

**MESTRADO**  
**CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**  
**DISSERTAÇÃO**

**A IMPORTÂNCIA DE UM CAREER SERVICES UNIVERSITÁRIO- O  
CASO DO CAREER SERVICES DO ISEG**

**NATACHA RAFAELA FERREIRA RODRIGUES**

**OUTUBRO - 2022**

**MESTRADO EM**  
**CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**  
**DISSERTAÇÃO**

**A IMPORTÂNCIA DE UM CAREER SERVICES UNIVERSITÁRIO- O**  
**CASO DO CAREER SERVICES DO ISEG**

**NATACHA RAFAELA FERREIRA RODRIGUES**

**ORIENTAÇÃO:**

**PROFESSOR DOUTOR PAULO LOPES HENRIQUES**  
**DOUTORA HELENA PAULA ALBINO FARIA**

**OUTUBRO - 2022**

## **AGRADECIMENTOS**

Na realização desta tese, existiram algumas situações que não se realizaram como estavam planeadas, contudo, consegui realizar o meu objetivo: terminar a tese. Esta investigação não foi só minha, e por isso, é importante mencionar todos os nomes que contribuíram para a conclusão da minha tese.

Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus orientadores da tese. Ao Professor Doutor Paulo Lopes Henriques, por ter estado sempre disponível para me ajudar e me guiar nesta investigação, tanto em dúvidas como as questões de investigação, estrutura da investigação, revisão bibliográfica e vários outros temas. À Doutora Helena Faria, por me ter facilitado tanta documentação necessária, pela ajuda na procura de indivíduos para entrevistas, assim como pelo apoio e simpatia que sempre transmitiu ao longo desta investigação. Em segundo lugar queria agradecer à minha família e amigos. À minha mãe lutadora, que me fez uma pessoa bastante forte e resiliente, que me ensinou a não desistir dos meus objetivos. Em terceiro lugar, ao Afonso por me ter acompanhado nestes meses, sempre com imensa paciência e ânimo. Em quarto lugar, queria agradecer às minhas amigas Catarina (são três), Mafalda e Luísa por terem estado presentes durante o meu percurso académico. À minha colega de turma e grande amiga, Patrícia. Obrigada por todas as noites de trabalhos de grupo e sessões de estudo. Obrigada por todos os apontamentos que me deste e dúvidas que tiraste. Não só tive a experiência de ter uma boa colega, como também arranjei uma grande amiga para a vida!

Por fim, mas não menos importante, queria agradecer a todos os participantes desta investigação, tanto às pessoas que responderam ao meu inquérito, como aos entrevistados. Sem eles, não conseguiria terminar esta investigação e por isso, agradeço imenso terem dispensado algum tempo das suas vidas para me ajudarem. Um gigante Obrigada a todos/as!

## RESUMO

Tem se vindo a verificar que os jovens estão cada vez mais rigorosos na escolha da Universidade, devido a vários fatores, sendo dois deles o prestígio da Universidade e a taxa de empregabilidade após o término do curso. De maneira a serem mais competitivas, as Universidades criaram os *Career Services* de modo a preparar os alunos para o mercado de trabalho. A necessidade desta investigação incide na perceção de como os *Career Services* beneficiam os alunos na acessibilidade ao mercado profissional e os seus resultados, focando-se no *Career Services* do ISEG.

Para esta investigação, decidiu-se realizar um estudo de caso, usando o método de triangulação, de maneira a entender a perspetiva dos alunos, das empresas e do *Career Services* sobre esta matéria. O objetivo da triangulação, foi entender a perceção destes grupos em questões como “O que leva um estudante a utilizar os serviços disponibilizados por um *Career Services* de uma Universidade?”, “A importância da satisfação: Qual o nível de satisfação com os serviços e atendimento do *Career Services*?”, “O que pensam os colaboradores do *Career Services* do seu papel na Universidade, e qual a satisfação com as suas atividades do seu dia-a-dia?” e “O *Career Services* no Futuro: Quais as expectativas dos grupos interessados?”. Para a obtenção de resultados, deu-se preferência a uma investigação que tem por base uma metodologia qualitativa e quantitativa, através de entrevistas e questionários.

Conclui-se que os *Career Services* têm um impacto positivo na facilitação do acesso ao mercado de trabalho, preparando os alunos para o mercado profissional. Através da relação que mantém com as empresas e das reuniões frequentes, é possível transmitir as tendências atuais do mercado profissional aos alunos, através de várias atividades como *workshops*, eventos profissionais e plataformas de carreira. Este tipo de atividades proporcionou a que alguns estudantes tenham conseguido os seus primeiros estágios, *soft skills* melhoradas, melhor preparação para entrevistas e até obtenção de emprego.

**Palavras-chave:** *Career Services*; Universidades; Empregabilidade; ISEG; Alunos; Mercado de Trabalho.

## **ABSTRACT**

It has been observed that young people are increasingly more rigorous in their choice of University, due to several factors, two of them being the prestige of the University and the employability rate after graduation. In order to be more competitive, Universities have created Career Services to prepare students for the job market. The need for this research focuses on the perception of how Career Services benefit students in their accessibility to the professional market and their results, focusing on ISEG's Career Services.

For this research, it was decided to conduct a case study, using the triangulation method, in order to understand the perspective of students, companies and Career Services on this matter. The objective of triangulation was to understand the perception of these groups in questions such as "What leads a student to use the services provided by Career Services of a University?", "The importance of satisfaction: What is the level of satisfaction with the services and care of Career Services?", "What do Career Services' employees think about their role at the University, and how satisfied are they with their day-to-day activities?" and "Career Services in the Future: What are the expectations of the groups involved?". To obtain results, preference was given to research based on a qualitative and quantitative methodology, through interviews and questionnaires.

It can be concluded that Career Services has a positive impact in facilitating access to the labor market, preparing students for the professional market. Through their relationship with companies and frequent meetings, they are able to transmit current trends in the professional market to students, through various activities such as workshops, professional events and career platforms. These types of activities have allowed some students to get their first internships, enhance their soft skills, better prepare themselves for interviews and obtain employment.

**Keywords:** *Career Services*; Universities; Employability; ISEG; Students; Labor Market.

## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	i
RESUMO.....	ii
ABSTRACT .....	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABELAS.....	v
LISTA DE ABREVIATURAS .....	vi
Capítulo 1- INTRODUÇÃO .....	1
Capítulo 2- REVISÃO DE LITERATURA .....	2
2.1- O que procuram os estudantes quando escolhem uma Universidade .....	2
2.2- A empregabilidade dos jovens estudantes e recém-licenciados.....	2
2.3- <i>Career Services</i> universitário – Definição .....	5
2.4- A importância de um <i>Career Services</i> na Universidade moderna.....	2
2.5- Os benefícios para os estudantes .....	6
2.6- Os benefícios para as Empresas .....	7
Capítulo 3- METODOLOGIA.....	8
3.1- Método de Pesquisa da Investigação.....	8
3.2- Instrumentos de Recolha de Informação.....	9
3.3- Caracterização da Amostra .....	12
3.3.1- Caracterização da Amostra- <i>Career Services</i> .....	12
3.3.2- Caracterização da Amostra- Gestores de Recursos Humanos.....	12
3.3.3- Caracterização da Amostra- Estudantes.....	13
Capítulo 4- APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS....	15
4.1- O que leva um estudante a utilizar os serviços disponibilizados por um <i>Career Services</i> de uma Universidade? .....	15
4.1.1- Escolha da Universidade.....	15
4.1.2- Os desafios na procura de emprego .....	16
4.2- A importância da satisfação: Qual o nível de satisfação com os serviço e atendimento do <i>Career Services</i> ? .....	25
4.2.1- Alunos .....	25
4.2.2- Empresas .....	26
4.3- O que pensam os colaboradores do <i>Career Services</i> do seu papel na Universidade, e qual a satisfação com as suas atividades do seu dia-a-dia? .....	28
4.4- O futuro do <i>Career Services</i> : Quais as expectativas dos grupos interessados? .....	29
Capítulo 5- CONCLUSÕES.....	31
5.1- Conclusão .....	31
5.2-Limitações e Sugestões para futuras investigações.....	33

<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>39</b>

## **ÍNDICE DE TABELAS**

<b>Tabela 1- Missão dos Career Services universitários em 4 Universidades Portuguesas de Gestão.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabela 2- Serviços Oferecidos pelos Career Services universitários em 4 Universidades Portuguesas de Gestão .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabela 3- Questionário realizado a alunos .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabela 4- Questionário realizado a gestores de recursos humanos .....</b>	<b>11</b>
<b>Tabela 5- Questionário realizado a colaboradores do Career Services.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabela 6- Caracterização da amostra dos colaboradores do Career Services.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabela 7- Caracterização da amostra dos gestores de RH .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabela 8- Caracterização da amostra dos alunos inquiridos do ISEG.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabela 9- Resultados obtidos através do inquérito aos alunos .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabela 10- Guião de Entrevista para colaboradores de RH.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabela 11-Guião de Entrevista para colaboradores do Career Services .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabela 12- Guião do Inquérito para alunos .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabela 13- Análise de Conteúdo das entrevistas aos colaboradores de RH.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabela 14- Análise de Conteúdo das entrevistas aos colaboradores do Career Services .....</b>	<b>46</b>

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

ISEG- Instituto Superior De Economia e Gestão

RH- Recursos Humanos

CV- *Curriculum Vitae*

UC- Unidade Curricular



## Capítulo 1- INTRODUÇÃO

É notório, todos os anos, as várias publicações e notícias das taxas de empregabilidade dos vários cursos universitários, isto é, dados do número de jovens que terminaram a sua licenciatura e encontraram emprego na área em menos de um ano. Contudo, devido às mudanças tecnológicas, as empresas têm procurado modernizar os seus sistemas e processos laborais, e por consequente, redução nos postos de trabalho (Rueda et al., 2004). Os jovens são um dos grupos que mais sofre com crises económicas e mudanças drásticas na economia, levando os mesmos a serem dos grupos etários com um nível bastante elevado de desemprego (Tavares e Carmo, 2022). Devido às mudanças globais, os recrutadores têm sido cada vez mais exigentes, para além de competências técnicas e experiência profissional exigidas, também são necessárias as *soft skills* (Bradley et al, 2019).

As Universidades decidiram criar *Career Services* Universitários com o intuito de ajudar os alunos em escolhas académicas e profissionais. Tem-se verificado benefícios por parte dos alunos ao usufruir dos serviços, como por exemplo, o aumento de capacidades na criação de *CV's*, melhor comunicação e maior consciência das saídas profissionais das suas áreas (Mankela et al., 2014). Verifica-se que os *Career Services* podem ajudar a desenvolver *soft skills* importantes, exigidas pelo mercado de trabalho. Contudo, apesar dos *Career Services* terem ganho maior importância ao longo dos anos, ainda é um tema sem investigações no âmbito nacional, daí ser interessante estudar este tema em Portugal. Assim, o presente trabalho pretende analisar a questão principal de investigação: **“Em que medida é que o *Career Services* tem um papel importante/positivo na facilitação do acesso ao mercado de trabalho?”**, que por sua vez, leva-nos a 4 questões:

- 1ª Questão de Investigação: O que leva um estudante a utilizar os serviços disponibilizados por um *Career Services* de uma Universidade?
- 2ª Questão de Investigação: A importância da satisfação: Qual o nível de satisfação com os serviços e atendimento do *Career Services*?
- 3ª Questão de Investigação: O que pensam os colaboradores do *Career Services* do seu papel na Universidade, e qual a satisfação com as suas atividades do seu

dia-a-dia?

- 4ª Questão de Investigação: O *Career Services* no Futuro: Quais as expectativas dos grupos interessados?

A estrutura deste trabalho divide-se por cinco capítulos. O segundo capítulo aborda questões pertinentes para o estudo como os desafios atuais na entrada dos jovens universitários no mercado de trabalho, na evolução do *Career Services* e na sua ligação entre os alunos e a entrada no mercado de trabalho; O terceiro capítulo caracteriza-se pela metodologia usada, onde caracteriza os participantes da investigação, assim como os instrumentos para a recolha de dados pertinentes; O quarto capítulo foca-se na apresentação, análise e discussão dos resultados e por fim, o quinto capítulo assenta nas conclusões, limitações de investigação e investigações futuras.

## **Capítulo 2- REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1- O que procuram os estudantes quando escolhem uma Universidade**

À semelhança do crescimento dos jovens, a pressão para escolherem um futuro profissional aumenta e desde cedo estes vêm-se na imperiosidade de escolher uma Universidade de modo a obterem um grau académico que lhes abrirá as portas para o mercado laboral (Skatova e Ferguson, 2014). Todos os anos, a Organização The National Research Center for College and University Admissions (NRCCUA) promove inquéritos aos estudantes americanos de modo a analisar e entender os fatores que os motivam para a seleção de uma Universidade. Em cerca de cem mil escolas, verificou-se que os fatores mais importantes para os alunos do secundário, prendiam-se com a acessibilidade, a disponibilidade do curso desejado, a reputação da Universidade, a empregabilidade após a conclusão do curso e valor do curso (Guijosa, 2018).

