia, atividades desenvolvidas e contributos para a organização: compreende a abordagem metodológica adotada e as atividades realizadas no âmbito do Estágio, bem como os contributos para a organização em função do tema abordado;
- Reflexão e auto-avaliação do trabalho: esta etapa é feita com base nas perceções do estudo elaborado retirando as elações ajustadas ao contexto existente.

Este trabalho vem acompanhado de referências que permitem apreciar o estudo do tema em questão.

# 1. Diagnóstico da empresa

## 1.1. Identificação da Organização

O Grupo Rangel foi fundado em 1980 por Eduardo Rangel encontrando-se a sua sede localizada em Folgosa na Maia.

A organização está presente em 5 países e com uma rede logística global especializada no transporte de mercadorias por via aérea, marítima e terrestre, bem como na gestão do *Supply Chain* para clientes dispersos pelos vários continentes.

**Figura 1 - O mundo Rangel**



**Fonte: Grupo Rangel**

O Grupo oferece uma vasta gama de serviços diversificados proporcionando variadas soluções junto dos seus clientes e uma relação de proximidade forte e duradoura.

A Rangel tem como atividades o transporte aéreo e marítimo, o transporte rodoviário, a atividade aduaneira, expresso nacional, expresso internacional FedEx, logística contratual, soluções para a indústria, feiras e exposições.

A Rangel é um Verdadeiro Parceiro de Negócio na medida em que este se preocupa com os seus clientes, nomeadamente, em melhorar constantemente os serviços que presta pela otimização dos seus processos (através da inovação, atendimento personalizado e cuidado).

O Grupo tem na empresa Rangel Invest S.A. os serviços *Corporate*, desenvolvendo a sua atividade para as restantes empresas do Grupo, a saber:

- Rangel Distribuição e Logística, S.A.;
- Rangel Transitários, S.A.;
- Rangel Internacional Aérea e Marítima, S.A.;
- Rangel Expresso II, S.A.;
- Rangel Expresso, S.A.;
- Rangel Angola Expresso e Trânsitos, Lda. (Angola);
- Multiparques Rangel – Logística Angolana, Lda. (Angola);
- Rangel Logística, S.L.U. (Espanha);
- Rangel Invest África, S.A. (Moçambique e Angola);
- Feirexpo S.A.;
- Eduardo Rangel Despachante Oficial, Lda.

## 1.2. Missão, valores e objetivos estratégicos

A Missão corresponde ao propósito da existência da empresa. Esta deve responder ao que a organização se propõe a fazer e para quem. A Missão da Rangel é a que se apresenta:

### Missão

- Proporcionar Soluções Logísticas Globais;
- Atingir excelência em tudo o que realizamos;
- Desenvolver a empresa e as pessoas;
- Conquistar a confiança e reconhecimento dos nossos clientes.

Os Valores são princípios em que a organização acredita e que servem de guia para os comportamentos, atitudes e decisões das pessoas no exercício das suas funções estando esta em consonância com a Missão. Os valores da Rangel são os seguintes:

### Valores

**Relação Meio:** Criação de lucro, desenvolvimento de soluções inovadoras, satisfação dos nossos clientes, estar sempre junto do cliente, optar pela ação, honestidade e integridade.

**Relação com as Pessoas:** Respeito pelo indivíduo, autonomia e espírito empreendedor, trabalho em equipa e partilha de êxitos, produtividade através das pessoas, ambiente de trabalho estimulante e descentralização.

### Objetivos estratégicos

Os objetivos estratégicos resultam da estratégia global da empresa e são definidos como metas a alcançar que permitem a cocriação de valor futuro na organização. Os objetivos estratégicos na Rangel são os seguintes:

O objetivo do Grupo Rangel é ser líder no sector de transportes e logística em Portugal, empenhando-se diariamente para que os seus clientes reconheçam um serviço de qualidade e fiabilidade inquestionáveis, para que os seus agentes e parceiros vejam o Grupo como um investimento seguro e duradouro, e para que os seus colaboradores sintam que é um dos Grupos mais atrativos para trabalhar e evoluir.

### **1.3. História**

O Grupo iniciou a sua atividade por intermédio do Sr. Eduardo Rangel, que em 1980 criou a empresa Eduardo Rangel, Lda., que se dedicava a atividade transitária situada na Rua da Restauração situada na Cidade do Porto com uma equipa de três pessoas e com um capital social de 100000 escudos.

No ano de 1983, Eduardo Rangel cria uma nova empresa designada de Eduardo Rangel Despachante Oficial complementando a atividade aduaneira há já existente.

Seguiu-se o ano de 1987 em que Eduardo Rangel transferiu dados entre a Alfândega e o seu escritório, através da via de comunicação x25 aproximando Portugal dos restantes países da Europa relativamente às melhores práticas informáticas.

Em 1988 Eduardo Rangel sente a necessidade de diversificar o seu negócio e cria a Rangel Transitários, empresa essa dedicada ao Transporte Terrestre Europeu.

Assiste-se à criação do Grupo Rangel em 1990 contando com as três empresas fundadoras a Eduardo Rangel Despachante Oficial, a Eduardo Rangel Lda. e a Rangel Transitários.

Em 1993, com o propósito de oferecer um vasto conjunto de serviços integrados nasce a Rangel Distribuição e Logística acrescentando valor a todo o Grupo.

O contínuo crescimento leva o Grupo em 1995, a mudar instalações do Porto para um espaço de 6000 m<sup>2</sup> na Maia e em Lisboa transfere-se para Trajouce no Cacém com um espaço de 10000 m<sup>2</sup>.

Para uma maior cobertura de rede no território nacional o grupo adquire a empresa Roquette Agentes Transitários SA, do Grupo Tabaqueira passando a estar presente nos arquipélagos dos Açores e da Madeira.

Nesse mesmo ano a FedEx, empresa líder mundial no serviço expresso courier nomeou a Rangel como parceiro de negócio em Portugal GSP (Global Service Participant), dando origem à criação da Rangel Expresso, centrando a sua atividade exclusivamente para envios urgentes FedEx.

O ano de 2000 fica marcado pela definição de um plano estratégico com vista à implementação de uma gestão comum às diferentes empresas, bem como órgãos de suporte ao negócio alterando a sua denominação social de Eduardo Rangel, Lda. para Rangel Invest, S.A. tornando-se holding do Grupo.

Em 2001, o Grupo Rangel inicia uma parceria com Calsina Carré & Rangel Logística um Projeto Lear.

O Grupo Rangel, em 2003 opta por dar uma nova imagem no mercado, criando um logótipo transversal a todas as empresas pensando na missão e nos valores da empresa no Grupo. Este ano fica também marcado pela renovação do contrato pela FedEx pelo bom desempenho, a marca Roquette Agentes Transitários, SA., é adquirida pela Rangel Internacional Aérea e Marítima, S.A. Também, foram criadas novas instalações no Montijo em dois polos.

No ano de 2004 com a crescente exigência de certificados o Grupo dá início ao seu processo de certificação dos sistemas de Gestão de Qualidade ISO 9001:2000 distanciando-se das empresas concorrentes diretas, com a Rangel Transitários a receber o processo de certificação.

O Grupo passa acolher em 2005 mais de 700 colaboradores e é ampliado o Polo Logístico da Maia com um segundo terminal. A Rangel Expresso/FedEx recebe a certificação ISO 9001:2000.

Em 2006, o Grupo inicia a expansão da sua atividade em Angola (Rangel Angola Expresso e Trânsitos, Lda.) e em Espanha (Rangel Logística SL.).

Com vista á modernização dos sistemas de informação já existentes, a Rangel passou a contar com o SAP para o efeito. Também, foi criada Rangel Expresso II, SA.

Em 2009, é criada a Rangel Pharma para dar resposta às deficiências no transporte de produtos farmacêuticos.

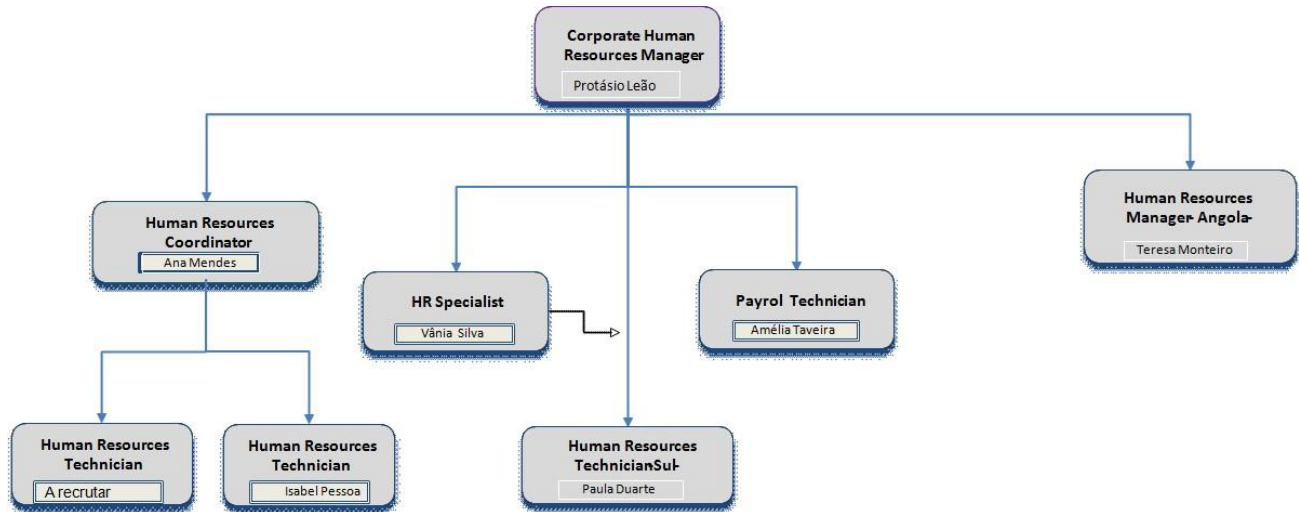
O Grupo Rangel em 2011 prossegue com a estratégia de internacionalização dando início à sua atividade em Moçambique oferecendo serviços de Transporte Aéreo e Marítimo Internacional no país, serviços aduaneiros e Transporte Terrestre Nacional e Internacional.

No ano de 2012 a Rangel Angola investe cerca de 10 milhões de euros com uma área total de 12000 m<sup>2</sup> e cria uma parceria com o Grupo Multiparques para a exploração de um Centro de Operações Logísticas (COL) em Luanda no Polo Industrial de Viana.