Verifica-se um aumento no investimento da educação por parte dos alunos, isto é, têm-se vindo a tornar mais rigorosos com a escolha do seu ensino. Este rigor consiste em fatores como, por exemplo, os rankings universitários. Os rankings universitários são influenciados por vários fatores, sendo dois deles: as creditações e taxa de empregabilidade. As creditações servem como “selos de qualidade” (Dobija et al., 2018). Estes “selos” influenciam o prestígio das Universidades, pois torna-as competitivas e desejadas pelos alunos (Bryant, 2013). Um inquérito efetuado em 2017 pela revista Times

Higher Education, indica que 30% dos inquiridos escolheu determinada Universidade como motivo principal, a oportunidade de poder frequentar um estágio. No mesmo inquérito, identifica-se que aproximadamente 12% dos inquiridos escolheram como principal motivo o prestígio do *Career Services* e 52% acredita que uma Universidade de excelência capaz de oferecer um ensino com qualidade é aquela que detém uma taxa elevada de alunos empregados após a licenciatura (Bhardwa, 2017). O mesmo acontece em Portugal. Na Universidade do Porto, verificou-se que a escolha dos alunos por este estabelecimento prendeu-se com o intuito de obterem uma maior realização pessoal, ou seja, máximo conhecimento e maior realização profissional, que se irá repercutir num melhor emprego e bem remunerado (Pereira, 2009). Para além disso, o autor acrescenta que “43,1% apontam também a aquisição de competências profissionais (...) 34,8% o prestígio do curso, 22,9% as saídas profissionais, 16,9% o acesso a profissão bem qualificada e bem remunerada” (Pereira, 2009: 66), confirmando que o prestígio/ ensino de qualidade da Universidade e a empregabilidade despertam um grande interesse aos alunos. É notório que é durante a frequência no ensino superior que o custo na educação é mais elevado. Assim é importante que os alunos façam escolhas corretas de modo a não aumentarem os custos na reta final da sua educação, sendo de enorme importância a existência de um *Career Services* em cada Universidade para apoiar, aconselhar e orientar os alunos de modo que estes tenham uma boa experiência universitária, como também maior facilidade na adaptação ao mercado de trabalho (CICA, 2007).

## **2.2- A empregabilidade dos jovens estudantes e recém-licenciados**

Atualmente, a empregabilidade está cada vez mais associada ao sentimento de sucesso por parte dos alunos, isto é, terminar os estudos e iniciar a carreira profissional. Contudo, a taxa de desemprego dos jovens está associada à elevada concorrência de candidatos no mercado e pela falta de experiência profissional (Silva, 2020). Os jovens são dos grupos que mais sofrem com a falta de emprego, pelas mais variadas razões, nomeadamente, a recessão das empresas em tempos de crises (Rothestein, 2019). No estudo de Rothestein (2019), denota-se que as consequências para estes jovens vão para além dos 10 anos de “cicatrização” após uma crise económica, uma vez que a taxa de emprego tem vindo a recuperar lentamente, assim como também sofrem devido à falta de *soft* e *hard skills* que podem ser ganhas através de experiência profissional. Devido às

crises económicas, o emprego passou a ser precário e frágil, com ordenados baixos, trazendo consequências à vida dos jovens a nível profissional. Através de dados fornecidos pelo Eurostat, Tavares e Carmo (2022) constatam que entre 2019 e 2021, o desemprego voltou a aumentar devido à pandemia, principalmente no grupo de jovens. No grupo dos jovens, verifica-se que a faixa etária entre os 25 e os 29 anos apresentam taxas de desemprego menores que o escalão etário dos 15 aos 24 anos, embora se mantenham sempre acima do desemprego total. Em 2021, Portugal era o 4<sup>a</sup> país da União Europeia com a taxa mais elevada de desemprego jovem (Tavares e Carmo, 2022). Ainda na mesma análise dos dados retirados do Eurostat, Tavares e Carmo (2022) confirmam que o desemprego jovem tem sido sempre mais elevado que a taxa de desemprego em geral (15-74 anos de idade) e que são os jovens os mais penalizados em alturas de crise. Os jovens diplomados são dos grupos mais afetados pois acabam por trabalhar com remunerações similares a quem apenas tem o ensino secundário (Cerqueira, 2021). Estes jovens auferem salários inferiores em relação às suas qualificações, impossibilitando a sua independência como por exemplo, saírem da casa dos seus pais e conseguirem sustentar-se sozinhos (Roque, 2013).

Bradley et al. (2019), refere que no ponto de vista dos recrutadores, qualquer jovem que se candidate a uma vaga de emprego sem qualquer experiência profissional poderá ter dificuldades em ser bem-sucedido no processo de recrutamento, assim, os estágios têm ganho um elevado peso nos processos de recrutamento. Através de um estudo de Baert et al. (2019), constatou-se uma ligação entre as participações em programas de estágios e a entrada no mercado profissional por parte dos alunos, isto é, os alunos que frequentaram um estágio durante a sua formação académica, tinham maior probabilidade de obterem contratos de emprego comparando com alunos que não frequentaram um estágio. Existem vários benefícios para os jovens que realizam estágios curriculares e profissionais, nomeadamente a aquisição de competências importantes para se destacarem nos processos de recrutamento, aumentando assim a capacidade de obterem um emprego posteriormente à conclusão dos estudos (Bolhão, 2013). Caso os alunos não consigam realizar estágios, a melhor forma para os jovens obterem algumas *soft skills*, e prepararem-se para os processos de recrutamento é frequentarem os *Career Services* dos seus estabelecimentos de ensino (Bradley et al., 2019).

De acordo com Bridgstock et al. (2019), com a falta de proatividade e indecisão

na vida profissional, o ensino tem feito um esforço para tornar os seus alunos mais conscientes e cientes de uma “identidade profissional”, através da criação de bolsas ou diplomas de mérito e prémios, de forma a despertar o interesse por parte dos jovens em “vencer” e adquirirem noção de que estas experiências são uma mais-valia para os seus currículos. A preocupação dos jovens conseguirem emprego logo após a conclusão da sua formação académica surge das suas identidades profissionais. Estas identidades são consequência das experiências e capacidades de cada indivíduo, com o foco numa futura atividade profissional. É esta identidade que conduz o aluno para o seu caminho escolar, como profissional (Bridgstock et al.,2019). Segundo Carvalho (2017), são as Universidades que tem a capacidade e responsabilidade de ensinar competências pessoais e profissionais aos estudantes, sendo que estas competências são fatores que facilitam a entrada dos jovens no mercado de trabalho. Um dos fatores que mais impossibilita a entrada no mercado de trabalho é a falta de experiência profissional, sendo que esta falta de experiência pode ser compensada através de atividades extracurriculares que consequentemente irão fornecer estas competências necessárias.

O que são estas competências necessárias? As *soft skills* caracterizam-se por competências que se podem adquirir a nível comportamental do indivíduo. São competências relacionadas com as atitudes, pré-disposição, com o psicológico e experiências de vida do indivíduo (Balcar, 2016). Estas competências estão ligadas à maneira de comunicação e interação com os outros indivíduos, com a interiorização de experiências profissionais e pessoais e da sua expressão nos vários momentos de vida, como se resolvem problemas, se criam ideias e tomam-se decisões (Pinto, 2021). Vários autores descrevem inúmeras competências necessárias para o ambiente organizacional, contudo, as mais requisitadas são: capacidade analítica e de resolução de problemas, comunicação, flexibilidade, organização e motivação (Laranjeiro et al., 2020). Em vários projetos profissionais, tem-se verificado que cada vez mais as *hard skills* não são suficientes para o sucesso dos mesmos. A resposta para o sucesso é a combinação das *hard skills* com a componente humana, isto é, as *soft skills*. Por isso, é cada vez mais importante o recrutamento de colaboradores com as duas componentes, técnica e humana, *hard skills* e *soft skills* (Pedrosa e Silva, 2019). Por consequente, as Universidades começaram a formar os seus alunos para competências como solução de problemas, autoaprendizagem, comunicação e trabalho em equipa, de maneira a facilitar a entrada

dos alunos no mercado de trabalho. É necessário um plano cada vez mais estratégico por parte dos estabelecimentos de ensino para a preparação dos alunos para o futuro profissional (Lopes, 2021).

### **2.3- Career Services universitário – Definição**

Pode-se dizer que as evoluções dos *Career Services* se deram de acordo com as condições económicas, tendências do mercado assim como as necessidades das Universidades (Dey e Cruzvergara, 2014). É no século XIX que surge o interesse de se criar *Career Services* dentro das Universidades. Quando estes serviços surgiram, eram denominados de “*Placement Offices*” que consistiam em serviços de aconselhamento e de procura de emprego, facultados pelos professores universitários. No início desta época, estes serviços eram restritos aos alunos com notas de mérito, deixando de fora a maioria da população estudantil. Contudo, só a partir de 1950 é que os serviços passaram a estar disponíveis para toda a população estudantil, assim como se tornaram centralizados. Os professores deixaram de ser o *staff* destes gabinetes e passou por contratar-se pessoas com novas áreas de formação para além de gestão, economia ou educação (Terzaroli, 2019). Em 1892, nasce o primeiro *Career Services* em Inglaterra. O aumento deste tipo de serviços surgiu após 1950. Para além dos métodos tradicionais que eram oferecidos, nomeadamente, entrevistas de preparação, fornecimento de informação sobre empregos, marcações de entrevistas entre empregadores e alunos, foram criadas atividades que consistiam no desenvolvimento em competências associadas às *soft skills*, como por exemplo, o trabalho individual e cursos de curta duração que garantissem mais créditos escolares (Terzaroli, 2019). Nos Estados Unidos da América o primeiro *Career Services* surgiu na Universidade de Yale, em 1919. Estes serviços estavam divididos em duas modalidades. A primeira modalidade focava-se na orientação de alunos finalistas para a procura de um emprego, sendo que a segunda modalidade se focava nos alunos que ainda não tinham terminado o ensino, ou seja, na experiência universitária, no percurso e desenvolvimento académico (Terzaroli, 2019).

Resumidamente, os *Career Services* deram-se pela assistência vocacional que o *staff* universitário, maioritariamente professores, davam aos seus alunos no início dos anos de 1900. Entre 1940 e 1950, devido ao “*boom*” económico que se deu após a 2ª Guerra Mundial, viu-se necessidade de criar “centros de colocação” para todos os estudantes e veteranos licenciados que voltaram da guerra, com o objetivo de ajudarem

os universitários e licenciados a encontrarem a sua área vocacional, estabelecendo *match* entre as suas habilidades e áreas profissionais. Entre 1970 e 1980, estes serviços passaram a dar aconselhamento profissional um pouco mais personalizado, com planeamento de carreira e assistência na procura de emprego. Entre 1990 e 2000, estes serviços empenharam-se no *network* profissional, aproximando os alunos e os recrutadores através de feiras profissionais e atividades profissionais (Terzaroli, 2019). Em 2008, devido à crise económica, surgiram questões sobre o valor de um diploma universitário. Com a enorme pressão de todos os participantes da comunidade estudantil, isto é, pais, professores, alunos, ex-alunos e o próprio governo, as Universidades acabaram por ter de reinventar os programas dos seus *Career Services*. A partir de 2008, os *Career Services*, para além do método tradicional de assistência aos alunos como a criação de *CV's*, preparação de entrevistas, aconselhamento de carreira, criação de feiras profissionais, entre outros, empenharam-se também na criação de conexões mais fortes, através de oportunidades de estágios e empregos.

O objetivo de aumentar as conexões personalizadas prende-se com o facto da carreira e o desenvolvimento profissional do aluno, ser bastante significativo para a sua experiência de aluno e por isso, decidiram também se focar no aumento de parcerias com empregadores e na mentoria de alunos, de modo a serem capazes de fornecer assistência às necessidades destes, que se vão alterando consoante as mudanças do mercado profissional (Dey e Cruzvergara, 2014). Para adquirir maior credibilidade e relações mais eficazes, os *Career Services* tiveram de apostar no *branding* dos seus espaços, trabalhando com os departamentos de *marketing* e comunicação das Universidades. Através destes departamentos e das redes sociais, tem sido possível, os *Career Services*, ganharem uma maior presença através de conteúdo personalizado nos seus próprios *campus* (Dey e Cruzvergara, 2014).

## **2.4- A importância de um *Career Services* na Universidade moderna**

As Universidades têm usado diversas estratégias para a empregabilidade dos alunos, nomeadamente, incluir a empregabilidade no ensino e em práticas escolares, oferecendo módulos que promovam a aquisição de *skills* profissionais (Bradley et al, 2019). O número de alunos inscritos nas Universidades tem vindo a aumentar, juntamente

com o grau de indecisão no que diz respeito à área de especialização, e, consequentemente, mudanças de área de formação durante o percurso académico. As complexidades destas indecisões também se devem à evolução tecnológica, às mudanças no mercado de trabalho e da economia mundial, sendo que é necessário um maior acompanhamento dos alunos (Reese e Miller, 2006), bem como a necessidade de se criarem *Career Services* com atendimento mais personalizado.

O número de jovens licenciados sofreu um aumento significativo nos últimos anos, contudo, e devido às consequências das crises económicas, esse número não se repercute num aumento significativo de jovens empregados nem tão pouco jovens com empregos bem remunerados. De acordo com Garver et al. (2008), nos Estados Unidos da América, com a queda de investimentos no campo da educação, por parte dos governos, as Universidades viram-se obrigadas a aumentar o custo dos cursos oferecidos, aumentando consequentemente o sentido de responsabilidade e importância na decisão da escolha da Universidade e respetiva área de formação por parte dos alunos e das suas famílias. Este tipo de decisões tem em consideração a importância das UC's lecionadas, o ambiente escolar, a taxa de sucesso, mas também os *Career Services* da Universidade em si. Os *Career Services* são vistos como um fator para os aumentos dos custos relativamente aos cursos oferecidos pela Universidade, pois quanto melhor for o seu programa, mais atrativo será para novos alunos (Garver et al., 2008). De forma a criar impacto na vida dos alunos, os *Career Services* definiram uma missão e um programa para ajudar os alunos universitários. De acordo com a tabela 1, num grupo de Universidades Portuguesas de Gestão, verifica-se que todos estes gabinetes têm uma missão semelhante: Preparar os alunos para o mercado profissional. Inserir o conhecimento do mercado profissional na sua experiência, enquanto aluno.



Tabela 1- Missão dos Career Services universitários em 4 Universidades Portuguesas de Gestão

	Universidades			
	ISCTE BS	NOVA BS	ISEG	UNIVERSIDADE CATÓLICA
<b>Missão</b>	Entregar aos profissionais, alunos com competências e aptidões profissionais. Ajudar os alunos a encontrar uma perspetiva de carreira.	Promover a felicidade dos alunos, apoiando na autoconsciência, o conhecimento do mercado e fornecer os recursos que capacitam os alunos a fazer melhores escolhas de carreira.	Proporcionar a todos os alunos um atendimento especializado e personalizado, apoiando-os tanto na toma de decisões, na preparação de planos para o futuro, assim como no desenvolvimento de competências necessárias para o sucesso.	Apoiar, de forma individual e personalizada, cada aluno na construção da sua marca profissional, dando a conhecer oportunidades de carreira e disponibilizando ferramentas que permitam o desenvolvimento de competências necessárias e preparação para oportunidades e desafios no mercado de trabalho.

Fonte- Elaboração Própria. Adaptado de Websites das Universidades: Católica Lisbon School of Business & Economics, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa, Nova School of Business and Economics e ISCTE Business School

Em relação aos programas, verifica-se que todas as Universidades detêm atividades semelhantes, isto é, *workshops*; consultorias de carreira que incluem sessões de aconselhamento profissional; criação de cartas de apresentação; consultoria de *CV's*; mentoria com antigos alunos e feiras de carreiras. Todas estas Universidade apostaram num acompanhamento individual e personalizado, de forma a ser atrativo para os alunos. Verifica-se na Tabela 2 o foco dos *Career Services* no fomento da criação de conexões mais fortes entre os alunos e as empresas, através de experiências que impliquem o contacto entre os alunos com empresas e ex-alunos, de forma que todos os indivíduos do grupo de interessados aumentem o seu *network* profissional.

Tabela 2- Serviços Oferecidos pelos Career Services universitários em 4 Universidades Portuguesas de Gestão

Universidades	Programa
ISCTE IBS	<p>“<i>Career Week</i>”, permite a partilha de experiências de trabalho entre antigos e atuais estudantes;</p> <p>“<i>Side by Side</i>”, permite visitas de alunos a empresas recrutadoras;</p> <p>“<i>My Daily Work</i>”, assenta na partilha de experiências de trabalho;</p> <p>“<i>Career Forum</i>”, onde se realiza atividades como apresentações e <i>workshops</i> para estudantes;</p> <p>“<i>Company Presentations</i>”, são atividades de apresentações de empresas;</p> <p>“<i>CV’s Available Online</i>”, através da plataforma <i>JobTeaser</i>, as empresas têm acesso aos <i>CV’s</i> dos alunos para facilitar a procura de candidatos para as suas vagas de trabalho.</p>
NOVA SBE	<p><b>Programa de mentoria</b>, que permite ligar antigos alunos com os atuais alunos, com o objetivo de orientar na transição da vida académica para o mercado de trabalho;</p> <p><b>Ferramentas online</b>, tais como <i>GoingGlobal</i>, <i>FirstHand</i>, <i>PrepLounge</i>, <i>Graduate First</i>, <i>Fitch Learning</i>, <i>Big Interview</i> e <i>VMock</i>;</p> <p><b>Portal <i>JobTeaser</i></b>, que permite os alunos se conectarem com o mercado de trabalho, eventos e ofertas de emprego;</p> <p><b>Eventos e feiras de carreiras</b>, onde se realizam atividades, tais como apresentações de empresas, desafios de negócios, oportunidades de <i>networking</i>, visitas a empresas e apresentações <i>online</i>;</p> <p><b>Mentoria</b>, permite os antigos alunos se conectarem aos alunos atuais, de modo que haja uma transição positiva a nível académico para profissional;</p> <p><b>Acompanhamento personalizado e individualizado</b>, feito por um consultor, com o intuito de ajudar o aluno nas suas escolhas profissionais.</p>
ISEG	<p><b>Eventos de <i>networking</i> e feiras de emprego</b>: permitem que os alunos se possam conectar com os recrutadores e antigos alunos. Estes eventos são organizados ao longo do ano, proporcionando oportunidades para solicitar conselhos e dicas de carreira, bem como reunir informações sobre diferentes áreas e percursos profissionais, empresas e diferentes setores de atividade;</p> <p><b>Workshops de <i>soft skills</i></b>, através da aplicação <i>JobTeaser</i>, os alunos poderão realizar <i>workshops</i> ou programas de maneira a desenvolver habilidades de comunicação, trabalho em equipa, gestão de projetos e negociação;</p> <p><b>Workshops de empregabilidade</b>, onde se realizam sessões de formação sobre <i>CV’s</i>, cartas de motivação, perfil do <i>LinkedIn</i>, preparação para entrevistas, testes de avaliação e questionários, avaliações e dinâmicas de grupo;</p> <p><b>Career Counseling</b>, consiste no atendimento individualizado e personalizado, feito por um consultor, sobre temas relacionados com a procura de emprego.</p> <p><b>Career Platform (<i>JobTeaser</i>)</b>: que permite aos alunos se conectarem com o mercado de trabalho através de eventos, ofertas de emprego e validação/revisão de <i>Cv’s</i>;</p> <p><b>Ferramentas online</b>: <i>GoingGlobal</i>, <i>Highered (EFMD)</i>, <i>ISEG Careers (LinkedIn Group)</i>.</p>
CATÓLICA SBE	<p>“<i>Career Consultant</i>”, que fornece acompanhamento aos alunos, tais como sessões de aconselhamento de carreira, feedback de várias ferramentas essenciais (<i>CV’s</i>, cartas de apresentação, perfil <i>LinkedIn</i>), preparação para entrevistas e disponibilização de <i>assessments tests</i>;</p> <p>“<i>Learn in Action</i>”, ajuda os alunos a desenvolverem competências através de atividades tais como estágios, voluntariado e mesmo projetos de empreendedorismo, assim como o contacto direto com os recrutadores;</p> <p><b>Plataforma <i>careerNETwork</i></b>, permite o acesso aos alunos sobre eventos e formação relacionados com carreiras, funções, setores e mercados, níveis salariais e documentação de recrutamento, bem como a oportunidades de <i>networking</i> com antigos alunos ou figuras relevantes do meio corporativo;</p> <p><b>Experiências corporativas</b>, como eventos no <i>Campus</i>, <i>Open Days</i> nas empresas, múltiplas atividades de desenvolvimento de competências, <i>networking</i>, atividades de recrutamento com empresas nacionais e internacionais, estágios e <i>job shadowing</i>.</p>

Fonte- Elaboração Própria. Adaptado de Websites de Universidades: Católica Lisbon School of Business & Economics, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa, Nova School of Business and Economics e ISCTE Business School

## 2.5- Os benefícios para os estudantes

Constata-se que não há um elevado número de afluência dos alunos nas visitas aos gabinetes de carreira. De acordo com Picton e Kahu (2021) os estudantes que não frequentam o *Career Services* sentem-se desorientados, acabando por desistir dos cursos. No estudo de Abukabar (2013), verificam-se efeitos de curto e longo prazo nos alunos que decidiram não frequentar os *Career Services* das suas Universidades. Os efeitos a longo prazo consistem na qualidade de mão-de-obra, isto é, falta de preparação e incapacidade de combinar a vida profissional com a vida pessoal, diminuindo assim a produtividade. A curto prazo, esses efeitos verificam-se pela incapacidade de tomarem decisões profissionais em fatores como as habilidades, valores e aptidões pois não foram orientados para determinados aspetos (Abukabar, 2013).

Os *Career Services* universitários não são de uso obrigatório, contudo, são necessários. Muitos dos cursos universitários têm UC's direcionadas para a atividade profissional do aluno na área, contudo, nem sempre são suficientes, sendo vantajoso o *Career Services* universitário para explorar as opções de carreira e orientar para processos de recrutamento da área em questão (Bradley et al., 2019). Os esforços dos *Career Services* em assistirem às necessidades dos alunos, permite que todo o processo de obtenção de emprego seja mais simples através das suas atividades oferecidas (Usher et al., 2014). O fato dos *Career Services* terem conexões com recrutadores facilita este processo para os alunos, uma vez que já existiu contato prévio por parte do *Career Services*. Um estudo realizado na Universidade Illinois em Urbana Champaign, constatou-se que os alunos que usaram diretamente o *Career Services* sentiam-se mais confiantes e preparados para o mercado de trabalho nomeadamente no que diz respeito à capacidade para criarem CV's, mais preparados para entrevistas profissionais, mais informados em relação às saídas profissionais da sua área e mais satisfeitos com a assistência na procura de estágios (Mankela et al., 2014). Confirma-se os mesmos resultados no estudo de Chin et al. (2018), onde vários alunos relataram experiências positivas com o *Career Services*. De acordo com o seu estudo, os alunos referiram que se sentiram mais bem preparados para os processos de recrutamento através de simulação de entrevistas, de *workshops* e do acompanhamento personalizado que o *Career Services* garantiu, melhorando assim a sua confiança. Para além disso, os alunos também referiram que conseguiram aumentar o seu *network* profissional através de vários eventos

organizados pelo *Career Services*, proporcionando-lhes mais oportunidades de estágios e empregos, assim como um maior conhecimento do mercado profissional (Chin et al., 2018). De acordo com o estudo realizado por Elia (2021), também se verificou que vários alunos obtiveram benefícios por frequentar o *Career Services*. Houve vários alunos que desenvolveram competências sociais com os *workshops*, obtiveram um maior conhecimento de oportunidades de trabalhos através das *newsletters* e plataformas de carreiras criadas pelo gabinete (Elia, 2021).

Resumidamente, os alunos beneficiam da relação que o *Career Services* estabelece com as empresas. Através de *workshops*, feiras de emprego, plataformas de carreiras, atendimento personalizado, simulações de entrevistas, entre outros serviços, os alunos sentem-se mais confiantes para os processos de recrutamento, mais conscientes das suas opções de carreira, com um maior *network* académico e profissional, com competências sociais mais desenvolvidas, proporcionando-lhes novas oportunidades de emprego.

## **2.6- Os benefícios para as Empresas**

De acordo com Loretto (2019), um dos benefícios de recrutar jovens através do *Career Services* é a inovação que trazem para a empresa, contribuindo com novas ideias a longo prazo, devido à sua maior facilidade e rapidez de identificar falhas. Para além disso, os jovens podem aumentar o *network* da empresa, ou seja, ajudam na sua promoção tanto a nível social como profissional. Com o avanço das tecnologias, os jovens poderão ser uma mais-valia para as empresas pois estão mais familiarizados com as últimas tecnologias, contribuindo para um melhor desempenho empresarial (Loretto, 2019). Apoiando a ideia de Loretto, Shaeffer et al. (2014:110) reforça que “Para as empresas, os benefícios centrais são os seguintes: novas ideias, conhecimentos e tecnologias; assistências técnicas; aumento das interações com outras empresas; e informações técnicas para consumidores e fornecedores”. Para Soland (2020), as relações com as Universidades são benéficas, dando um exemplo de como alguns projetos empresariais interessantes poderão estar em lista de espera, e com as ajudas das Universidades na alocação destes alunos nos projetos, conseguem dar continuidade ao mesmo por terem mais recursos.

Assim é possível concluir alguns benefícios que as empresas podem disfrutar ao

cooperarem com os *Career Services*. Estes benefícios incidem no recrutamento dos jovens, isto é, as empresas ganham novas perspectivas e por isso, inovam, mantêm-se tecnologicamente atualizadas, assim como ganham um maior *network* devido à sua exposição no mundo acadêmico e profissional.