## 1.4. Caraterização do Departamento de RH da Rangel

### 1.4.1. Organograma do Departamento de RH

Figura 2 - Organograma do Departamento de Recursos Humanos do Grupo Rangel



Fonte: Grupo Rangel

### 1.4.2. Caraterização do Departamento de RH

O Departamento de Recursos Humanos do Grupo Rangel é composto pelo Corporate Human Resources Manager o Doutor Protásio Leão, pela Doutora Ana Mendes que é a Human Resources Coordinator, pela Human Resources Technician a Doutora Isabel Pessoa, a Doutora Paula Duarte que é a Human Resources Technician Sul e Teresa Monteiro com o cargo de Human Resources Manager Angola, a Doutora Vânia Silva com a função de HR Specialist e a D. Amélia Taveira com o cargo de Payrol Technician.

O Doutor Protásio Leão tem 47 anos e tem como formação académica a Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos, Mestrado em Gestão e MBA em Gestão. Na Rangel é responsável por analisar indicadores de Performance do Grupo, definir objetivos estratégicos de Recursos Humanos e definir metodologias de recrutamento e seleção, avaliação de desempenho e formação, higiene e segurança no trabalho, acolhimento e integração.

A Doutora Ana Mendes tem 37 anos e é Licenciada em Gestão de Recursos Humanos. Na empresa é responsável pelo recrutamento e seleção, gestão do processo de formação, coordenação do processo de avaliação de desempenho, assegurar/coordenar a implementação do Meta 4, redefinir procedimentos e

instruções de trabalho em conformidade com a norma ISO 9001:2008, gerir planos de sucessão, de desenvolvimento e de carreiras, bem como a gestão de projetos de Recursos Humanos como a Responsabilidade Social, promoção da marca/cultura Rangel, eventos Recursos Humanos.

Por sua vez, a Doutora Isabel Pessoa tem 36 anos, é responsável pelo recrutamento e seleção (chefes de equipa, comerciais, administrativos), gestão do processo de integração e acolhimento do Grupo e descrição de funções.

A Doutora Vânia Silva tem 30 anos e tem como atividades coordenar e monitorizar as relações laborais, coordenar os serviços de saúde, higiene e segurança no trabalho, realizar auditorias de conformidade com procedimentos da área, gestão do trabalho temporário, gestão de expatriados, elaboração de relatórios de performance de Recursos Humanos e gestão de procedimentos disciplinares.

A D. Amélia Taveira tem 45 anos e tem como responsabilidades a organização e manutenção do cadastro dos colaboradores, elaboração do processamento salarial do Grupo Rangel, gestão do processo Segurança Social, elaborar e controlar os planos de férias, gerir os processos administrativo-jurídicos e controlo do processo de medicina no trabalho.

A Doutora Paula Duarte tem 36 anos e acompanha e coordena as visitas de medicina no mercado de trabalho, recrutamento e seleção de funções operacionais e administrativas e suporte administrativo de Recursos Humanos.

Por fim, a Doutora Teresa Monteiro com 40 anos assume a responsabilidade de coordenar e monitorizar o processo internacional de Recursos Humanos da empresa.

## **1.5. Política de Recursos Humanos na empresa**

A política de Recursos Humanos tem como elementos preferenciais a Cultura e a Política do Grupo. Assim, o Grupo considera as pessoas um elemento chave e, por isso, procura que os seus colaboradores sejam cada vez mais competentes e motivados.

### **1.5.1. Recrutamento e seleção**

A análise dos candidatos será feita através do exercício das suas funções e evolução na carreira na procura de justiça relativa da seguinte forma:

- a) Aptidões psicológicas reveladas, tendo em conta as exigências de formação académica, intelectuais e características da função;
- b) Mérito revelado no desempenho da função que vem realizando;
- c) Experiências obtidas pelo exercício de funções, cujo o conteúdo se correlaciona com a função para a qual se candidata;
- d) Antiguidade na empresa.

Relativamente, às pessoas recrutadas no exterior deverão ser constituídos processos que levem ao conhecimento tão profundo quanto possível, utilizando quando tal se justifique os meios psicológicos e psicossociológicos.

### **1.5.2. Formação**

A formação profissional na empresa é:

- Instrumento de gestão que permite a concretização dos objetivos;
  - Desenvolvimento de carreiras individualizadas;
  - Partilha constante do conhecimento;
  - Alargamento e reconhecimento de conhecimentos;
- Aperfeiçoamento de métodos de trabalho.

### **1.5.3. Plano de Carreiras Profissionais**

O Plano de Carreiras Profissionais é um conjunto sequencial e dinâmico de funções desempenhadas por diferentes grupos sócio profissionais, nomeadamente:

- Diretores;
- Gestores;
- Administrativos;
- Técnicos;
- Operacionais;
- Comerciais.

O plano de carreiras do grupo é individualizado e compatível com as necessidades de Recursos Humanos qualificados. Os planos de sucessão e planos de rotação serão elementos complementares à gestão de

carreiras que resulta da ação conjunta e colaborante do próprio, dos gestores/chefias e do Departamento de Recursos Humanos.

Os elementos dominantes do processo de decisão referentes às promoções são:

- Mérito demonstrado no desempenho de funções anteriores;
- Mérito potencial;
- Experiência e polivalência potencial;
- Dedicção/antiguidade.

As promoções formais são devidamente comunicadas a todo o Grupo e precedidas caso se justifique de períodos de formação e de estágio.

#### **1.5.4. Orientação salarial**

A política de retribuições encontra-se orientada para o desenvolvimento da carreira profissional de modo desejável e adequada ao sistema de qualificação de funções. A diferenciação de vencimentos obedece ao princípio da igualdade de retribuição mínima para funções de nível de qualificação equivalente, sendo que dentro de cada nível de qualificação o mérito constitui fator de diferenciação salarial.

#### **1.5.5. Comunicação e informação**

A empresa recebe a quantidade certa de informação pelos canais certos e no momento certo permitindo atuar com qualidade e eficiência. Assim, todas as Direções e todos os níveis hierárquicos e funcionais são importantes e responsáveis no processo de comunicação.

A informação sobre a dinâmica da vida do Grupo é assegurada de forma eficaz e contínua pelos meios técnicos apropriado, sendo que a informação interna aos colaboradores da empresa antecipa-se à comunicação externa.

A área de Recursos Humanos assegura a todos os colaboradores o conhecimento das decisões do âmbito da política geral e definidas, bem como o acesso aos Procedimentos de Recursos Humanos.

A informação nas outras áreas será assegurada, através de políticas e normas específicas pelos meios técnicos e manuais de procedimentos.

### **1.5.6. Orientação e liderança**

O estilo dominante nas relações hierárquicas está em consonância com a cultura do Grupo e de acordo com os princípios que emanam a Política de Recursos Humanos.

Os colaboradores devem reconhecer a liderança como um processo de mútua influência e na condição básica para a progressão e coesão privilegia-se o estilo de liderança cada vez mais participativo.

Os colaboradores investidos de autoridade hierárquica assumem a responsabilidade de atingir com a sua equipa de trabalho, os melhores padrões de qualidade e rentabilidade dos objetivos fixados.

### **1.5.7. Desenvolvimento de gestores**

A gestão de quadros de Direção e Técnicos de nível superior deve dar especial atenção ao processo de seleção, de carreira, de remuneração, de enriquecimento de funções e de participação. Como tal, devem criar-se condições de desenvolvimento constantes e envolver a gestão global e a interiorização de valores que constituem a cultura do Grupo. A política de retribuição de quadros de Direção e Técnicos deve ter em conta os resultados da atividade e permitir a adaptação em cada momento tendo presente as condições vigentes do mercado de trabalho.

## **1.6. Modelo de Gestão de Recursos Humanos**

O Modelo de Gestão de Recursos Humanos assenta numa parceria em que de um lado estão os gestores das unidades de negócio com pessoas responsáveis, mas que carecem de know-how e, por outro lado, o Departamento de Recursos Humanos que tem como função o repósito de know-how nessa área específica detentor de ferramentas adequadas para a resolução das situações que se coloquem.

## **1.7. Atividades do Departamento de Gestão de Recursos Humanos**

O Departamento de Recursos Humanos da Rangel tem vindo a captar jovens a partir das instituições de ensino para integração no Grupo. A elaboração de planos de ação e coordenação de projetos de desenvolvimento de Recursos Humanos (RH), a gestão do recrutamento e da seleção, formação, gestão de competências e de desempenho tem vindo a assumir um papel primordial para o clima e a cultura organizacional enfatizada no reforço da relação do Grupo com a comunidade, através de práticas sustentáveis com preocupação no bem-estar social e no ambiente que rodeia a empresa.

Assim, a Responsabilidade Social Corporativa, a comunicação RH, as parcerias, a gestão de informação e documental dos processos internos RH, associada ao carregamento massivo de informação em sistema Meta 4 constitui uma prioridade para a Organização, tendo presente a missão, visão e os valores que representa.

A gestão de carreiras e planos de sucessão e o processo de internacionalização de recrutamento e seleção são também preocupações do Grupo.

## **1.8. Responsabilidade Social Corporativa e Parcerias no Departamento de Gestão de Recursos Humanos**

### **1.8.1. Responsabilidade Social Corporativa**

No que respeita às ações de Responsabilidade Social Corporativa o Grupo tem apoiado diversas causas como:

- **Caminhada solidária WEG:** a Rangel associou-se à 1ª caminhada solidária WEG com o objetivo de apoiar “a Causa da Criança”, em Vila Nova da Telha (Maia). Com esta iniciativa solidária foram angariados 350 litros de leite, 10 embalagens de leite e 14 embalagens de fraldas e a doação de 250 euros;
- **Operação nariz vermelho:** a Rangel apoiou a Operação Nariz Vermelho na recolha de fundos em prol da missão desta Instituição, que promoveu visitas de artistas de todo o país a 14 hospitais solidários com o objetivo de levar alegria às crianças hospitalizadas. A Rangel também apoiou no transporte de todo o material da campanha ajudando os “Doutores Palhaços” a espalhar alegria;
- **Oferta de medicamentos:** a Rangel assegurou o transporte de uma tonelada de medicamentos doados a São Tomé e Príncipe contribuindo para a prestação de cuidados de saúde essenciais;

- **Associação mundo a sorrir:** a Rangel apoia a Associação Mundo a Sorrir que atua no campo da saúde oral e estilos de vida saudáveis junto das comunidades mais desfavorecidas assegurando o transporte de material dentário que médicos dentistas estão a usar nas suas missões internacionais em São Tomé e Príncipe e em Cabo Verde. A Associação Mundo a Sorrir tem como missão promover a Saúde Oral e a Saúde Global e nos últimos 10 anos com a colaboração de 1306 voluntários contribuiu para fazer “sorrir” 224 899 beneficiários realizando 39 455 tratamentos e entregando 126 866 pastas e escovas;
- **Caminhada Solidária Continental:** a Continental organizou uma caminhada solidária com o objetivo de apoiar grupos de população local mais carenciados e desfavorecidos. O evento realizou-se no Largo do Souto, em Lousado e contou com a presença de 1700 pessoas. As receitas revertem a favor das associações Mundos de Vida (Lousado), Asas (S. Tirso) e Centro Social de Ribeirão (Ribeirão). A Rangel apoiou esta iniciativa com donativos.

### 1.8.2. Parcerias

No âmbito do trabalho desenvolvido no estágio no que respeita às parcerias foram realizadas parcerias com a Salsa, Esfera Saúde, Oral Care Clinic, Trofa Saúde, Holmes Place e com o ginásio Kalorias nas quais se encontram evidenciadas em seguida:

## Salsa

### Benefício para colaboradores do Grupo Rangel:

- 30% de desconto boas-vindas num artigo na sua primeira compra;
- Vantagens cliente salsastar (ver minuta de protocolo da Salsa no anexo 1).



### Benefício para colaboradores do Grupo Rangel:

- 10% de desconto em todos os serviços prestados pela Casa de Saúde de Santa Catarina;
- 20% de desconto nas consultas de medicina dentária e 10% de desconto em tratamentos protésicos (ver minuta de protocolo da Esfera Saúde no anexo 2).

## OPTICALIA

### **Benefício para colaboradores do Grupo Rangel:**

- 20% de desconto em todos os produtos (ver minuta de protocolo da Opticália no anexo 3)



Oral Care Clinic

### **Benefício para colaboradores do Grupo Rangel:**

- Redução de 15% no valor de todos os serviços prestados;
- Reduções até 50%, de acesso exclusivo aos colaboradores Rangel (ver minuta de protocolo no anexo 4).

## Trofa Saúde

### **Benefício para colaboradores do Grupo Rangel:**

- 20% de desconto sobre a tabela atos de base (ver minuta de protocolo no anexo 5).



### **Vários benefícios para colaboradores do Grupo Rangel (ver minuta de protocolo no anexo 6).**



### **Vários benefícios para colaboradores do Grupo Rangel (ver minuta de protocolo no anexo 7).**

## 1.9. Análise SWOT

De acordo, com Adriano Freire (2008) a análise SWOT é uma ferramenta estratégica que tem como finalidade analisar o ambiente interno (pontos fortes e pontos fracos) e o ambiente externo (oportunidades e ameaças).

O ambiente interno é constituído pelos pontos fortes e pontos fracos onde se estuda os principais aspetos em que a empresa se diferencia da concorrência e o ambiente externo que é constituído pelas oportunidades e ameaças que correspondem à evolução do mercado.

**Figura 3 - A análise SWOT**

	Aspetos positivos	Aspetos negativos
Ambiente interno	Forças	Fraquezas
Ambiente externo	Oportunidades	Ameaças

**Fonte: Elaboração Própria**

Segundo, este sistema verifica a posição estratégica da empresa do ambiente em questão com base no impacto do negócio e as tendências futuras tendo em vista a tomada de decisões estratégicas que correspondem às perspectivas de evolução do mercado.

**Pontos Fortes** – pertencem ao ambiente interno da organização e representa todas as vantagens internas inerentes à própria organização e que devem ser aproveitadas;

**Pontos Fracos** – pertencem ao ambiente interno da organização e representa os aspetos desvantajosos para a organização e que devem ser objeto de reflexão e melhoria;

**Oportunidades** – são fatores positivos que pertencem ao ambiente externo que se traduzem em vantagens competitivas em relação às empresas concorrentes e que são alvo de desenvolvimento de estratégias por parte da organização;

**Ameaças** – são fatores negativos que pertencem ao ambiente externo e diminuem a vantagem competitiva da organização perante as empresas concorrentes e que devem ser discutidos e analisados para não por em causa as metas estratégicas.

Atendendo, ao fato da minha percepção enquanto colaborador da Rangel entendi somente fazer uma análise interna (pontos fortes e pontos fracos) e não uma análise externa (oportunidades e ameaça) pelo simples facto de me encontrar numa ambiente interno à empresa, ambiente esse que me permite ter um julgamento mais cuidado através do conhecimento mais profundo na relação entre colaboradores afetos à própria e ao ambiente interno relativamente ao Departamento de Recursos Humanos.

Neste caso particular irá ser feita uma análise interna ao Departamento de Gestão de Recursos Humanos do Grupo Rangel em Portugal com base nas percepções do mesmo.

**Figura 4 - Análise do ambiente interno do Departamento de GRH da Rangel**

<b>Ambiente interno</b>	
<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilização do software inovador Meta 4;</li><li>• Insignificante nível de absentismo;</li><li>• Capacitação e habilidade dos funcionários;</li><li>• Bons sistemas de informação gerenciais e operacionais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instalações no Departamento de GRH deverá ser redimensionada em termos de espaço e adaptada à sua evolução;</li><li>• Política sobre a defesa do meio-ambiente, voluntariado e inclusão;</li><li>• Parcerias.</li></ul>

**Fonte: Elaboração Própria**

## **2. Enquadramento Técnico-Científico**

### **2.1. Gestão de Recursos Humanos – conceito e evolução**

A Gestão de Recursos Humanos (GRH) é o conjunto de práticas relacionadas com a atividade humana nas empresas, práticas essas como recrutamento, seleção, avaliação de desempenho, processamento de salários e formação que permitem o desenvolvimento e o estabelecimento de relações entre indivíduos de uma comunidade.

Charles Handy (1994) refere que, “a primeira lealdade das pessoas é com a sua própria carreira, a seguir para com a sua profissão e só, em terceiro lugar para com o empregador”.

Contudo, existe a ideia de que a própria política de Gestão de Recursos Humanos terá que ser aplicada em função da estrutura organizacional e ao contexto existente, mas com forças propulsoras de desenvolvimento e não de conflito.

Para validar a importância da Gestão de Recursos Humanos “as próprias organizações vão mudando a resposta às novas faces das velhas contingências: dimensão, envolvente e tecnologia” (Cunha et al 2012). Os planos de Gestão de Recursos Humanos terão que ser implementados em função das necessidades de Recursos Humanos.

Segundo, Bilhim (2007) a Gestão de Recursos Humanos envolve “todas as ações relativas à seleção, formação, desenvolvimento, recompensas e relações com os empregados”. Estes acrescentam valor à organização que por sua vez leva ao sucesso organizacional.

A Gestão de Recursos Humanos assume a responsabilidade pelo aproveitamento humano e desenvolvimento de estratégias que coincidem com a atividade da organização e os valores que apresentam sobre os mais diversos sistemas institucionais como a banca, o estado, sistema educativo, entre outros assumindo um papel primordial na captação de capital humano com capacidades reconhecidas e que se adaptam às circunstâncias existentes.

Nesta perspetiva existe a necessidade de criar sinergias e um compromisso sobre o ponto de vista relacional e confiança para a criação de um bom clima organizacional alicerçados nos valores e objetivos da Organização.

**Tabela 1 - A evolução da Gestão de Recursos Humanos**

Período	Industrialização Clássica	Industrialização Neoclássica	Era da Informação
	1900-1950	1950-1990	Após 1990
<b>Estrutura Organizacional Predominante</b>	*Funcional, burocrática, piramidal, centralizadora, rígida e inflexível; *Ênfase nos órgãos de gestão.	*Matricial enfatizando departamentalização por produtos/serviços ou unidades estratégicas.	*Fluída e flexível, totalmente descentralizada, redes de equipas multifuncionais.
<b>Cultura Organizacional</b>	*Foco no passado, nas tradições e nos valores; *Valor da experiência anterior.	*Foco no presente; *Ênfase na adaptação ao ambiente.	*Foco no futuro; *Ênfase na mudança e na inovação; *Valor no conhecimento e na criatividade.
<b>Ambiente Organizacional (AO)</b>	*Estático, previsível e de poucas mudanças; *Poucos desafios ambientais organizacionais.	*Intensificação das mudanças e com maior velocidade.	*Mutável, imprevisível e intensas mudanças.
<b>Modo de lidar com as pessoas</b>	*Pessoas como fatores de produção sujeitos a regras e a regulamentos para serem controlados.	*Pessoas como recursos organizacionais que precisam de ser administrados.	*Pessoas como seres humanos proactivos, dotados de inteligência e habilidades e que devem ser impulsionados.
<b>Denominação</b>	*Relações Industriais.	*Administração de Recursos Humanos.	Administração de Pessoas (AP).

**Fonte: Chiavenato (2000)**

## **2.2. Responsabilidade Social, Protocolos e Parcerias**

Para Almeida (2010) a Responsabilidade Social é feita por referências na tentativa de redução das injustiças sociais. No entanto, a conceitualização deve ir de encontro a uma sociedade de corporações, incluindo esforços de grupos excluídos.

Segundo, SCHROEDER (2004) a Responsabilidade Social é uma forma das empresas crescerem, através de práticas sociais nem sempre justas pondo em causa a verdadeira ação social relativamente ao contexto existente.

A ampliação da Responsabilidade Social em torno do seu campo de atuação considera comuns os interesses dos acionistas, a natureza das responsabilidades dos intervenientes e seu âmbito local que envolve as obrigações morais e éticas relativamente às atividades mais exigentes que a comunidade espera que sejam atendidas.

A Responsabilidade Social está amplamente relacionada com a ética. A ética é o conjunto de regras de conduta que estuda os fundamentos da moral e que são pautados por princípios religiosos, por normas sociais e valores. As circunstâncias alteram as causas na perspetiva em que uma ação será ética ou não, dependendo das consequências que o ato acarretar.

Seja qual for a empresa esta deve praticar Responsabilidade Social contribuindo para uma sociedade melhor reforçando uma relação mais próxima e ética na comunidade.

A ética encontra-se associada à responsabilidade, na medida em que, existe uma obrigação de responder a determinados atos praticados voluntariamente orientados para o conhecimento, a sensibilidade e as ações dos indivíduos (Faria, 2015).

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) está intimamente relacionada com a ética na construção de relações sociais e na forma como são conduzidas as leis, normas sociais e valores intrínsecos compartilhados (Almeida, 2010).

A Responsabilidade Social para Almeida (2010) é um conceito de cidadania empresarial com base nas relações comunitárias corporativas na qual a empresa interage com intenção junto dos stakeholders numa comunidade diferenciando o seu âmbito de atuação em campanhas de caridade e causas defendidas pelos consumidores.

Como tal, a Responsabilidade Social Corporativa assenta em fenómenos sociais, económicos, políticos e essencialmente comunicacionais e culturais, sendo que as práticas deverão apontar soluções que permitam a busca do diálogo e interação com os diferentes atores.