Desta forma, é possível verificar pela revisão de literatura que os *Career Services* têm ganho maior visibilidade ao longo dos anos, sendo que esta visibilidade se deve à relação que criaram com as empresas e alunos, de maneira a preparar os alunos para o mercado profissional. Os *Career Services* têm acompanhado as necessidades dos alunos, dinamizando ações dentro das Universidades. As alterações destes serviços passaram da criação de *match* entre alunos e áreas profissionais, para um acompanhamento personalizado, trazendo benefícios a longo prazo, como por exemplo, a melhoria de performance dos alunos. Também é relevante mencionar que os *Career Services* têm acompanhado as necessidades das empresas, e como consequência, as empresas têm beneficiado de um maior dinamismo através do *networking* e do recrutamento por parte do *Career Services*.

## **Capítulo 3- METODOLOGIA**

### **3.1- Método de Pesquisa da Investigação**

A investigação qualitativa passa por compreender o significado de percepções de indivíduos e observações de fenómenos através de vários métodos de recolha de dados, consistindo assim numa análise descritiva pois descreve detalhadamente o fenómeno estudado (Bento, 2012). Uma das abordagens de investigações qualitativas são os casos de estudo. De acordo com Yin (2005: 21), “O estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real - tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores.” Existem várias estratégias de investigação, contudo, se for necessário o entendimento do “como” e “porquê” de um fenómeno e sendo este um fenómeno contemporâneo, a estratégia mais adequada é o estudo de caso (Yin, 2005). Os estudos de caso baseiam-se em evidências de várias fontes, denominando-se, este processo, triangulação (Yin, 2005). De acordo com Yin, a triangulação de dados assenta na recolha

de informações de várias fontes, com o objetivo de corroborar um fenómeno, aumentando o nível de qualidade da investigação. Estas fontes são complementares umas às outras, sendo que a corroboração do fenómeno incide na comparação dos vários dados recolhidos (Yin, 2005). Através da informação adquirida através das entrevistas, pretende-se fazer uma análise qualitativa, de maneira a identificar várias características descritas no texto, e de seguida, essas características irão ser agrupadas em temas importantes para a investigação. Como por exemplo, no grupo das empresas, os dois grandes temas assentam na perceção das tendências do mercado profissional e na perceção e avaliação das atividades do *Career Services*. No grupo do gabinete do *Career Services*, divide-se pela satisfação dos colaboradores e o papel do *Career Services*.

Esta investigação caracteriza-se exploratória pois tem o intuito de perceber o fenómeno, aliada ao processo de triangulação, de modo a contribuir para uma melhor perceção em que medida é que o *Career Services* do ISEG tem um papel importante/positivo na facilitação do acesso ao mercado de trabalho. O estudo de caso permite que se conheça a perspetiva dos colaboradores do gabinete, dos recrutadores e dos alunos do ISEG, e perceber se através do processo de triangulação, se consegue corroborar a teoria que o *Career Services* tem um papel importante na facilitação dos alunos ao mercado de trabalho. Os participantes deste estudo são três grupos. O primeiro grupo é caracterizado por alunos aleatórios do ISEG inscritos na plataforma *JobTeaser*. Este grupo vai contribuir para uma melhor compreensão dos serviços oferecidos pela Universidade, isto é, entender a sua opinião sobre a contribuição dos mesmos na obtenção de emprego. O segundo grupo caracteriza-se pelos colaboradores do gabinete *Career Services*, de modo a obter-se uma ideia mais detalhada das funções exercidas pelo gabinete. O terceiro grupo são 3 gestores de recursos humanos de empresas que têm parceria com o ISEG, de modo a entender como estes percebem o papel do *Career Services* desempenhado nas empresas.

### **3.2- Instrumentos de Recolha de Informação**

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1998:188), o inquérito por questionário “consiste em colocar um conjunto de inquiridos (...) uma série de perguntas relativas (...) de um acontecimento ou problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores.” A vantagem do inquérito por questionário passa por calcular uma

multiplicidade de dados analisando-os e correlacionando-os, e de certo modo, satisfazer uma representatividade. Realizou-se um inquérito por questionário a diversos alunos aleatórios do ISEG com o intuito de analisar as opiniões dos alunos, sobre os serviços prestados pelo gabinete. Este questionário foi realizado através do *Qualtrics* e divulgado através do *LinkedIn*, *Whatsapp* e do email institucional do *Career Services* para todas as contas institucionais dos alunos inscritos na plataforma *JobTeaser* do ISEG. O questionário é caracterizado por 33 questões, sendo 4 questões de caracterização de amostra e as restantes 29 questões incidem nas questões de investigação deste trabalho. Deste questionário, implementou-se deter 32 questões com resposta fechada e 1 de resposta aberta. Neste questionário, existem respostas de escolha múltipla de 1 opção de resposta, assim como de 1 ou mais opções de resposta. Decidiu-se também utilizar o método de escala de tipo Likert para algumas questões, compostas pelas medidas: 1- “Concordo Totalmente”, 2- “Concordo”, 3- “Não concordo nem discordo”, 4- “Discordo” e 5- “Discordo Totalmente”, assim como 1- “Muito Insatisfeito”, 2- “Insatisfeito”, 3- “Nem satisfeito nem Insatisfeito”, 4- “Satisfeito” e 5- “Muito Satisfeito”.

Tabela 3- Questionário realizado a alunos

Questão do Questionário	Objetivo	Questão de Investigação	Fonte
1 <sup>a</sup> ,2 <sup>a</sup> ,3 <sup>a</sup> ,4 <sup>a</sup> , 8 <sup>a</sup> , 9 <sup>a</sup> , 15 <sup>a</sup> , 16 <sup>a</sup> , 17 <sup>a</sup> ,20 <sup>a</sup> ,26 <sup>a</sup>	Identificar quais são os serviços mais conhecidos e usados por parte dos alunos e a razão de procurarem ajuda do <i>Career Services</i>	1 <sup>a</sup>	Dey e Cruzvergara (2014) Keshf e Khanun (2021) Pereira (2009) Garver et al. (2008)
21 <sup>a</sup> ,22 <sup>a</sup> , 23 <sup>a</sup> , 24 <sup>a</sup> , 25 <sup>a</sup> , 27 <sup>a</sup>	Verificar a perceção dos alunos em relação ao mercado profissional		Baert (2019) Bradley et al. (2019) Bolhão (2013)
28 <sup>a</sup> ,29 <sup>a</sup>	Identificar os motivos da escolha da Universidade por parte dos alunos		Bhardwa (2017) Guijosa (2018) Pereira (2009)
5 <sup>a</sup> , 6 <sup>a</sup> , 7 <sup>a</sup> , 10 <sup>a</sup> , 11 <sup>a</sup> , 12 <sup>a</sup> , 18 <sup>a</sup> , 19 <sup>a</sup>	Verificar a satisfação dos alunos com o <i>Career Services</i> e os seus resultados	2 <sup>a</sup>	Chin et al. (2018) Mankela et al. (2014) Bradley et al. (2019) CICA (2007) Bradley et al. (2019) Usher et al. (2014) Elia (2021)
13 <sup>a</sup> , 14 <sup>a</sup>	Verificar a expectativa dos alunos no que poderá vir a ser o <i>Career Services</i> no futuro	4 <sup>a</sup>	Dey e Cruzvergara (2014)

Fonte- Elaboração própria

Para uma análise qualitativa, é necessário que se façam entrevistas de forma a aprofundar detalhadamente o fenómeno através dos agentes sociais inseridos no mesmo. Através da entrevista semiestruturada é possível adquirir um elevado número de dados,

para além disso, este tipo de entrevista permite que haja flexibilidade, direção e maior conhecimento dos entrevistados (Alves e Silva, 1992). As entrevistas semiestruturadas não condicionam as repostas do entrevistado a um padrão, permitindo que este liberte informações mais livres (Manzini, 2004). Para a realização das entrevistas, decidiu-se entrevistar as 3 colaboradoras do *Career Services*, por outro lado, foram escolhidas 3 empresas pela Dra. Helena Faria. Criaram-se dois guiões, sendo que um seria para os gestores de Recursos Humanos das empresas escolhidas, e o outro guião seria para as colaboradoras do *Career Services* do ISEG. Todas as entrevistas desta investigação foram semiestruturadas de modo a perceber detalhadamente, através de respostas abertas, como o *Career Services* traz benefícios aos alunos e às empresas. Acrescenta-se que todas as entrevistas foram gravadas com autorização para futura transcrição, assim como todos os entrevistados vão permanecer anónimos durante a investigação. Verifica-se na Tabela 4, o questionário, servido como instrumento de medida, realizado aos gestores de Recursos Humanos. Este questionário detém 13 questões, sendo 2 questões de caracterização do entrevistado, e as outras 11 questões de investigação.

Tabela 4- Questionário realizado a gestores de recursos humanos

<b>Questão da Entrevista</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Questão de Investigação</b>	<b>Literatura</b>
3 <sup>a</sup> ,4	Perceber quais são as <i>soft skills</i> mais exigidas no mercado e se as Universidades têm vindo a apostar no desenvolvimento das mesmas	1 <sup>a</sup>	Laranjeiro et al. (2020) Pedrosa e Silva (2019)
5 <sup>a</sup> ,6 <sup>a</sup>	Perceber se a experiência profissional tem influência numa contratação		Baert et al.(2019) Bradley et al. (2019) Silva (2020) Bolhão (2013)
7 <sup>a</sup> , 8 <sup>a</sup>	Perceção do mercado profissional em relação ao desafio dos jovens na procura de emprego e no contributo do <i>Career Services</i> do ISEG		Bradley et al. (2019) Silva (2020) Baert et al. (2019) Mankela et al. (2014) Chin et al. (2018) Elia (2021)
9 <sup>a</sup> ,10 <sup>a</sup> , 11 <sup>a</sup> , 12 <sup>a</sup>	Perceber a satisfação do mercado profissional com o <i>Career Services</i> do ISEG	2 <sup>a</sup>	Loretto (2019) Soland (2020) Shaeffer et al. (2014)
13 <sup>a</sup>	Perceber como o mercado profissional pode beneficiar de uma relação contínua e futura com o <i>Career Services</i>	4 <sup>a</sup>	Loretto (2019) Soland (2020) Shaeffer et al. (2014)

Fonte- Elaboração própria

Verifica-se na Tabela 5, o questionário, servido como instrumento de medida,



realizado às colaboradoras do *Career Services*. Este questionário detém 20 questões, sendo 1 questão de caracterização do colaborador e as 19 restantes questões de investigação.

Tabela 5- Questionário realizado a colaboradores do *Career Services*

<b>Questão da Entrevista</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Questão de Investigação</b>	<b>Literatura</b>
6 <sup>a</sup> , 8 <sup>a</sup> , 9 <sup>a</sup> , 10 <sup>a</sup> , 15 <sup>a</sup> , 16 <sup>a</sup> , 17 <sup>a</sup> , 18 <sup>a</sup> , 19 <sup>a</sup> , 20 <sup>a</sup>	Perceber a importância do papel do ISEG no apoio aos alunos que estão à procura de emprego	1 <sup>a</sup>	Bradley et al. (2019) Mankela et al. (2014) Abukabar (2013) CICA (2007) Usher et al. (2014) Elia (2021)
2 <sup>a</sup> , 3 <sup>a</sup> , 4 <sup>a</sup> , 13 <sup>a</sup> , 14 <sup>a</sup>	Perceber a importância e satisfação que o colaborador atribui ao seu papel profissional	3 <sup>a</sup>	Reese & Miller (2006) Dey e Cruzvergara (2014) Carvalho (2017)
5 <sup>a</sup> , 7 <sup>a</sup> , 11 <sup>o</sup> , 12 <sup>a</sup>	Perceber a necessidade da criação de um <i>Career Services</i> , das suas áreas de trabalho assim como do seu futuro trabalho para com os alunos nas Universidades	4 <sup>a</sup>	Dey e Cruzvergara (2014) Garver et al. (2008) Bradley et al. (2019) Dobija et al. (2018) Bryant (2013)

Fonte- Elaboração própria

### 3.3- Caracterização da Amostra

#### 3.3.1- Caracterização da Amostra- *Career Services*

Verificando a Tabela 6, os entrevistados do *Career Services*, são caracterizados por 3 indivíduos do género feminino. A idade das entrevistadas está compreendida na faixa etária entre os 25 e os 60 anos. A duração das entrevistas variou entre os 35 a 60 minutos.

Tabela 6- Caracterização da amostra dos colaboradores do *Career Services*

<b>Entrevistado</b>	<b>E01CS</b>	<b>E02CS</b>	<b>E03CS</b>
<b>Género</b>	Feminino	Feminino	Feminino
<b>Idade</b>	25-30	40-60	40-60
<b>Duração da Entrevista</b>	30-60 minutos	35-40 minutos	30-60 minutos

Fonte- Elaboração própria

#### 3.3.2- Caracterização da Amostra- Gestores de Recursos Humanos

Verificando a Tabela 7, os entrevistados das 3 empresas, são caracterizados por indivíduos do género feminino. A idade das entrevistadas está compreendida na faixa etária entre os 25 a 40 anos. Todas as entrevistadas estão ligadas à função de chefia de recrutamento. A área das empresas varia, sendo que as empresas são caracterizadas da

seguinte forma: uma na área da banca e as restantes na área de consultoria. A duração das entrevistas variou entre os 25 a 35 minutos.