A Responsabilidade Social Corporativa assume o papel de proceder à realização de atividades por parte das empresas com questões sociais numa sociedade que privilegia a intervenção social.

A Responsabilidade Social não deve ser encarada como um mero formalismo, mas como responsabilidade na adoção de práticas que traduzem mais-valias à sociedade e por uma mensagem percebida das transformações com espírito de integração.

Por seu lado, a Cultura Organizacional é a base da organização, associada aos seus valores com quem se identifica e se tornam mais-valias nas atividades, atitudes, envolvência relacional e crenças que são partilhadas em contexto interno e externo em que se encontra. Com base, nesta definição Chiavenato (2000) identifica seis características essenciais da Cultura Organizacional que se apresentam.

**Tabela 2 - As 6 características essenciais da Cultura Organizacional**

<b>Caraterísticas</b>	<b>Definição</b>
<b>Regularidades nos comportamentos observados</b>	Adoção de terminologias próprias associadas aos comportamentos dos intervenientes
<b>Normas</b>	Orientação de comportamento da forma da organização atuar
<b>Valores dominantes</b>	Valores defendidos pela organização e resultados na alta eficiência, redução do absentismo e qualidade no produto
<b>Filosofia</b>	Prática adotada no tratamento dos clientes e colaboradores por parte da organização
<b>Regras</b>	Padrões de comportamento que devem ser apreendidos e aplicados no seio da organização
<b>Clima Organizacional</b>	Sentimento por parte dos clientes e colaboradores da forma como a organização os trata

**Fonte: Chiavenato (2000)**

De acordo, com (Gonçalves, 2012) a Cultura Organizacional traduz-se no comportamento de indivíduos expressas em práticas pelos atores.

Para Matos (2005) “o conceito de Responsabilidade Social da empresa oscila entre dois extremos, dos quais um deles reduz a responsabilidade da empresa à obtenção do lucro mais significativo possível, enquanto o outro alarga a responsabilidade a todos os atores com algum interesse na empresa”.

Por outro lado, a organização devido aos padrões de comportamento tende a aceitar e a rever-se nas práticas de Responsabilidade Social não obstante dos interesses dos seus acionistas e da competitividade empresarial.

Para Matos (2005) existem quatro dimensões de Responsabilidade Social que se encontram em quadrantes distintos, mas que em simultâneo se complementam e são igualmente importantes para se avaliar a realidade vivida na empresa:

- **Dimensão política:** reflete a tomada de decisões de governança de uma nação e da própria empresa de acordo com a missão e os seus valores perante uma comunidade;
- **Dimensão económica:** rege-se na habilidade de moderação dos gastos relativamente aos rendimentos;
- **Dimensão social:** respeita à sociedade propriamente dita nos seus valores e cultura;
- **Dimensão pessoal:** assenta na integridade e na ética enquanto pessoa.

Por conseguinte, as atividades de Responsabilidade Social tem em vista estimular o desenvolvimento sustentável da sociedade respeitando a sociedade e a comunidade local, o meio-ambiente e os recursos existentes com ética e valores morais promovendo a diminuição das desigualdades sociais Almeida (2010).

Almeida (2010) refere que as empresas são responsáveis apenas perante os seus acionistas e não para a sociedade como um todo. Tal fato, remete para preocupações relacionadas com a sua forma de atuação que pode ser objeto de falsidade e de hipocrisia.

O mesmo refere que o propósito de qualquer empresa é a maximização do lucro e nessa perspectiva o impacto social nas suas atividades perde alcance e é mais diminuta do que à partida seria mais desejável.

De acordo com Melo e Froes (2001), a melhor maneira de estudar o conceito de responsabilidade social empresarial é identificando as diversas visões que a seguir se apresentam:

**Tabela 3 - As diferentes visões da Responsabilidade Social**

<b><u>Visões da Responsabilidade Social</u></b>	<b><u>Âmbito</u></b>
<b>Responsabilidade Social como conjunto de valores</b>	Desenvolvimento social e a criação de práticas de estímulo à cooperação e reputação
<b>Responsabilidade Social como atitude e comportamento empresarial ético e responsável</b>	Compromisso da organização no cumprimento das normas de conduta e ética com a comunidade em geral
<b>Responsabilidade Social como estratégia de relacionamento</b>	Encontra-se voltada para a qualidade de relacionamento dos diversos público-alvo
<b>Responsabilidade Social como estratégia de marketing institucional</b>	Preocupação com a imagem institucional da empresa justificada pelas ações praticadas
<b>Responsabilidade Social como postura estratégica empresarial</b>	Combinação de vários fatores que permitem uma ação social estratégica concertada para a obtenção de retorno positivo nos negócios
<b>Responsabilidade Social como estratégia de Recursos Humanos</b>	Desenvolvimento de talento e a criação de condições de aumento de produtividade e de satisfação no trabalho
<b>Responsabilidade Social como estratégia de valorização das ações da empresa</b>	Preocupações com a reputação e a valorização das ações nos mercados
<b>Responsabilidade Social como estratégia de valorização de produtos/serviços</b>	Proporcionar aos produtos/serviços características de benefícios ajustados à comunidade em geral
<b>Responsabilidade Social como estratégia social de desenvolvimento na comunidade</b>	Desenvolvimento de práticas junto da comunidade e do próprio governo
<b>Responsabilidade Social como estratégia de inserção na comunidade</b>	Procura de formas de estar inserida na sociedade atendendo à cultura e valores
<b>Responsabilidade Social como promotora da cidadania individual e coletiva</b>	Envolve a promoção da cidadania na comunidade
<b>Responsabilidade Social como estratégia de integração social</b>	Criação de condições para a inclusão social
<b>Responsabilidade Social como exercício de consciência ecológica</b>	Estabelecimento de relações que visam as práticas ambientalistas e a preservação do meio-ambiente
<b>Responsabilidade Social como exercício de capacitação profissional</b>	Compreende envolvimento dos funcionários e restante comunidade para o exercício das novas competências e conhecimentos

Fonte: Melo e Froes (2001)

Como forma de implementar as práticas de Responsabilidade Social e estreitar relações perante a comunidade as empresas desenvolvem atividades e projetos que promovem uma forte ligação, tais como:

- Protocolos/parcerias;
- Atividades de Responsabilidade Social.

O protocolo de parceria é um documento em que um sujeito ou entidade seja ela pública ou privada estabelece com um conjunto de procedimentos e regras de funcionamento. A realização do mesmo é acompanhado por representantes de um determinado grupo interessado no respetivo evento e que resulta de um entendimento essencial, cujo o acontecimento envolve o benefício mútuo e facilitador no alcance de metas e promoção do sucesso.

Malschitzky (2015) refere que os protocolos de parceria têm como objetivo proceder a intervenções no domínio do desenvolvimento económico e social num determinado local funcionando como ferramenta que permite atingir determinados objetivos estratégicos, tais como aumento da confiança e reputação da marca, fortalecimento de relações empresariais, aumento da rentabilidade, entre outros.

Segundo, Martins (2009) a parceria ideal encontra-se relacionada com a capacidade de existir respeito entre as partes para um compromisso o mais alargado possível.

Para Melo (2001) a sociedade exige por parte das organizações a conduta ética e moral nos negócios apoiando as suas atividades em favor da resolução dos problemas globais devendo serem implementadas as mesmas para benefício da comunidade como um todo.

A Responsabilidade Social é uma preocupação que deverá ser de toda uma sociedade e das empresas na transparência das suas ações e nos negócios Lima (2001).

### **3. Metodologia, atividades desenvolvidas e contributos para a empresa**

#### **3.1. Metodologia**

No presente trabalho a metodologia utilizada é a qualitativa com base na interpretação, organização e registo da informação no que respeita a atividade protocolar, parcerias e Responsabilidade Social.

Para tal, procedeu-se à pesquisa e à seleção de informação para o enquadramento do trabalho e a recolha de dados que possibilitasse o estudo e a reflexão teórica explicativa, através da elaboração de uma base de dados.

Em seguida, realizou-se a análise das respostas dadas pelos responsáveis nas empresas/instituições ordenando e descrevendo todas as respostas retirando as respectivas conclusões para a prossecução da atividade protocolar, parcerias e da Responsabilidade Social.

O tratamento dos dados foi efetuado com o recurso ao Software Microsoft Excel 2007.

### **3.2. Atividades desenvolvidas**

As atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular foram as seguintes:

- Revisão bibliográfica – **de 14 de Setembro a 16 de Novembro;**

Consulta de diversos autores nos quais se encontram citados e presentes na Bibliografia/Netgrafia, nomeadamente em artigos, livros e na internet sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa, Protocolos e Parcerias.

- Tratamento de informação disponibilizada internamente em Meta 4 na Rangel e na internet relativamente às atividades de Responsabilidade Social Corporativa, protocolos e parcerias – **de 14 de Setembro a 29 de Setembro;**

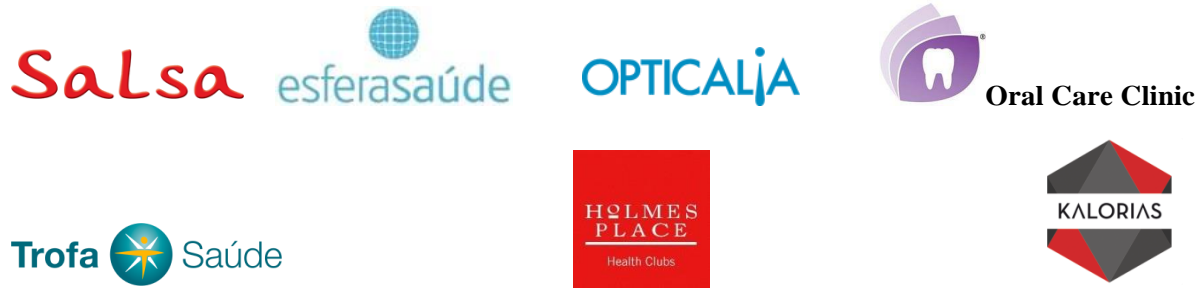
A Meta 4 é um Software de Gestão de Recursos Humanos que gere milhões de pessoas em todo o mundo e desenvolve aplicações de Recursos Humanos capazes de cobrir as necessidades locais e globais de todo o tipo de organizações aumentando a produtividade e a eficiência nas empresas – *site Meta 4*. Neste sentido, o referido Software foi utilizado para o tratamento da informação interna da Rangel de acordo com o referido tema.

- Análise e triagem de informação relevante – **de 30 de Setembro a 27 de Outubro;**

A referida informação foi trabalhada para que os colaboradores Rangel pudessem ter conhecimento, com base na informação objetiva nos diversos canais de comunicação, através do Meta 4, site do Grupo Rangel, cartazes, entre outros.

- Operacionalização das parcerias e atividades de Responsabilidade Social Corporativa – **de 28 de Outubro a 15 de Novembro;**

**Figura 5 - Parcerias Operacionalizadas**

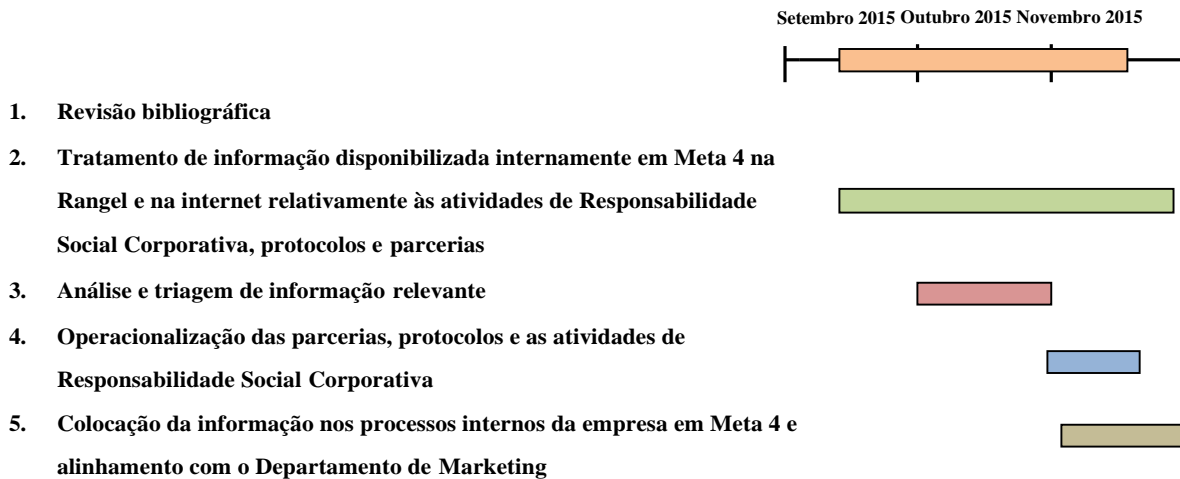


**Fonte: Grupo Rangel**

- Colocação da informação nos processos internos da empresa em Meta 4 e alinhamento com o Departamento de Marketing – **de 6 de Novembro a 27 de Novembro.**

Estas atividades foram muito importantes para mim, uma vez que, adquiri experiência e conhecimentos no tema Responsabilidade Social Corporativa, protocolos e parcerias, acompanhei e desenvolvi métodos de trabalho em termos de organização e gestão de atividades por ordem de importância e urgência e mais valias em ambiente organizacional ao nível da cooperação entre membros de um departamento numa organização.

**Tabela 4 - Calendarização das atividades**



**Fonte: Elaboração Própria**

### **3.3. Contributos para a empresa**

Este trabalho foi procedido de pesquisa informativa aplicada à empresa em questão da seguinte forma:

- Organização e seleção de informação, bem como, aplicação da teoria do tema Responsabilidade Social Corporativa, protocolos e parcerias em função da abordagem teórica existente;
- Aplicação na prática tendo em conta os recursos e meios existentes, nomeadamente suporte informático com condições e solicitações feitas pela chefia sobre as atividades a realizar e ponderáveis no seu âmbito tendo presente a atividade que desenvolve, as suas necessidades enquanto organização e a identidade da mesma.

Como tal, existiu a necessidade de aliar o trabalho realizado por mim no Departamento de Recursos Humanos e reportar à Direção Comercial e Marketing na Rangel resultando nas tarefas levadas a cabo pela organização.

Este trabalho, permitiu à organização um reforço das relações dos seus funcionários, reputação e uma maior valorização da marca Rangel, proximidade com o cliente interno e com a comunidade, melhoria da informação contingencial relativamente ao meio envolvente, estabelecimento e reforço de relações com outras organizações, entre outros.

## **4. Reflexão e auto-avaliação do trabalho**

O trabalho no seu âmbito geral correu bem, na medida em que, possibilitou uma primeira experiência em contexto de trabalho qualificado permitindo uma maior segurança do mestrando no desenvolvimento da sua atividade futura.

O mesmo permitiu um encadeamento das práticas sociais atuais que são adotadas promovendo o desenvolvimento sustentável e a integração. Por outro lado, a experiência de articular o objeto em estudo com protocolos e parcerias acrescentou valor no meu crescimento em contexto organizacional.

## **Conclusão**

O Estágio permitiu compreender no seio da Organização as práticas de gestão interna de informação, nomeadamente informação respeitante sobre protocolos, parcerias e Responsabilidade Social Corporativa em articulação com os métodos implementados, responsabilidades e compromissos focando-me nas relações humanas e comunidade em geral, uma vez que, o tema possibilitou-me ter essa percepção, articulação das opções estratégicas da Organização com o tema associado, enriquecimento teórico sobre o tema e implementação do mesmo em sentido prático tendo presente a missão, valores e a Cultura Organizacional.

O sentimento de compromisso e de satisfação é muito por ter contribuído para a comunidade em geral e de um modo particular para a Rangel reforçando a minha convicção de que o estágio curricular permitiu o enriquecimento da minha formação profissional e que vai ser uma mais-valia para o futuro aplicando estas práticas tão nobres de Responsabilidade Social e o estabelecimento de relações duradouras.

Na realização deste trabalho destaco também as ações estratégicas implementadas pela Rangel e que faz dela uma empresa com o sucesso que é reconhecido, procurando estar sempre atualizada nos seus processos envolvendo toda a comunidade quer como parceiro logístico global, como parceiro de negócio e parceiro sensível às causas e valores sociais.

Termino a elaboração deste relatório com a seguinte frase: para Alber Camus (1957) “somos responsáveis por aquilo que fazemos, o que não fazemos e o que impedimos de ser feito”. O que é fato é que sinto-me responsável por ter feito o meu trabalho procurando o bem comum e nesse sentido estou satisfeito.

## **Bibliografia**

ALMEIDA, Filipe, *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*, Principia Editora, 2010.

BILHIM, João, *Gestão Estratégica de Recursos Humanos*, Editor Instituto Superior Ciências Sociais e Políticas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto, *Introdução à Teoria Geral da Administração*, Editora Elsevier, 2000.

FARIA, Maria, *Responsabilidade Social Empresarial*, Vida Económica, 2015.

FREIRE, Adriano, *Estratégia – Sucesso em Portugal*, Edição Verbo, 2008.

HANDY, Charles, *Deuses da Administração*, Editora Saraiva, 1994.

MALSCHITZKY, Nancy, *Pessoas e Gestão – Uma Parceria Sustentável*, Editora Actual, 2015.

MELO, Neto, *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa*, Editora Qualitymark, 2001.

GONÇALVES, Carlos, *Cultura e Clima Organizacional*, Edições Pedagogo, 2012.

SCHROEDER, Jocimari . SCHROEDER, Ivanir, *Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades - Artigo RAE Eletrónica*, v.3, nº1, Art.1, Editora Fundação Getulio Vargas, 2004.

TEIXEIRA, Sebastião, *Gestão Estratégica*, Escolar Editora, 2011.

## **Netgrafia**

CAMUS, Albert, Biografia de Albert Camus, Disponível em:

[http://pensador.uol.com.br/autor/albert\\_camus/biografia/](http://pensador.uol.com.br/autor/albert_camus/biografia/) , Acesso em: 2016-01-20, 1957.

LIMA, Jayne, “*Responsabilidade Social*”, Disponível em:

<http://www.imap.curitiba.pr.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/Responsabilidade%20social.pdf> - acesso em 17-10-2015, 2001.

MARTINS, Antomar, “*O que é a Parceria Estratégica?*” Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-que-e-parceria-estrategica/31538/> - acesso em 18-11-2015, 2009.

MATOS, Jaime, “*Responsabilidade Social como vantagem competitiva e estratégica*”, Disponível em:

[http://www.oroc.pt/revista/detalhe\\_artigo.php?id=53](http://www.oroc.pt/revista/detalhe_artigo.php?id=53) - acesso em 2015-10-17, 2005.

<http://www.rangel.com/> - acesso em 2015-09-16

<http://www.meta4.pt/> - acesso em 2015-09-19

<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03p.php?id=2344> - acesso em 2015-11-09

## Anexos

### Anexo 1 – Minuta de protocolo Salsa



ASALSAEASUA EMPRESA  
TÊMANTAGENSEXCLUSIVASPARASI.

Acaderiraoprograma **SALSA**  **CORPORATE** recebe de imediato:

**30%**

DESCONTO BOAS-VINDAS  
NUMARTIGONASUA PRIMEIRA COMPRA

Mais info: [salsacorporate@salsa.pt](mailto:salsacorporate@salsa.pt)



# SALSA

## CORPORATE

O SalsaStar Corporate foi desenvolvido para proporcionar vantagens exclusivas para os colaboradores da sua empresa. Com este programa os seus colaboradores poderão adquirir produtos da Salsa com vantagem e em condições preferenciais.

EM CADA COMPRA ACUMULA PONTOS<sup>1)</sup>



1€ POR PONTO  
+ PONTOS = + DESCONTOS



GESTÃO  
DE CONTA CLIENTE



INFORMAÇÃO SOBRE  
TODAS AS NOVIDADES

**30%** DESCONTOS BOAS-VINDAS  
NUMA TIGONA SUA PRIMEIRA COMPRA

VANTAGENS SALSASTAR	SILVER De 01 a 300 Pontos	GOLD De 301 a 900 Pontos	DIAMOND De 901 a 2700 Pontos	PREMIUM Mais de 2700 Pontos
DESCONTO ANUAL <sup>2)</sup>	1X10	2X10	3X10	4X10
DESCONTO DE ANIVERSÁRIO	10	15	20	25
ACESSO A CAMPANHAS EXCLUSIVAS	%	%	%	%
PORTES GRATUITOS NA LOJA ONLINE	—	—	🚚	🚚

<sup>1)</sup> Os pontos SalsaStar têm validade de 18 meses a partir da data da compra que os originou.

<sup>2)</sup> O desconto anual de 10% é atribuído após a primeira compra, de forma recorrente durante o ano. A recorrência é tanto maior quanto maior for o nível em que se encontra:  
Silver - 12 em 12 meses | Gold - 6 em 6 meses | Diamond - 4 em 4 meses | Premium - 3 em 3 meses.