*Tabela 7- Caracterização da amostra dos gestores de RH*

<b>Entrevistado</b>	<b>E01RH</b>	<b>E02RH</b>	<b>E03RH</b>
<b>Género</b>	Feminino	Feminino	Feminino
<b>Idade</b>	25-35	30-40	30-40
<b>Área da Empresa</b>	Consultora de recrutamento	Consultora de serviços de auditoria e consultoria fiscal	Banco internacional
<b>Duração da Entrevista</b>	25-30 minutos	30-35 minutos	25-30 minutos

*Fonte- Elaboração própria*

### **3.3.3- Caracterização da Amostra- Estudantes**

No presente questionário, alcançaram-se 117 estudantes, contudo, apenas 109 completaram o questionário com respostas válidas. Os restantes 8 detinham respostas incompletas, e por isso, inválidas. Verificando a Tabela 8, de acordo com os dados demográficos, os 109 inquiridos, encontram-se divididos por 56,88%, identificando-se do género feminino e 43,11%, identificando-se do género masculino. De acordo com a idade, verifica-se que o maior número de inquiridos se encontra na faixa etária compreendida entre os 24 a 26 anos, com 42,20% de respostas, sendo que o número de inquiridos da faixa etária compreendida entre os 18 e os 20 anos e (23,85%) está relativamente próximo ao número de inquiridos de faixa etária compreendida entre os 21 e 23 anos (28,44%), e por fim, verifica-se que apenas 5,50% dos inquiridos estão na faixa etária compreendida dos 26 ou mais anos. Em relação ao tipo de curso que os inquiridos estão a frequentar, verifica-se que um pouco mais de metade dos inquiridos se encontra a frequentar o mestrado (51,28%), ao contrário, verifica-se pouca participação de alunos a frequentar doutoramento (0,92%), MBA (0,92%) e pós-graduação (1,83%). Por fim, na área do curso, denota-se que houve uma maior participação neste inquérito dos alunos da área de gestão (12,84%), economia (11,01%), ciências empresariais (10,09%), management (9,17%) e gestão de recursos humanos (9,17%).

Tabela 8- Caracterização da amostra dos alunos inquiridos do ISEG

Variável	Frequência	Percentagem	
<b>Género</b>	Feminino	62	56,88%
	Masculino	47	43,11%
	Outro	0	0%
<b>Idade</b>	18-20	26	23,85%
	21-23	31	28,44%
	24-26	46	42,20%
	26 <	6	5,50%
<b>Tipo de curso a frequenter</b>	Licenciatura	49	44,95%
	Mestrado	56	51,28%
	Pós-Graduação	2	1,83%
	MBA	1	0,92%
	Doutoramento	1	0,92%
<b>Área do curso</b>	Economia	12	11,01%
	Gestão	14	12,84%
	Matemática Aplicada à Economia e Gestão	4	3,67%
	Economics	9	8,26%
	Management	10	9,17%
	Finance	8	7,34%
	Estudos Gerais	0	0%
	Gestão de Desporto	6	5,50%
	Métodos Quantitativos para a Decisão Económica e Empresarial	1	0,92%
	Marketing	6	5,50%
	Gestão de Recursos Humanos	10	9,17%
	Economia Internacional e Estudos Europeus	0	0%
	Economia e Políticas Públicas	2	1,83%
	Economia e Gestão da Ciência, Tecnologia e Inovação	0	0%
	Design para Sustentabilidade	0	0%
	Desenvolvimento e Cooperação Internacional	0	0%
	Contabilidade, Fiscalidade e Finanças Empresariais	6	5,50%
	Ciências Empresariais	11	10,09%
	Mathematical Finance	0	0%
	Monetary and Financial Economics	1	0,92%
	Management Information System	0	0%
	Management and Industrial Strategy	6	5,50%
	Law and Management	0	0%
	Data Analytics for Business	1	0,92%
	Applied Econometrics and Forecasting	0	0%
	Actuarial Science	0	0%
	Accounting	0	0,92%
	Outro	1	0,92%

Fonte- Elaboração própria

## **Capítulo 4- APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

Como referido anteriormente, através da revisão de literatura, verifica-se que os *Career Services* têm um impacto positivo na facilitação do acesso ao mercado de trabalho. Neste capítulo pretende-se confrontar a revisão de literatura com os dados recolhidos nesta investigação.

### **4.1- O que leva um estudante a utilizar os serviços disponibilizados por um *Career Services* de uma Universidade?**

#### **4.1.1- Escolha da Universidade**

Skatova e Ferguson (2014) referem que os jovens desde cedo decidem progredir nos estudos, levando-os à escolha de uma Universidade, de modo a obterem um grau académico que os levará ao mercado profissional. Através da revisão bibliográfica, verifica-se que vários autores denotam os mesmos motivos para a escolha da Universidade, por parte dos alunos. Guijosa (2018) analisa que os motivos mais frequentes na escolha das Universidades passam pela acessibilidade, disponibilidade do curso, reputação da Universidade e taxa de empregabilidade. Bhardwa (2017) confirma através de um inquérito que a empregabilidade e a qualidade do *Career Services* também são dos principais motivos de escolha. Analisando a Tabela 9 (Anexos), o que motivou os estudantes inquiridos a escolher o ISEG para a sua formação, foram 3 fatores importantes. Em primeiro lugar, o prestígio da Universidade (35,80%), em segundo lugar a qualidade de ensino (27,65%) e não menos importante, em terceiro lugar, abrangência das saídas profissionais e oportunidades de carreira (25,51%). Estas respostas confirmam a ideia de Guijosa (2018) e Bhardwa (2017), assim como de Pereira (2009), que através do seu estudo, verificou que o motivo da escolha do curso universitário assentava no prestígio da faculdade e nas ofertas de saídas profissionais.

Mais de metade dos alunos inquiridos (75,23%) estão de acordo que o nome do ISEG no seu CV poderá ter influência em novas oportunidades de carreira, visto que estes acreditam que o nome é apelativo aos recrutadores, indo de encontro à ideia de Magalhães (2011) e Bordón e Braga (2020). Magalhães refere que através de conversas com vários gestores de carreiras de empresas de RH, o nome da Universidade pesa no momento da triagem, pois consideram que quem frequenta Universidades com maior prestígio, têm

uma melhor formação cultural, *soft skills* de liderança e flexibilidade (Magalhães, 2011). Bordón e Braga (2020) referem que a frequência numa Universidade de prestígio é um fator influenciador para o sucesso no mercado de trabalho, pois existem várias empresas que preferem recrutar jovens nestas Universidades, levando a posições mais favoráveis e com melhores salários. Será a o nome da Universidade importante para a obtenção de emprego, ou serão outros fatores?

#### **4.1.2- Os desafios na procura de emprego**

Através da revisão de literatura, verifica-se que Bradley et al. (2019), refere que as dificuldades são acrescidas para os jovens sem experiência profissional num processo de recrutamento, sendo uma mais-valia para o processo de recrutamento, estes terem frequentado estágios. Já num estudo realizado por Baert et al. (2019), constatou-se que os estudantes com estágios realizados durante a sua formação académica, tinham maior probabilidade de obterem contratos de emprego comparando com alunos sem qualquer experiência profissional. Corroborando a posição de Bradley et al. (2019) e o estudo de Baert et al. (2019), analisando os dados da Tabela 9 (Anexos), 75,23% dos inquiridos estão de acordo que existe uma maior integração num processo de recrutamento de um aluno com estágio realizado em comparação com um aluno sem qualquer experiência. 37,96% dos estudantes acham que os estágios são uteis para a obtenção de emprego, assim como servem para conhecer o mercado de trabalho (36,57%). Estas respostas vão de encontro com a ideia de Bolhão, em que a oportunidade de realizar um estágio “torna-se uma importante ferramenta de qualificação para o mercado de trabalho e uma experiência enriquecedora (...) pelo aluno” (Bolhão, 2013:3). Constatou-se que os alunos têm consciência da dificuldade dos processos de recrutamento para quem não tem experiência profissional.

Apenas 39,44% dos inquiridos tem um estágio realizado. No grupo dos inquiridos que já realizaram um estágio, 72,09% dos alunos deste grupo, adquiriram um estágio através do *LinkedIn*, da sua faculdade anterior (plataforma, curso/mestrado, entre outros...) e procura individual (envio de *CV* para a empresa, falar diretamente com a empresa, entre outros...). Dos estudantes que frequentaram estágios, 27,9% dos estudantes conseguiram através do *Career Services*. De acordo com o estudo de Chin et al. (2018), vários estudantes conseguiram a oportunidade de estagiar através de eventos e atividades

que os *Career Services* desempenharam com empresas recrutadoras. Através do inquérito, confirma-se que 23,25% dos inquiridos arranhou um estágio através da plataforma de carreira *JobTeaser* do *Career Services* do ISEG e 4,65% dos jovens arranhou um estágio através do *Career Forum* organizado pelo *Career Services* do ISEG, tal como descrito no estudo de Chin et al. (2018). Estes resultados vão de encontro com a ideia de Usher et al. (2014), onde refere que os esforços dos *Career Services* em assistirem às necessidades dos alunos, permite que todo o processo para a obtenção de emprego seja mais acessível com a ajudado *Career Services*.

De acordo com as entrevistadas da área de RH, todas detém a opinião de que o *Career Services* é uma área bastante importante nas Universidades. Para as entrevistadas, esta área beneficia os alunos com a criação de uma relação mais próxima entre as empresas e os alunos, permitindo que as empresas conheçam os alunos em vários estágios da sua formação escolar, assim como permite os alunos conhecerem o mercado profissional.

*“Acho fundamental para que as empresas possam conhecer uma diferenciação de alunos, nos seus diferentes momentos de formação (...) acho fundamental criar-se espaço para as organizações intervirem numa forma positiva no ciclo de vida das universidades.” E03RH*

*“Eu dou muita importância (...) eu acho que esta área tem uma dupla função, por um lado ajudar os estudantes, a encontrar as alternativas e conhecer o mercado de trabalho, alternativas que fazem sentido tendo em conta aquilo que são e aquilo que procuram, e por outro lado, por serem uma ponte aqui com as empresas. É importante, que alguém consiga fazer esta interlocução entre o meio académico, que tem os professores e a direção da escola e o contexto empresarial, não é?” E02RH*

Na perspetiva das entrevistadas do *Career Services*, constata-se que o gabinete pode beneficiar os alunos através da interligação que o *Career Services* faz entre os alunos e as empresas, sejam atividades de *workshops*, planeamento de eventos ou consultoria de carreira.

*“Conseguimos beneficiar os alunos, através da ponte que fazemos entre os alunos e as empresas, isto pode ser eventos, estágios, workshops...” E01CS*

Nos casos de sucesso, confirma-se que o contacto com o *Career Services* pelos alunos ajudou-os na sua procura e obtenção de emprego, tanto no grupo de inquiridos que conseguiu realizar um estágio através do *Career Services* (27,9%), como em alguns casos particulares. Confere-se que o que aconteceu no ISEG vai de encontro com o estudo de

Chin et al. (2018) e o estudo de Elia (2021), onde os alunos conseguiram obter oportunidades de estágios e emprego.

*“Existem vários casos de sucesso, posso dar-lhe o caso de estagiárias que passaram por aqui e que foram convidadas para empresas... Outros alunos reportavam problemas em passar na última entrevista, nós fazíamos uma análise para perceber como falhou, treinar aspetos etc... Alguns alunos enviaram email a agradecer e a informar que passaram.” E01CS*

Permanece a questão, porque é que os 60,55% dos alunos ainda não realizaram um estágio? De acordo com Silva (2020), grande parte dos jovens têm problemas em conseguir o primeiro estágio, sendo que um dos maiores motivos são a elevada competitividade e a experiência exigida na área de trabalho. Estará o mercado profissional mais exigente? Segundo o estudo de Castro (2021), com o aumento da população graduada e a massificação das licenciaturas, a concorrência aumentou, contudo, na perspetiva dos gestores de RH, verifica-se que maioria das entrevistadas não concorda que haja um desafio na procura do primeiro emprego na área de especialidade. Porém, a entrevistada E03RH reconhece que este desafio poderá ser maior ou menor, dependendo da área de formação do aluno.

*“Não acho que seja difícil para os jovens... pode depender da sua área” E03RH*

Na perceção das colaboradoras do *Career Services*, sobre o desafio atual dos jovens em busca do seu primeiro emprego na área em que se especializaram, confirmam-se opiniões semelhantes às entrevistadas de RH. Estas referem que este desafio poderá ser consequência da área de formação dos alunos ou de não terem experiência profissional pois não têm maturidade suficiente para sabem o que querem fazer no futuro. Verifica-se a mesma perceção no estudo de Castro (2021) efetuado na Universidade do Minho. De acordo com as respostas obtidas, vários coordenadores e professores referem que os alunos terminam o seu percurso académico em tenra idade, não tendo a maturidade nem experiência exigida pelas empresas (Castro, 2021).