Mais info: [salsastarcorporate@salsa.pt](mailto:salsastarcorporate@salsa.pt)

## Anexo 2 – Minuta de protocolo Esfera Saúde



esferasaúde olhamos por si

PROPOSTA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS: RANGEL

29 DE OUTUBRO DE 2015



### Esferasaúde

Em 2008, surge a necessidade de incorporar o respeito, a história e o contributo de 20 unidades de saúde, algumas delas com várias décadas de existência, numa estrutura global mais dinâmica, mais preparada e melhor adaptada às necessidades das pessoas nos dias de hoje.

Por isso, assumimos que todas as unidades da área de saúde deviam estar debaixo da marca “Esferasaúde”, que se pretende posicionada da seguinte forma:

- Qualidade no atendimento e no serviço prestado;
  - Resposta integrada;
- Preocupação com a saúde das comunidades em que as suas unidades se inserem.

Na Esferasaúde tratamos os nossos utentes hoje, com vista no amanhã.

### Missão

Queremos servir o mercado de meios complementares de diagnóstico e terapêutica, de forma diferenciadora, com rentabilidade operacional acima da média do mercado, oferecendo para isso, serviços de excelência, com garantia de qualidade. Utilizaremos uma política de rigor, profissionalismo, humanização. Seremos confiáveis.

### Valores

**Confiança:** Permitir acesso confiável de todos os cidadãos aos meios complementares de diagnóstico e terapêutica;

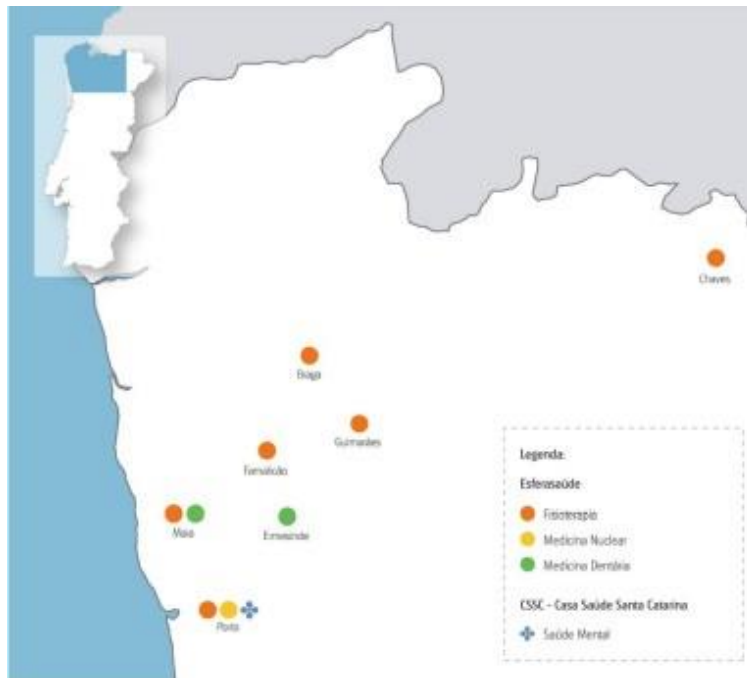
**Rigor:** Característica que se impõe a todos os que conosco trabalham (internos e externos);

**Profissionalismo:** Os nossos colaboradores demonstram um elevado sentido de responsabilidade na realização das suas atividades;

**Humanização:** Os nossos colaboradores têm formação no sentido de proporcionarem a todos os utentes, um tratamento na base do respeito pela dignidade humana.

### Estrutura

O grupo Esferasaúde encontra-se presente em 12 localidades a norte do país. Procuramos oferecer uma solução integrada para a maior parte das necessidades existentes na área dos Meios Complementares de Diagnóstico e Terapêutica (MCDT), mais concretamente nas valências: Imagiologia, Cardiologia, Análises Clínicas, Medicina Física e Reabilitação, Medicina Dentária e Medicina Nuclear, oferecendo sempre que possível uma resposta global aos utentes.





## PROPOSTA

O grupo Esferasaúde, áreas de Medicina Física e Reabilitação, Medicina Dentária e Saúde Mental vem por este meio apresentar proposta para fornecimento dos seguintes serviços aos colaboradores do **Grupo RANGEL**, nas seguintes condições:

## CLÍNICAS ESFERASAÚDE

### MEDICINA FÍSICA E DE REABILITAÇÃO

#### Fisiátrica em Braga

Fisimassagem - Clínica Fisiátrica de Braga, Lda  
Rua Nova de Santa Cruz, N° 9, 9-A, 11 e 11-A  
4710-409 Braga  
email: [fbr@esferasaude.pt](mailto:fbr@esferasaude.pt); Telefone: 253 678 870; Fax: 253 678 871; Telemóvel: 916 361 079  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 7h30-20h00; Sáb. 8h00-13h00

#### Fisiátrica em Famalicão

Maria Lídia Ramalho, Lda  
Av. Rebelo Mesquita, 136 - Antas  
4760-013 Vila Nova de Famalicão  
email: [ffa@esferasaude.pt](mailto:ffa@esferasaude.pt); Telefone: 252 310 456; Fax: 252 310 457; Telemóvel: 918 585 965  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 7h30 às 21h00

#### Fisiátrica em Guimarães

Clínica Reabilitação D. Afonso Henriques, Lda  
Rua Paulo VI, 130 – Urgezes 4810-508 Guimarães  
email: [fqu@esferasaude.pt](mailto:fqu@esferasaude.pt); Telefone: 253 412 266; Fax: 253 408 907; Telemóvel: 918 585 920  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 8h00 - 19h30

#### Fisiátrica na Maia

CLINEFE - Clínica Médico Cirúrgica de Gueifães, S.A.  
**Tratamentos**  
Av. Dr. Germano Vieira, nº 442 Sub Loja . 4470-050 Gueifães  
email: [fma01@esferasaude.pt](mailto:fma01@esferasaude.pt); Telefone: 229 619 610; Fax: 22 9619619; Telemóvel: 910502804  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 7h30 às 20h30

#### Consultas

Rua Manuel Ferreira Pinto, 162 . 4470-077 Gueifães  
email: [fma02@esferasaude.pt](mailto:fma02@esferasaude.pt)  
Telefone: 229 617 410 / 229 617 411; Fax: 22 9619619; Telemóvel: 910 502 805  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 7h30 às 20h30

#### Fisiátrica no Porto

Clínica de Medicina Física de Edgar Tamegão, Lda  
Rua Gonçalo Cristóvão, 90-98  
4000-264 Porto  
e-mail: [fpo@esferasaude.pt](mailto:fpo@esferasaude.pt); Telefone: 222 054 727  
Horário de Funcionamento: 2ª a 6ª feira 7h30-20h30



#### MEDICINADENTÁRIA

##### Medicina Dentária Maia

Av. António Santos Leite, 285, 4470 - Maia  
e-mail: dentaria@esferasaude.pt; Telefone: 220 169 121  
Horário de funcionamento 2ª a 6ªfeira 9h00 - 20h00 | Sábado 9h00 - 18h00  
Serviço de urgência todos os dias  
Consultas ao domicílio 2ª a 6ªfeira das 9h00-20h

#### SAÚDEMENTAL

##### Casa de Saúde de Santa Catarina

Rua de Santa Catarina, 1489/91 4000-458 PORTO  
E-mail: info@cssc.pt; Telefone: 225093242  
Horário de funcionamento: 24 horas por dia, 7 dias por semana, 365 dias por ano.

#### CONDIÇÕES

##### MEDICINA FÍSICA E REABILITAÇÃO

Consulta	20,00€
Cada sessão Fisioterapia	9,50€
Pacote Fisioterapia	10 sessões – 57,00€
	15 sessões – 85,00€
	20 sessões – 114,00€

##### MEDICINADENTÁRIA

Consulta	20%
Tratamentos protésicos	10%

#### SAÚDEMENTAL

10% Desconto em todos os serviços prestados pela Casa de Saúde de Santa Catarina.

Valores isentos de IVA ao abrigo do Art. 9º - Nº2 do código de IVA.

#### OUTRAS CONDIÇÕES:

O pagamento fica a cargo do Utente e deverá ser efetuado no ato de realização da Consulta.  
Os colaboradores do **Grupo Rangel** devem apresentar-se na nossa unidade com cartão de colaborador, que permita a sua identificação, por forma a poderem ser abrangidos por este acordo.

Estaremos ao vosso dispor para prestar os esclarecimentos que julguem convenientes.  
Subscrevemo-nos com a maior consideração.

Carla Lima | Gestão de Clientes  
Morada: Rua D. João I, 256 e 264 | 4450-162 Matosinhos  
Contactos: telemóvel 938 582 119 | telefone 225 323 840 | fax 225 323 841  
URL: [www.esferasaude.pt](http://www.esferasaude.pt)

## Anexo 3 – Minuta de protocolo Opticália



Promoções válidas desde 29/10/2015 até 31/12/2016

### A nova óptica de Portugal

Como membro da RANGEL, a OPTICALIA do MAIA SHOPPING quer agradecer a vossa confiança e oferecer-vos vantagens exclusivas. Por conseguinte, informamo-vos das novas ofertas de que podem desfrutar na nossa loja.

<b>20% em TODOS OS PRODUTOS</b> <b>Funcionários (fixos e temporários) e Familiares</b>	<b>Óculos graduados, Lentes de Contacto, Óculos de Sol, Líquidos, etc – Para si e para os seus familiares</b> <small>(Promoção não acumulável a outras ofertas e/ou promoções.)</small>
<b>Óculos monofocais (armação + lentes) = 79€</b>	<small>Promoção válida para graduações incluídas na gama de stock de cada fabricante Vistacost. As lentes são monofocais brancas, brancas, de stock, produzidas em tratamentos e com um índice de refração 1,5. Armações: coleção especial para a promoção, das marcas exclusivas da Opticália: Pepe Jeans, Mango, HE by Mango e Custo Barcelona, em exclusivo Opticália. Promoção não acumulável a outras ofertas e/ou promoções.</small>
<b>Óculos de sol graduados = 99€</b>	<small>Promoção válida na compra de óculos graduados completos. Lentes monofocais brancas, graduação 1,5 com tratamento, com a mesma graduação. Armações: coleção especial para a promoção, das marcas exclusivas da Opticália. Promoção não acumulável a outras ofertas e/ou promoções.</small>
<b>Óculos progressivos (armação+lentes) = 239€</b>	<small>Promoção válida para graduações incluídas na gama de stock de cada fabricante Vistacost. As lentes são progressivas brancas, brancas, de stock, orgânicas, com anti reflexo e com um índice de refração 1,5. Armações: coleção especial para a promoção, das marcas exclusivas da Opticália: Pepe Jeans, Mango, HE by Mango e Custo Barcelona, em exclusivo Opticália. Promoção não acumulável a outras ofertas e/ou promoções.</small>
<b>Lentes de contacto para 6 meses com 2 líquidos incluídos = 69€</b>	<small>Promoção válida para lentes de contacto da gama Vistacost, com diâmetros e índices de graduação que fabrica o fornecedor Cooper Vision. Preço desde 69€ para Vistacost Autênticas UV em pack de 6. Os líquidos de manutenção são Vistacost plus de 350ml. Promoção não acumulável a outras ofertas e/ou promoções.</small>
<b>Consultas de Visão Gratuitas</b>	<small>Consultas realizadas por Optimetristas Licenciados na Universidade do Minho. Consultas dadas com ou sem marcação.</small>

Para poder beneficiar destas ofertas, bastará identificar-se, mostrando o seu cartão de empresa, na **OPTICALIA do MAIA SHOPPING, BRAGA RUA S. MARCOS ou BRAGA PARQUE**. Comprometemo-nos a realizar um rastreio visual anual nas instalações da Rangel (ou local a combinar) mediante agendamento entre as partes.

Opticalia Maia Shopping  
1778 51028 Ovaral Oeste, Ltd.  
C. C. Maia Shopping - Lugar de Antigos, 11, 112  
4425-510 Agualva Grande - Maia  
T: 228784111  
F: 228784111  
S.A. Nº 20082 - 510 534 004

## Anexo 4 – Minuta de protocolo da Oral Care Clinic



Exmos. Srs.

A Oral Care Clinic é uma clínica dedicada à prestação de serviços de Medicina Dentária, estando em actividade desde 2009 no centro da cidade de Alfena.

Tendo como missão a prestação de cuidados de saúde oral de elevada qualidade, pauta por uma aposta constante na diferenciação dos seus profissionais e na inovação dos seus equipamentos e técnicas.

Conscientes da importância da saúde oral no bem estar do ser humano e no reflexo que assume na produtividade e imagem de uma empresa, a Oral Care Clinic procura constantemente proporcionar as melhores condições de acesso a estes cuidados de saúde. Com isso em mente, a Oral Care Clinic tem o prazer de propôr a Vss. Exs. um protocolo de acesso aos nossos serviços com condições especiais.

De forma a ser uma mais valia, o protocolo proposto não acarretará qualquer encargo para a RANGEL sendo o mesmo extensível a todos os colaboradores e respectivos familiares até 1º grau.

Propõe-se, desta forma, uma redução de 15% no valor de todos os serviços prestados. Adicionalmente, promover-se-ão campanhas periódicas de serviços, com reduções até 50%, de acesso exclusivo aos colaboradores da RANGEL.

Ficamos desde já à disposição para apresentar mais detalhadamente esta proposta.

Sem outro assunto de momento, aguardamos resposta de Vss. Exs.  
Com os mais cordeais cumprimentos,

Dr. Pedro Peixoto Pereira  
(Director Clínico)

## Anexo 5 – Minuta de protocolo da Trofa Saúde

☎ 252 090 665



[WWW.TROFASAUDE.COM](http://WWW.TROFASAUDE.COM)

**PROTOCOLO EXCLUSIVO ENTRE A RANGEL E O GRUPO TROFA SAÚDE**

<p>Hospital Privado da Boa Nova Hospital de Dia de V. N. de Famalicão Hospital Privado de Alfena Hospital de Dia do Porto</p>	<p>Hospital Privado da Trofa Hospital Privado de Braga Hospital Privado de Dia da Maia Instituto de Radiologia Dr. Pinto Leite</p>
---	--

**20% DE DESCONTO SOBRE A TABELA DE ACTOS BASE**

- Consulta Externa
- Urgência
- Fisioterapia
- Meios Auxiliares de Diagnóstico e Terapêutica
- Internamento
- Bloco Operatório
- Bloco de Partos

**Válido para todos os colaboradores, prestadores de serviço e respectivos familiares** cônjuges, ascendentes e descendentes em 1º grau.

**No momento da admissão** deve identificar-se com o cartão colaborador do Grupo Rangel ou com qualquer outro documento que o identifique como tal.

Este desconto não é acumulável com mais nenhum outro.



## **Anexo 6 – Minuta de protocolo da Holmes Place**

Entre

\_\_\_\_\_, de ora em diante designada como \_\_\_\_\_, com sede em \_\_\_\_\_ representada pelo \_\_\_\_\_, com poderes para o acto; e:

**HP – Health Clubs Portugal, SA.** , de ora em diante designada como **HP** , NIPC 503 640 573, matriculada na Conservatória de Registo Comercial de Cascais sob o nº 12740, com sede na Rua Rodrigo Bessone Basto, 7, Portico das Flores, Miraflores, 1495-155 Algés – neste acto representada pelo Director Nacional de Vendas – Sérgio Marques -, com poderes para o acto.

É celebrado o presente protocolo definindo as condições em que se irá processar a adesão dos colaboradores da Primeira Outorgante ao Holmes Place Health Club;

### **DEFINIÇÕES**

**Colaboradores da empresa** – todas as pessoas singulares que mantenham com a empresa \_\_\_\_\_ contrato de trabalho à data da sua inscrição como Associado.

O **HP** pode autorizar que, no grupo de sócios, sejam integradas pessoas singulares com outro tipo de relação com a empresa \_\_\_\_\_, nomeadamente agregado familiar (excepção adesão criança que terá sempre valores específicos). Excepcionalmente, todos os colaboradores em regime de outsourcing que estejam a prestar serviço para a empresa \_\_\_\_\_, poderão beneficiar dos valores negociados para a mesma;

**AGREGADO FAMILIAR** – cônjuge e dependentes do associado. Excepcional e casuisticamente, a **HP** pode autorizar que sejam considerados como membros do agregado familiar outras pessoas que com o Associado vivem em comunhão de mesa e habitação. O agregado familiar só poderá beneficiar destas vantagens a partir do momento em que o sócio esteja inscrito;

**CLUBE** – Instalações da HP sitas em:

Clube	Nome de contacto	Mail	Telefone
Av. Def. de Chaves	Bruno Nunes	<a href="mailto:defensores@holmesplace.pt">defensores@holmesplace.pt</a>	213 511 300
Alvalade	Rute Palma	<a href="mailto:alvalade@holmesplace.pt">alvalade@holmesplace.pt</a>	217 529 050
Parque das Nações	Rui Martins	<a href="mailto:parquedasnacoes@holmesplace.pt">parquedasnacoes@holmesplace.pt</a>	808 201 048
Amoreiras	Tiago Martins	<a href="mailto:amoreiras@holmesplace.pt">amoreiras@holmesplace.pt</a>	213 716 610
5 Outubro	Carlos Gomes	<a href="mailto:outubro@holmesplace.pt">outubro@holmesplace.pt</a>	217 804 300
Av. da Liberdade	Vanessa Almeida	<a href="mailto:avenida@holmesplace.pt">avenida@holmesplace.pt</a>	213 260 900
Algés	Nuno Stone	<a href="mailto:algés@holmesplace.pt">algés@holmesplace.pt</a>	214 152 620
Cascais	Pedro Almeida	<a href="mailto:cascais@holmesplace.pt">cascais@holmesplace.pt</a>	214 825 700
Miraflores	Nuno Freitas	<a href="mailto:miraflores@holmesplace.pt">miraflores@holmesplace.pt</a>	214 129 100
Qta da Fonte – Oeiras	Rui Vinagre	<a href="mailto:quintadafonte@holmesplace.pt">quintadafonte@holmesplace.pt</a>	214 404 900
Qta da Beloura – Sintra	Geofray Ramos	<a href="mailto:quintadabeloura@holmesplace.pt">quintadabeloura@holmesplace.pt</a>	219119200
Dolce Vita Tejo/ Amadora	Helena Salvado	<a href="mailto:tejo@holmesplace.pt">tejo@holmesplace.pt</a>	214 787 670
Aveiro	Ricardo Claudio	<a href="mailto:aveiro@holmesplace.pt">aveiro@holmesplace.pt</a>	234 346 050
Coimbra	Elsa Dinis	<a href="mailto:coimbra@holmesplace.pt">coimbra@holmesplace.pt</a>	239 798 450
Braga	Ricardo Catarino	<a href="mailto:braga@holmesplace.pt">braga@holmesplace.pt</a>	253 201 870
Arrábida Shopping – Gaia	Diana Baptista	<a href="mailto:arrabida@holmesplace.pt">arrabida@holmesplace.pt</a>	223 778 700
Constituição – Porto	Claudia Presa	<a href="mailto:constituicao@holmesplace.pt">constituicao@holmesplace.pt</a>	225 083 600
Boavista – Porto	Helder Sá	<a href="mailto:boavista@holmesplace.pt">boavista@holmesplace.pt</a>	226 056 760

Outro contacto sempre disponível Serviços Centrais: 214131800 – Dir. Sales e Mkt Sérgio Marquese/ou  
Carla Castanheira – Corporate Manager - ou através do mail: [contacto@holmesplace.pt](mailto:contacto@holmesplace.pt)

Ao abrigo deste protocolo, a empresa [REDACTED] irá beneficiar das seguintes regalias para os seus associados, conforme mencionado anteriormente:

✓ **Inscrição inicial** – todos os colaboradores da empresa [REDACTED] irão beneficiar de valores de inscrição mais reduzidos. Terão que pagar apenas uma taxa de inscrição de **25 €**. **Podendo existir em alguns momentos específicos do ano campanhas de promoção na taxa de inscrição.**

**Adesões Clubes Premium** (Qta da Beloura, Qta da Fonte, Miraflores, Dolce Vita Tejo, Amoreiras, Defensores de Chaves, 5 Outubro, Alvalade, Parque das Nações e Boavista), todas estas adesões incluem: toalha de treino, acesso local em horário total e estacionamento:

	<b>Flexi</b>	<b>Club</b>
Mensalidades	65,80 €	58,10 €
Fidelização	Sem	12 meses

Qualquer destas adesões poderá dar acesso à adesão TOP 17 (acesso a vários clubes, exclui os clubes de Cascais e Sete Rios), mediante o acréscimo de 10€ mês.

**Adesões Clubes Energy**, todas as adesões incluem: toalha de treino, acesso local em horário total e sem estacionamento.