*“Eu acho que é um grande desafio na medida que a maior parte dos jovens não tem experiência profissional e terminam a sua licenciatura ou mestrado, não tem noção do que querem fazer, conhecem muito pouco a eles próprios e ao mercado... Considero um desafio os jovens encontrarem emprego que vai de encontro ao que querem.” E03CS*

*“Isso depende da área de formação.” E02CS*

Já na perspectiva dos alunos, 80,73% dos inquiridos está de acordo que as empresas têm sido mais exigentes com o nível de experiência dos candidatos. Questionando as entrevistadas da área de RH, sobre oportunidades de emprego para jovens sem experiência profissional, encontram-se opiniões diferentes, apesar de terem pontos em comum. Todas as entrevistadas mencionaram que os jovens com experiência profissional (seja na área ou não) vêm mais preparados para o mercado de trabalho. De acordo com a experiência exigida, as opiniões diferem, como por exemplo, a entrevistada E01RH referiu que um perfil júnior não requer qualquer tipo de experiência, por outro lado, as restantes entrevistadas mencionaram que para uma vaga técnica, nunca recrutariam alguém sem experiência. As respostas vão contra a ideia de Bradley et al. (2019), Baert et al. (2019), Silva (2020) e Castro (2021) que referem, através das suas investigações, que os processos de recrutamento poderão ser mais difíceis para quem não tem experiência profissional. Ainda assim, é importante mencionar que na perspectiva da entrevistada E01RH ainda perdura um *mindset* empresarial de que o perfil júnior deve ter experiência prévia.

*“Não, eu acho que é sempre um plus terem uma experiência profissional e quando eu digo experiência profissional, não quer dizer que seja na área (...) Qualquer experiência profissional tem os seus benefícios (...) porque se vê nesses alunos um mindset, têm mais preparação, sabem o que é mercado profissional, nota-se uma diferença (...) Acho que ainda há um mindset de que quero um perfil júnior de 10 anos de experiência... Não faz sentido, não podemos exigir um perfil júnior com experiência.” E01RH*

*“Se fosse um trabalho com algo muito técnico ou que fosse muito diferente daquilo que é a experiência de base da pessoa, eu escolheria alguém com experiência técnica.” E02RH*

Analisando as diferentes opiniões dos grupos estudados retira-se que existem duas posições contrárias. De acordo com os alunos e autores mencionados, o mercado profissional tem sido cada vez mais exigente, facilitando apenas indivíduos com experiência profissional anterior. Por outro lado, na perspectiva das empresas, assim como do *Career Services*, poderá haver um desafio, mas não influenciado pelo mercado, e sim pela área de formação dos alunos e da sua imaturidade. Estarão os alunos conscientes da sua falta de maturidade ou estarão as empresas, assim como o *Career Services* alheios às dificuldades dos alunos?



### 4.1.3- A importância das *soft skills*

De acordo com Pedrosa e Silva (2019), os recrutadores têm apostado bastante no recrutamento, tendo em conta as *soft skills* dos candidatos. Para um bom ambiente organizacional, é importante que os consultores detenham competências como a capacidade analítica e de resolução de problemas, comunicação, flexibilidade, organização e motivação (Laranjeiro et al., 2020). Analisando as respostas das entrevistadas de RH, a ideia de se atribuir maior importância às *soft skills* vai de acordo com a ideia de Pedrosa e Silva (2019), reforçando que cada vez as *soft skills* são mais importantes. Através das entrevistadas verifica-se que as *soft skills* exigidas são semelhantes com as referidas por Laranjeiro et al. (2020), sendo estas a motivação, a comunicação e outras como o interesse em aprender, capacidade de trabalhar em equipa, humildade e capacidade de mudança.

*“... a nível de soft skills, é cada vez mais desejada não só pela parte dos recursos humanos, que é isso que avalia, mas também por parte do business. Se tivermos uma pessoa bastante motivada para aprender, bastante motivada para trabalhar, para dar o seu extra mile, pessoas que saibam trabalhar em equipa, pessoas que sejam empáticas, engaging.” E01RH*

*“Humildade, resiliência, capacidade de trabalho em equipa, ritmo de trabalho.” E03RH*

Estarão os jovens a par desta importância? Questionados se gostariam que existissem mais projetos universitários que desenvolvessem as suas *soft skills*, através da Tabela 9 (Anexos), 71,56% dos inquiridos mostraram interesse nesta ideia. Estes resultados vão de encontro com a informação retirada de um inquérito da Adecco, em que se verificou que a tendência dos mais jovens é atribuir maior importância às competências transversais (Ferreira, 2021), confirmando que as *soft skills* são cada vez mais importantes para os estudantes. Confrontados com a questão de as empresas darem oportunidades de emprego aos jovens sem experiência profissional, mas com um bom conjunto de *soft skills*, 29,36% dos estudantes acredita que existe esta flexibilidade nas empresas. Contudo, também se constata outras opiniões de estudantes, como por exemplo, um pouco menos de metade dos alunos (46,79%) não concorda nem discorda nesta flexibilidade e 20,18% dos alunos não acreditam que as empresas são capazes de darem oportunidades a jovens sem experiência profissional com um bom conjunto de *soft skills*. Estarão os alunos a par da importância que as empresas atribuem às *soft skills*? Apesar de ter sido referido anteriormente que não é possível dar oportunidade a jovens sem experiênciaprofissional em vagas técnicas, também se verifica que existem oportunidades

para outro tipo de vagas, como vagas juniores ou para outras funções.

*“Numa função de consultor de recrutamento, numa fase inicial como trainee, procuramos pessoas com saberes diferentes e vemos pelas soft skills.” E03RH*

De acordo com Carvalho (2017), as Universidades são responsáveis por ensinar competências profissionais aos alunos. Bradley et al. (2019) confirma que as Universidades têm vindo a apostar na empregabilidade dos alunos e por isso, promovem a aquisição de *soft skills*. As entrevistadas da área de RH tem verificado uma aposta das Universidades no desenvolvimento de *soft skills* dos seus alunos, isto é, estão mais bem preparados para entrevistas e, por isso, impactam de uma maneira positiva. Chin et al. (2018) e Mankela et al. (2014), confirmam, através dos seus estudos, que os estudantes se sentiram mais preparados para entrevistas, assim como se sentiram mais confiantes com a ajuda do *Career Services*.

*“Eu acho que há uns anos atrás aquilo que nós víamos era só mesmo as hard skills ali muito bem definidas e quando tentávamos explorar as soft skills em entrevistas, eram muito mecanizadas com aquelas respostas da internet e que fica bem dizer... acho que cada vez mais existe esse pensamento de explicar as suas soft skills e mostrar as suas soft skills... o ISEG e as outras faculdades também têm vindo a apostar também com a criação de muitos workshops, convidam as empresas, há muitas iniciativas para mostrar aos candidatos/estudantes o que é que realmente valorizamos. Quanto mais informação os alunos tiverem mais preparados estão para entrevistas.” E01RH*

*“Tem vindo a apostar mais nas soft skills, por causa da empregabilidade e dos rankings, eu acho que, cada vez mais, os alunos chegam melhor preparados no sentido de quererem este tipo de respostas por parte dos serviços que existem dentro das universidades e desta universidade.” E03RH*

Confirma-se que o mercado profissional, as Universidades e os alunos tem atribuído maior importância às *soft skills*. Apesar do mercado considerar que as Universidades têm apostado no desenvolvimento das *soft skills* dos alunos, e que estes tenham vindo preparados para as entrevistas, verifica-se que mais de metade dos alunos preferia ter mais projetos universitários onde pudessem desenvolver as suas *soft skills*. Será responsabilidade dos alunos investirem autonomamente nas suas *soft skills*, ou será responsabilidade das Universidades incluírem *soft skills* no seu programa de ensino?

#### **4.1.4- Relação entre o *Career Services* e os alunos**

Qual será o papel do *Career Services* na Universidade do ISEG? Do ponto de vista das entrevistadas do gabinete do *Career Services*, o papel deste gabinete tem por base preparar os alunos do ISEG para o mercado profissional, para que estes se sintam

confortáveis e seguros nas suas escolhas profissionais, confirmando a ideia de Carvalho (2017), que indica que as Universidades são responsáveis por ensinar competências profissionais aos alunos, e assim prepará-los para o mercado profissional.

*“Eu diria que o papel é bastante importante na preparação para o mercado de trabalho. Os melhores embaixadores da escola são os alunos e se eles tiverem bem preparados, permite com que a escola fique com uma melhor imagem junto das empresas. Também é importante para as creditações internacionais, estrategicamente é muito importante para os rankings da Escola.” E03CS*

Apesar de Carvalho (2017) responsabilizar as Universidades por este ensinamento, Castro (2021) refere que na perspetiva de alguns coordenadores entrevistados no seu estudo, existe uma maior orientação para o mercado, contudo não é possível estar sempre a par das mudanças. Como Dey e Cruzvergara (2014), expressam no seu estudo, os *Career Services* vão evoluindo de acordo com as tendências do mercado. Para que os alunos possam ter um melhor proveito dos serviços do *Career Services*, o gabinete tem de estar a par das alterações no mercado e das suas exigências. Para isso, o *Career Services* aposta em reuniões frequentes com as empresas, de forma a perceber o que o mercado profissional dita, transmitindo esta informação aos alunos. Contudo, a entrevistada E03CS reforça que a participação de professores em eventos com empresas, contribui para uma melhor transmissão de informação, não só através do *Career Services*, como também em aulas.

*“Muitas reuniões com as empresas... ouvir a voz das empresas, perceber o que procuram. Promovemos, sempre, um pequeno-almoço com as empresas e docentes, coordenadores de mestrado etc, para que eles entendam o que as empresas procuram e valorizam... Colocar estas duas comunidades a interagir...” E03CS*

Através da Tabela 9 (Anexos), 83,48% dos alunos inquiridos conhece pelo menos um dos serviços oferecidos pelo *Career Services*, sendo que, apenas 16,51% dos alunos refere que desconhece qualquer tipo de serviço oferecido pelo gabinete. De acordo com as entrevistadas do *Career Services*, os serviços disponibilizados consistem na plataforma de carreira *JobTeaser*, eventos com empresas, *workshops* e consultoria de carreira.

*“São vários, temos a plataforma JobTeaser, onde os alunos podem consultar ofertas de emprego, fazer upload dos seus CVs, sugestões para entrevistas... Depois temos eventos com empresas, seja a feira de carreiras, open days, eventos de networking, simulações de entrevistas com empresas, etc.. Temos também workshops de soft skills e de recrutamento e ainda as sessões de consultoria, onde tentamos ajudar os alunos nos vários temas relacionados com as suas carreiras.” E01CS*

Os serviços mais conhecidos por parte dos alunos são os serviços de consultoria

de carreira, onde incluem os aconselhamentos sobre *CV's*; aconselhamento sobre cartas de motivação; preparação para processos de recrutamento; preparação para entrevista; *LinkedIn* e orientação vocacional (27,48%), por outro lado, o serviço menos conhecido, são os estágios (19,54%). Questionando se existe algum serviço que possa ser diferenciador de outras Universidades e, por isso, vantajoso para os alunos, verifica-se que os serviços que o *Career Services* oferece, são semelhantes, comparados com outras Universidades de Gestão Portuguesas, como identificado na tabela 2 (Revisão Bibliográfica). Contudo, o gabinete decidiu criar um evento de *start-ups* em 2022, que juntou vários alunos com empresas, sendo o primeiro evento exclusivo de *start-ups* em Portugal. Para além disso o número de eventos que o *Career Services* organiza por ano, poderá ser um fator diferenciador comparando com as outras Universidades, proporcionando mais oportunidades aos alunos de conhecerem o mercado profissional.

*“Este ano fizemos uma feira exclusiva para Start-Ups, que foi um sucesso. Foi a primeira feira exclusiva de Start-Ups numa universidade. Nós fazemos muitos eventos, é isso que nos destaca, nós temos quase todas semanas eventos, temos uma relação muito próxima com os alunos, muitos eventos diversificados e criativos. A nossa qualidade de consultoria é muito elevada e acabamos por nos destacar. De acordo com o Financial Times, a avaliação que os alunos de finance fizeram do Career Services foi muito boa, ficámos em décimo segundo lugar a nível mundial.” E03CS*

Mais de metade dos inquiridos (61,47%) já usufruiu dos serviços do *Career Services*. Relativamente à frequência de utilização, por parte dos alunos, verifica-se uma variedade de respostas, isto é, pouco menos de metade dos inquiridos (44,04%) já necessitou da ajuda do *Career Services* entre 1-3 vezes num ano, 18,34% dos alunos inquiridos já frequentou mais do que 4 vezes por ano. De acordo com as entrevistadas do *Career Services*, os alunos apenas utilizam o *Career Services* quando precisam, isto é, por exemplo, mais perto de eventos de carreira ou da entrada no mercado de trabalho.