	<b>Flexi</b>	<b>Club</b>
Aveiro, Braga e Constituição	48,80 €	43,80 €
Coimbra	53,80 €	48,80 €
Arrábida	49,50 €	44,80 €
Algés e Avenida da Liberdade	53,80 €	48,80 €
Fidelização	Sem	12 meses

- ✓ As adesões com os valores acima mencionados estão disponíveis apenas através de um sistema de registo na Intranet ou através do mail: [contacto@holmesplace.pt](mailto:contacto@holmesplace.pt), caso use o mail e para activar as condições especiais deverá ser enviado um mail onde conste o nome do colaborador e domínio da empresa no endereço.
- ✓ As adesões acima mencionadas não estão disponíveis no clube de Cascais e Sete Rios. Para estes clubes deverá consultar o gestor de conta atribuído à empresa

As condições de adesão do presente protocolo são reguladas pelo contracto de adesão realizado no clube ou na empresa.

Todos os atuais Sócios que sejam associados da **HP** e queiram usufruir das novas condições de adesão, deverão assinar um novo contrato bem como cumprir todos os pontos, no mesmo mencionados.

### **CLÁUSULA 1ª**

A **HP** obriga-se a proporcionar aos colaboradores da empresa [REDACTED] e respectivo agregado familiar (conforme cláusula 2ª primeiro parágrafo) o acesso ao CLUBE da sua escolha e utilização dos equipamentos e seguintes serviços:

Piscina livre, jacuzzi, aulas em classe, ginásio de aparelhos cardiovasculares e musculação, 1ª programação de treino, cacifo diário, artigos de toilette, 1º cartão de associado, sauna e banho turco.

A utilização de outros clubes que não o da inscrição está previsto para todos os possuidores do cartão TOTAL, os utilizadores do horário LOCAL e Parcial estão limitados à utilização do clube onde realizaram a sua inscrição e aos horários definidos. Note-se que diferentes clubes possuem diferentes serviços tais como cabeleireiro, estética, etc.... **A utilização de outros clubes não permite a utilização dos respectivos parques de estacionamento.**

Os serviços previstos no parágrafo único do nº 1 do presente artigo ou quaisquer outras condições existentes para Associados podem ser alterados pela **HP** (i) por escrito, telecópia, correio electrónico ou outro meio adequado, dirigido à empresa, com 30 dias de antecedência em relação à produção de efeitos

das alterações, no que diga respeito às condições específicas do presente protocolo, ou (ii) através de aviso afixado nas instalações nos termos previstos no formulário de adesão individual, no que respeite às condições gerais de utilização dos serviços do clube por parte dos seus utilizadores.

## **CLÁUSULA 2ª**

Todos os valores devidos pela utilização dos serviços adicionais oferecidos pelo HP serão pagos pelos sócios e membros do respectivo agregado familiar.

Em relação ao valor das mensalidades, este será atualizado todos os anos, em Janeiro, automaticamente e sem necessidade de comunicação ao associado, de acordo com o **Índice de Preços ao Consumidor (IPC)** de cada ano com base o índice publicado em Setembro do ano anterior e com variação de 1 ponto percentual, publicado pelo **Instituto Nacional de Estatística**;

Todos os novos sócios do **Holmes Place** terão um acompanhamento mais personalizado através da Orientação Inicial – caso o pretendam – gratuitamente no ato da inscrição. Com este programa, tem a realização de check-up bastante completo a todos os nossos sócios por forma a podermos adaptar o tipo de treino às necessidades atuais e específicas de cada um dos nossos sócios. Através da realização de um conjunto de protocolos a designar pela HP.

A adesão como Associados por parte dos colaboradores da empresa \_\_\_\_\_ e dos membros do respectivo agregado familiar será realizada nos termos e condições previstos para os Associados individuais.

A empresa \_\_\_\_\_ compromete-se a levar a cabo 4 divulgações anuais do HP – **ver anexo**. O não cumprimento desta cláusula possibilita a resolução imediata do protocolo.

Aos Associados abrangidos pelo presente Protocolo são aplicáveis as regras relativas aos Associados Individuais – **regulamento do clube** -, designadamente no que respeita aos direitos e deveres do

Associado e do Clube. Sendo da responsabilidade de cada utente a utilização de uma toalha pequena de utilização obrigatória nas atividades do clube.

Todas as transferências e cancelamentos da adesão, estão ao abrigo do regulamento do clube e deverão ser realizadas pelo menos com 30 dias de antecedência e terão efeito no dia 1 do mês seguinte ao da sua realização.

O presente protocolo tem a validade até 31 de Dezembro de 2015, Não renovado automaticamente podendo ser denunciado com 30 (trinta) dias de antecedência em relação ao seu aniversário. Ou poderá ser denunciado por qualquer das partes com 90 dias de antecedência.

### **CLÁUSULA 3ª**

Ao abrigo deste protocolo, a empresa [REDACTED] irá beneficiar, de forma gratuita, das seguintes regalias:

- 4 rastreios de saúde por ano – 1600€
- 1 staff class por ano para a empresa fazer dentro do clube – 400€
  
- Valor total do pack : 2000€.

Este pack de serviços é de gestão própria da empresa [REDACTED]. Para tal, deverá solicitar os vários pontos do pack ao clube com 30 dias de antecedência, ou a definição das ações poderá ser definida na altura da assinatura do protocolo.

Para mais informações sobre as condições de adesão, os colaboradores deverão entrar em contacto com serviços Centrais: 214131800 – Dir. Comercial, Sérgio Marques ou Carla Castanheira para o mail:

[contacto@holmesplace.pt](mailto:contacto@holmesplace.pt)

## **CLÁUSULA 4ª**

Para a resolução de todos os litígios derivados ou conexos com o presente Protocolo as partes elegem como foro competente o da Comarca de Lisboa, com expressa renúncia a qualquer outro.

Lisboa, 1 de Janeiro de 2015.

**1ª Outorgante**

**Assinatura** .....

**2ª Outorgante**

**Assinatura** .....

## ANEXO 1

Realização de 4 divulgações a agendar para 2015 para a empresa \_\_\_\_\_ nos seguintes períodos:

- ✓ **Março**
- ✓ **Julho**
- ✓ **Setembro**
- ✓ **Dezembro**

### **Confirmações:**

- ✓ 1ª Divulgação \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
- ✓ 2ª Divulgação \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
- ✓ 3ª Divulgação \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
- ✓ 4ª Divulgação \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Através dos seguintes meios de comunicação interna, sempre que possível, de acordo entre ambas as partes, (alguns exemplos):

- ✓ E-mail;
- ✓ *Intranet* - informação durante o período de vigência do protocolo;
- ✓ *Rastreios de Saúde*;
- ✓ Ação local nas instalações e respectiva sala disponível para esclarecimento de questões/ adesões ao Clube.
- ✓ Entrega de revista e/ou *flyer* (produzido pelo Holmes Place) a ser entregue nas vossas instalações;

Pontualmente, poderão ser agendadas outras ações que não estejam referidas neste protocolo e que sejam do interesse de ambas as partes, podendo estas iniciativas serem propostas pela(o) empresa \_\_\_\_\_ ou pelo **HP**.

## Anexo 7 – Minuta de protocolo do ginásio Kalorias



### **PROTOCOLO EMPRESA**

Entre:

XXXXX, com sede XXXXX, NIPC XXXXXXXXXXX, neste ato representada pelo(a) XXXXXXXX, com poderes para o ato;

e

KALORIAS - marca portuguesa registada a atuar na área da Saúde, Nutrição e Fitness - neste ato representada pelo(a) Diretor do Clube – João Miguel, com poderes para o ato.

É celebrado o presente protocolo definindo as condições em que se irá processar a adesão dos colaboradores da Primeira Outorgante e de todos os cli e n t e s/ só ci o s ao Kalorias;

### DEFINIÇÕES

COLABORADORES DA EMPRESA – todas as pessoas singulares que mantenham com a empresa XXXXX contrato de trabalho à data da sua inscrição como Membro. O Kalorias pode autorizar que, no grupo de colaboradores, sejam integradas pessoas singulares com outro tipo de relação com a XXXX, nomeadamente agregado familiar (à exceção da adesão crianças que terá sempre valores específicos). Excecionalmente, todos os colaboradores em regime de outsourcing que estejam a prestar serviço para a XXXX irão beneficiar dos valores negociados

para a mesma;

AGREGADO FAMILIAR – cônjuge e dependentes do associado. Excepcional e casuisticamente, o K al or i as pode autorizar que sejam considerados como membros do agregado familiar outras pessoas que como Associado vivam em comunhão de mesa e habitação. O agregado familiar só poderá beneficiar destas vantagens a partir do momento em que o colaborador esteja inscrito;

Ao abrigo deste protocolo, a XXXX irá beneficiar das seguintes regalias para os seus colaboradores, conforme mencionado anteriormente:

- Inscrição inicial – todos os colaboradores da XXXXX irão beneficiar de valores de inscrição reduzidos. Terão que pagar apenas uma taxa de inscrição no valor de 10€.
- Seguro Anual: 10€;
- Adesão Local Livre Trânsito Total: **8.75€/semana**. Esta adesão dá acesso somente ao clube em que o Membro se inscreve, de 2ª a Domingo, em horário total.

Todos os atuais colaboradores que sejam sócios e queiram usufruir dos novos valores da adesão local, terão de assinar um novo compromisso de 12 meses.

## CLÁUSULA 1ª

O Kalorias obriga-se a proporcionar aos colaboradores da XXXX e respetivo agregado familiar (conforme definido nas D e f inições) o acesso ao CLUBE da sua escolha e utilização dos equipamentos e serviços:

### A) ACOMPANHAMENTO NUTRICIONAL EDIETÉTICO

- Questionário de saúde e estilo de vida
- Plano nutricional e dietético
- Acesso ao profissional responsável pelo Sócio que está diariamente disponível para o aconselhar
- Acompanhamento diário à implementação do plano nutricional

VIAS:

- área reservada no portal
- e-mail
- telefone
- chat
- consulta presencial em dia e hora definidos para o efeito no Clube  
(a consulta presencial tem um custo simbólico de marcação associado)

### B) ACOMPANHAMENTO FÍSICO

- Prescrição de treino
- Acompanhamento contínuo dos treinos, por parte de um instrutor na sala de exercício;

- Readaptação dos treinos com a respetiva periodicidade;

C) RENOVAÇÃO DO PLANO

Trimestral;

- A prescrição de treino é alterada de acordo com a frequência de treino do Membro

Autilização de outros clubes diferentes do que efetua a inscrição implica o pagamento de uma taxa adicional definida para cada unidade mediante as suas valências.

CLÁUSULA 2ª

ADESÃO EMPRESA – O Protocolo Empresa entra em vigor quando, pelo menos, cinco pessoas que sejam colaboradoras da Empresa definida como Primeira Outorgante estejam inscritas no Kalorias, sendo condição para a referida adesão a prova documental da relação laboral vigen

**Montijo, de Maio de 2015**

**Kalorias**

**Empresa xxxxxx**