*“Eu diria que se nota uma espécie de época alta e época baixa, na altura das feiras de emprego existem mais alunos a nos procurar bem como na altura em que as empresas começam a recrutar...” E01CS*

Constata-se que 37,61% dos inquiridos, num espaço de um ano, não usufruiu dos serviços do *Career Services*, o que indica que ainda existe uma grande parte de alunos que não mostram interesse em começar, o quanto antes, o seu percurso profissional. Houve um decréscimo de visitas de alunos ao gabinete, podendo estar associado a vários fatores, contudo, a entrevistada E03CS constata que houve um decréscimo na sua procura, devido à pandemia, o que dificultou a interação dos alunos com atividades realizadas.

“Nestes últimos dois anos, houve um decréscimo devido à pandemia e ao facto de ser tudo online... Ainda temos à volta de sessenta por cento dos alunos a não procurar o *Career Services*... Os alunos perderam o hábito de interagir, como estão em casa não nos veem e a nossa ideia é reforçar esta aproximação.” *E03CS*

Mas o que levou os alunos a necessitarem da ajuda do *Career Services*? Os 3 principais motivos dos estudantes em visitar o espaço do *Career Services*, foi com o objetivo de adquirir mais conhecimentos do mercado profissional (22,28%), ajuda para a preparação do seu *CV* (19,69%) e preparação para uma entrevista profissional (15,54%). O serviço mais requisitado pelos alunos foi a plataforma de carreira *JobTeaser* (38,18%). Porquê a plataforma *JobTeaser*? De acordo com o *Career Services*, esta plataforma permite a acessibilidade a inúmeras informações sobre o mercado profissional, que poderá preparar os alunos para o mesmo, através de informações sobre questões que poderão surgir em entrevistas, listas de empresas para estagiar, informações de como tornar o *CV* e a página do *LinkedIn* mais apelativos, entre outros. Em relação às ofertas da referida plataforma, mais de metade dos inquiridos (66,06%), conhece pelo menos uma das suas funcionalidades. Os serviços mais conhecidos da plataforma são os uploads de *CV's* (17,40%), *templates* de *CV's* (15,19%), questões de entrevistas e dicas para a sua preparação (11,60%), por outro lado, a funcionalidade menos conhecida, por parte dos alunos, é a área de *company profiles* (3,59%). Em relação ao uso da plataforma referida, mais de metade dos inquiridos (57,79%) já usou esta plataforma. Constatando-se com as colaboradoras do *Career Services*, os serviços mais requisitados pelos alunos foram revisões de *CV's*, acessibilidade a plataformas profissionais, eventos e, por fim, os protocolos de estágio.

“Portanto, é a consultoria, a revisão de *CV's*, a ajuda na procura de empregos/estágios, as plataformas que devem consultar, eventos e protocolos de estágio.” *E03CS*

O papel do *Career Services* consiste na preparação dos alunos para o mercado profissional. Como o fazem? Através da transmissão de informação aos alunos, sobre detalhes retirados através de reuniões periódicas com várias empresas. Esta transmissão de informação passa-se por canais como *workshops*, eventos, consultoria de carreira e plataformas de carreira. O seu programa é semelhante a programas de outras Universidades, como se constata na tabela 2, contudo, a sua característica diferenciadora é a frequência de eventos, proporcionando um maior número de oportunidades aos alunos

para conhecerem o mercado profissional. O que levou os alunos a irem ao *Career Services*? Identificaram-se 3 motivos, sendo eles a aquisição de mais conhecimento do mercado profissional, preparação de *CV's* e preparação para entrevistas profissionais. Mais de metade dos alunos já usufruíram dos serviços, contudo verificou-se que houve um decréscimo na frequência dos mesmos devido à pandemia.

#### **4.2- A importância da satisfação: Qual o nível de satisfação com os serviços e atendimento do *Career Services*?**

##### **4.2.1- Alunos**

De acordo com Bradley et al. (2019), o uso do *Career Services* tem como vantagem a exploração de opções de carreira, assim como orientação para processos de recrutamento. De acordo com a Tabela 9 (Anexos), 37,61% dos alunos notaram uma melhoria das suas *soft skills*, através dos serviços do *Career Services*. As *soft skills* mais trabalhadas foram: comunicação (28,46%), criatividade e inovação (21,14%) e por fim, trabalho de equipa e análise e resolução de problemas, ambas com 19,51% de respostas. Para os alunos que necessitaram da ajuda do *Career Services* em processos de recrutamento ou preparação de entrevistas, 34,15% dos alunos referem que o seu desempenho nestes processos não seria igual, caso não obtivessem ajuda do *Career Services*. Estes resultados vão ao encontro das conclusões de Chin et al.(2018) e Elia (2021) que constatarem que os alunos que usaram os serviços deste gabinete desenvolveram competências sociais, assim como se sentiram mais confiantes. Por outro lado, 19,51% dos alunos acha que a ajuda do *Career Services* não teria qualquer influencia no seu desempenho. Apesar de existirem alunos que poderão ter o intuito de pesquisar autonomamente as novidades do mercado profissional, existem informações menos perceptíveis. Estas informações poderão ser mais claras, sendo decodificadas pelo *Career Services*, de acordo com a opinião das entrevistadas de RH e do *Career Services*, este serve como uma ponte entre os alunos e o mercado profissional, existindo assim uma maior probabilidade de os ajudar.

De acordo com mais de metade dos inquiridos (63,49%), encontram-se satisfeitos com a plataforma *JobTeaser* do ISEG e com as suas funcionalidades, contudo, mais de metade dos inquiridos (59,63%) não concorda nem discorda que esta plataforma gerou uma maior acessibilidade a vagas profissionais comparando com outras plataformas de

carreiras como, por exemplo, sites de emprego, *LinkedIn* e outras plataformas. Apesar dos resultados, 24,77% dos estudantes acha que esta plataforma os beneficiou a nível de acessibilidade a oportunidades de estágio ou emprego. Elia (2021) refere que existiram vários relatos de estudantes que reportaram que este tipo de plataforma lhes deu uma maior acessibilidade a novas ofertas de emprego e, por isso, conseguiram candidatar-se a várias oportunidades. Globalmente, mais de metade dos inquiridos (77,61%) que frequentaram o *Career Services* estão satisfeitos com os seus serviços, assim como estão satisfeitos com o atendimento (79,10%).

#### **4.2.2- Empresas**

Questionando as vantagens do *Career Services* para as empresas, constata-se pelas respostas das entrevistadas de RH, que o maior benefício do uso do *Career Services* consiste na ponte que os liga aos estudantes e o que advém deste contacto. Caso não houvesse o *Career Services*, esta ponte não existiria e as empresas não chegariam tão rapidamente aos mesmos.

*“A experiência que nós temos é muito positiva (...) porque conseguimos rapidamente chegar a candidatos que se calhar se estas parcerias não existissem não chegávamos tao rapidamente, conseguimos explicar e promover os nosso serviços e carreiras que existem” E03RH*

*“Serem uma ponte com as empresas nomeadamente para temas de recrutamento, estágios, oportunidades de colaboração com a própria escola, hum... acho que são essas as principais vantagens (...) aqui como uma porta de entrada e não só para a academia, direção da escola e para os estudantes.” E02RH*

No serviço de *employer branding* e captação de alunos, todas as entrevistadas de RH avaliaram o *Career Services* de uma forma positiva. De acordo com Loretto (2019), as empresas beneficiam em trabalhar com jovens alunos de maneira a promoverem a sua empresa e aumentarem o seu *network*. Shaeffer et al. (2014) refere que este *network* poderá trazer um aumento de interações com outras empresas de uma maneira benéfica. Com a promoção da empresa por parte do *Career Services*, as entrevistadas confirmam que é uma mais-valia para o *network* da empresa. Estas apontam o *Career Services* como um contributo importante para as empresas, quer no *employer branding*, isto é, na promoção da empresa, quer na captação de alunos, ou seja, alunos interessados em ingressar nestas empresas. Este tipo de observações vai de encontro ao que Soland refere

no Observador, em 2020 “Para cada vez mais empresas (...) as Universidades são um dos mais importantes *stakeholders* para garantir o cumprimento dos seus objetivos de negócio. E ambas têm a ganhar com essa convergência: as empresas, pois necessitam do talento para inovar e se manterem competitivas”. (Soland, 2020: 1)

*“Do ponto de vista, de employer branding é espetacular. Promove ativamente a marca e a empresa. Temos muitos alunos à nossa procura, temos muitos candidatos porque nos viram em determinado evento, publicação do ISEG e que tem impacto imediato. Em termos de estagiários, hoje em dia, eu diria que 30% dos estagiários vêm do ISEG.” E03RH*

Para duas das entrevistadas de RH, a atividade mais vantajosa para estas empresas, caracteriza-se pelas *mock interviews*. De acordo com o programa do *Career Services*, as *mock interviews* são oportunidades de interligar os alunos com recrutadores através de simulações de entrevistas profissionais com uma duração de 30 minutos, onde o recrutador entrevista o aluno, e por fim, o aluno recebe *feedback* da entrevista. Através de atividades como esta, conseguiram conhecer vários estudantes simultaneamente, e também apresentar a empresa. Esta atividade promoveu o interesse por parte dos alunos, resultando mais tarde em recrutamento.

*“Avaliamos os eventos como base no recrutamento, ou seja, daqueles que nós conseguimos ter mais retorno, são, por exemplo, mock interviews, portanto quando há aqui este contacto com os alunos é sempre mais vantajoso.” E01RH*

*“São vários os momentos. Conseguimos falar em algumas aulas, conseguimos ir ao Career Forum, Future u-week, Mock interviews” E02RH*

Um grupo de estudantes notou uma melhoria nas suas *soft skills* e uma melhoria no seu desempenho em entrevistas após a ajuda do *Career Services*, como também referiram que a plataforma proporcionou uma maior acessibilidade a oportunidades, comparando com outras plataformas de emprego. Mais de metade dos alunos inquiridos encontram-se satisfeitos com os serviços e atendimento do *Career Services*. Na perspetiva das empresas, para as entrevistadas de RH, o *Career Services* beneficia as empresas no rápido contacto com os alunos, isto é, este gabinete serve como uma ponte de interligação entre estes 2 grupos. As mesmas referiram que o gabinete é uma mais-valia para o *networking* das empresas, uma vez que ajuda no *employer branding* e na captação de alunos. Através de atividades como as *mock interviews*, conseguiram recrutar estudantes do ISEG.



### **4.3- O que pensam os colaboradores do *Career Services* do seu papel na Universidade, e qual a satisfação com as suas atividades do seu dia-a-dia?**

De acordo com as entrevistadas do *Career Services*, a atividade com a maior contribuição para a preparação dos alunos para o mercado de trabalho, assenta na interação com o aluno, através do atendimento presencial, assim como a sua insistência na interação e no desenvolvimento de uma boa relação com as empresas.

*“Toda a minha experiência profissional, coloca-me numa posição que eu consigo verdadeiramente ajudar os alunos, prepará-los, aconselhá-los... A minha experiência acaba por ser diferenciadora na ajuda aos alunos. Também o contacto com as empresas e a boa relação que consigo estabelecer elas, fazendo com que venham ao ISEG recrutar, é muito importante para os alunos e altamente gratificante.” E03CS*

A satisfação das colaboradoras do *Career Services*, no seu trabalho e nas tarefas diárias, depende da ajuda que conseguem oferecer aos alunos. Ajudando-os, percebem que têm impacto na vida dos seus estudantes, assim como contribuem para uma melhor imagem do ISEG, sendo que para estas, o significado do seu trabalho é criar impacto e fazer a diferença.

*“A mim satisfaz-me quando, por exemplo, tenho uma sessão com um aluno que está completamente perdido e sai esclarecido, que a minha atuação tem impacto na sua vida. Sentir que contribuo para uma melhor imagem do ISEG.” E01CS*

O que poderá também aumentar a satisfação das entrevistadas é o facto de a presidência do ISEG ter plena confiança nas colaboradoras e estas serem dotadas de elevada autonomia para gerir o gabinete, incluindo na tomada de decisões.

*“Temos total autonomia para desenvolver as atividades do gabinete e na relação com as empresas. Contudo, se precisar de ter uma despesa, aí tenho que obviamente ter a aprovação superior, caso contrário, temos bastante autonomia e confiança da Presidência.” E03CS*

Poderá estar a satisfação das colaboradoras associada à qualidade do seu trabalho? De acordo com Cunha et al. (2018), a qualidade do trabalho é caracterizada pelos níveis de energia, assim como o facto de se estar bastante envolvido no trabalho, experienciando uma sensação de significância, orgulho e inspiração. Através da informação retirada na Tabela 9 (Anexos), assim como pelas entrevistadas de RH, mais de metade dos estudantes inquiridos e entrevistadas de RH consideram-se satisfeitos com o atendimento e serviços do gabinete, o que indica que o gabinete está a praticar um bom trabalho.

#### **4.4- O futuro do *Career Services*: Quais as expectativas dos grupos interessados?**

##### **4.4.1- Necessidade da criação de um *Career Services* na Universidade**

O *Career Services* do ISEG foi criado entre 2014 e 2015. Já existia um gabinete de saídas profissionais, criado em 1999, contudo as acreditações nacionais e internacionais ganharam elevada importância para o prestígio das Universidades. De maneira a adquirir estas acreditações, era obrigatório a criação de um *Career Services* no ISEG. De acordo com Dobija et al. (2018), para se criar legitimidade no campo académico, as Universidades necessitam de acreditações internas e externas, pois servem como “selos de qualidade”. Bryant (2013) refere que no campo da Gestão, as Universidades têm apostado em acreditações internacionais de maneira a serem consideradas prestigiadas a nível nacional e internacional, assim como também mais competitivas. De forma a tornarem-se mais competitivas, as Universidades têm criado bastante diversidade nos seus *campus* para obterem estas acreditações (Bryant, 2013). Para além das acreditações influenciarem o prestígio da Universidade, existe outro fator que foi ganhando relevância, sendo este a taxa de empregabilidade após término do curso. Motivado por esses fatores, o ISEG decidiu juntar os vários gabinetes existentes, como por exemplo o gabinete de relações externas e saídas profissionais, com os serviços desempenhados pela Dra. Helena Faria, criando o *Career Services*, tornando-se assim mais competitivo.

*“O gabinete em si foi criado em 2014. Eu penso que surgiu a necessidade de arrumar e estruturar as áreas existentes, juntar as pessoas, dar uma estrutura a uma área que já existia mas de uma forma “desgarrada” não é? Houve uma noção da Escola e um olhar para fora... ver que os concorrentes já tinham começado a investir em gabinetes de carreira. Para além disso, também começou a haver as acreditações internacionais e perceberam que tinha chegado a hora de investir na área.” E03CS*

As áreas de intervenção do *Career Services* do ISEG, incluem uma área de formação e eventos, onde existem atividades como *workshops*, *masterclasses*, seminários, *business breakfasts*, feiras de emprego, entre outros eventos, uma área de *CareerAdvisory*, onde existem atividades de consultoria individualizada, uma área de *Corporate*, onde as colaboradoras fazem toda a gestão de parcerias com as empresas, assim como estabelecimento de contacto com as mesmas e, por fim, uma área de *Back office*, onde se

faz a gestão das plataformas, os protocolos de estágio, validação de CV's, entre outras tarefas.

*“Áreas da formação, temos a workshops, masterclasses, seminários... áreas de Career Advisory, temos as sessões de consultoria, acompanhamento individualizado caso a caso... Na área de Corporate, temos o contacto e relação com empresas, gestão de parcerias. Na área de back office, temos a elaboração de protocolos de estágio, gestão de plataformas de carreiras, validação de currículos, gestão do grupo do LinkedIn.” E03CS*

#### **4.4.1- O futuro do Career Services no ISEG**

Questionadas as colaboradoras do Career Services, sobre em que áreas poderão intervir no futuro, constata-se que as mesmas pretendem apostar numa maior comunicação e atividades, de modo a abranger mais alunos. Com a criação de cursos (licenciaturas, MBA's, pós-graduações, mestrados e doutoramentos) e diversas áreas de formação, têm em vista a criação de mais ofertas e mais oportunidades de conhecer o mercado profissional para todos os alunos, seja em que tipo de curso e área for, de forma que todos os alunos sintam que tiveram a oportunidade de serem ajudados pelo Career Services.

*“O Career Services podia fazer mais coisas dentro dos nossos objetivos, se tivéssemos uma equipa maior. Por exemplo, ter pessoas designadas para mestrados, como gestores de produto, mais trabalho de marketing, maior divulgação das nossas atividades, serviços e ferramentas.” E03CS*

De acordo com as entrevistadas do Career Services, todas demonstraram uma opinião consensual sobre a importância dos Career Services no futuro. Apesar de ainda existirem Universidades com gabinetes de carreira pouco desenvolvidos, realça-se que as Universidades ao verificarem o sucesso de outros Career Services irão apostar cada vez mais nesta área, por motivos de empregabilidade, reputação e imagem.

*“Sim eu diria que fora de Portugal, a maior parte das faculdades/universidades tem uma área de Career Services. Em Portugal temos uma realidade um bocadinho desfasada. Temos 18 Escolas na Universidade de Lisboa e o gabinete mais desenvolvido é o do ISEG. Fora da Universidade de Lisboa, as faculdades de economia e gestão são as que tem as áreas de Career Services mais desenvolvidas. A tendência é que as outras universidades comecem a seguir esta tendência, percebendo a sua importância e comecem a crescer. As universidades começam a preocupar-se com a empregabilidade dos alunos e percebem que esta área faz a ponte com o mercado profissional.” E03CS*

Já na perspetiva das entrevistadas de RH, estas reforçam como vantagem para o futuro, uma maior aposta, por parte dos Career Services, numa melhor relação entre o

gabinete e as empresas. Contudo, nenhuma das entrevistadas referiu alguma atividade concreta que pudesse ser mais vantajosa no futuro, visto que as atividades que foram apresentadas como sugestões já são executadas.

*“Fazer open days, fazer um contacto mais próximo para que nós possamos divulgar desde cedo as várias áreas empresa, apresentações...” E01RH*

De acordo com a Tabela 9 (Anexos), mais de metade dos alunos (53,21%) apoia o uso obrigatório dos *Career Services* durante o percurso escolar, contudo estes pretendem uma maior aposta em outras atividades do foro de saúde mental como, por exemplo, um maior acompanhamento na saúde mental durante o percurso escolar e na procura de emprego. Já outros alunos, pretendem uma maior aposta no acompanhamento em processos de recrutamento, como por exemplo preparação para negociação de propostas.

Verifica-se que o *Career Services* pretende apostar numa melhor comunicação de modo a abranger cada vez mais alunos do ISEG, independentemente do curso e área de formação. De acordo com as entrevistadas do gabinete, a importância destes gabinetes tem vindo a aumentar significativamente nas Universidades devido ao contributo destes para a taxa de empregabilidade, imagem e reputação das Universidades. Do lado das empresas, estas esperam no futuro uma melhor relação com estes gabinetes. Por parte dos alunos, estes pretendem que a utilização dos serviços do gabinete seja obrigatória na sua formação escolar, assim como pretendem um maior acompanhamento na área da saúde mental. Contudo, salienta-se que o ISEG disponibiliza apoio na área de saúde mental através do Gabinete de Apoio ao Aluno, e por isso, em relação aos alunos, revela que estes não têm o conhecimento desta informação.

## **Capítulo 5- CONCLUSÕES**

### **5.1- Conclusão**

Com o presente estudo, procurou-se identificar em que medida é que o *Career Services* tem um papel importante/positivo na facilitação do acesso ao mercado de

trabalho, especificamente o caso do *Career Services* do ISEG. Para se responder a esta questão, analisou-se várias questões, como por exemplo, “O que leva um estudante a utilizar os serviços disponibilizados por um *Career Services* de uma Universidade?”, “A importância da satisfação: Qual o nível de satisfação com os serviços e atendimento do *Career Services*?”, “O que pensam os colaboradores do *Career Services* do seu papel na Universidade, e qual a satisfação com as suas atividades do seu dia-a-dia?” e “O *Career Services* no Futuro: Quais as expectativas dos grupos interessados?”. Através da perspectiva de todos os grupos envolvidos, conclui-se que o *Career Services* universitário do ISEG é extremamente importante. Para os alunos, é uma forma de obterem uma melhor compreensão e preparação para o mercado de trabalho através de várias atividades. Para as empresas, é uma forma de conseguirem chegar rapidamente aos alunos, obter novos talentos e, desta forma, aumentar o seu *network* e inovação. Para o *Career Services*, é uma forma de aumentarem o prestígio e imagem do ISEG.

Em que medida é que o *Career Services* do ISEG tem um papel importante/positivo na facilitação do acesso ao mercado de trabalho? Apesar do prestígio que o ISEG tem, poderá não ser suficiente para o sucesso do aluno no processo de recrutamento, e aí intervém o *Career Services*. Pela relação que o *Career Services* tem estabelecido ao longo dos anos com várias empresas, estes conseguiram transmitir aos alunos as várias mudanças ocorridas no mercado profissional, seja por eventos profissionais, por *workshops*, por plataformas de carreira ou por preparação para processos de recrutamento. A satisfação dos colaboradores também é extremamente relevante para a qualidade do seu trabalho. Através dos resultados, verificou-se que este gabinete detém confiança por parte da presidência da Faculdade, detendo autonomia para a sua gestão. Pelas 3 colaboradoras do gabinete, retira-se que estas sentem-se satisfeitas e realizadas por estarem a ajudar os alunos. Para os ajudar, tiveram de estabelecer uma melhor relação entre o gabinete e as empresas, criando parcerias que geraram oportunidades a vários alunos, como por exemplo a obtenção de estágios e empregos, melhoria no desenvolvimento de *soft skills* e melhor preparação para os processos de recrutamento. Não é através desta amostra que se podem generalizar os resultados, isto é, o fato de os alunos frequentarem o *Career Services* não garante uma rápida entrada no mercado de trabalho, mas verifica-se que este gabinete contribui para uma melhor preparação dos alunos para o mercado profissional.

## 5.2-Limitações e Sugestões para futuras investigações

Ao longo da investigação, existiram algumas limitações que poderão ser desenvolvidas para futuras investigações. Em primeiro lugar, a amostra de estudo dos estudantes foi aleatória, apesar de todos os alunos inquiridos estarem inscritos na plataforma *JobTeaser*. Se esta amostra tivesse sido baseada em alunos que usaram vários serviços do *Career Services*, poderia haver conclusões mais concretas sobre a importância e o impacto deste gabinete. Na amostra de entrevistados de RH, apesar de haver respostas concretas, estas empresas foram das primeiras que se disponibilizaram para participar nesta investigação. Caso tivessem sido outras empresas que trabalham com o ISEG, também haveria uma experiência tão positiva como foi referida? Em relação ao questionário, este impossibilita ter informação mais detalhada, e por isso seria interessante aprofundar o contributo do *Career Services* do ISEG aos alunos que o usufruíram, pelo método qualitativo, através de entrevistas. Sugere-se que existam mais investigações sobre este tema em Portugal, uma vez que foi extremamente difícil encontrar algo em que este estudo se pudesse aprofundar a nível nacional. Estas investigações também podem ajudar a compreender melhor a perceção dos alunos, de forma a transmitir esta perceção aos *Career Services* e, em conjunto com as empresas, trabalharem para que seja positivo para todos os grupos envolvidos. Outra questão a investigar, poderá ser a aposta na área da saúde mental dos alunos por parte do *Career Services*. Podem estes melhorar a experiência de formação e procura de emprego dos alunos, através de atividades relacionadas com a saúde-mental? Poderão criar *workshops* juntamente com o Gabinete de Apoio ao Aluno?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abubakar, I. (2013) Career Guidance, Participation of Students and its Implication for Kano, Nigeria. *The Malaysian Online Journal of Educational Science*, 1 (3), 14-19. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1086214>
- Alves, Z. & Silva, M. (1992) Análise Qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. *Paideia (Ribeirão Preto)*, 2, 61-69. Doi: 10.1590/S0103- 863X1992000200007
- Baert, S., Verhaest, D. & Neyt, B. (2019) The Impact of Internship Experience during Secondary Education on Schooling and Labour Market Outcomes. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.3492181
- Balcar, J. (2016) Is it better to invest in hard skills or soft skills?. *The Economic and Labour Relations Review*, 27(4), 453–470. DOI: 10.1177/1035304616674613
- Bento, A. (2012). Investigação quantitativa e qualitativa: Dicotomia ou complementaridade?. *Revista JA*, 64, 40-43. Disponível em: <http://www3.uma.pt/bento/Repositorio/Investigacaoqualequan.pdf>
- Bhardwa, S (2017) Why do students go to university and how do they choose which one?. *Times Higher Education*. Disponível em: <https://www.timeshighereducation.com/student/news/why-do-students-go-university-and-how-do-they-choose-which-one>
- Bolhão, A. (2013) Contribuição do estágio curricular para a formação académica e profissional dos estagiários: Estudo de caso numa instituição de ensino superior. Dissertação de Mestrado. Retirado do Repositório Instituto Superior Miguel Torga: <https://repositorio.ismt.pt/handle/123456789/321>
- Bórdon, P. & Braga, B. (2020) Employer learning, statistical discrimination and university prestige. *Economics of Education Review*, 77, 1-9. DOI: 10.1016/j.econedurev.2020.101995
- Bradley, A., Quigley, M. & Bailey, K (2019). How well are students engaging with the careers services at university?. *Studies in Higher Education*, 46 (4), 663-676, Doi: 10.1080/03075079.2019.1647416
- Bridgstock, R., Grant-Iramu, M & McAlpine, A. (2021). Integrating career development learning into the curriculum: Collaboration with the careers service for

- employability. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 10(1), 56–72. Doi: 10.21153/jtlge2019vol10no1art785
- Bryant, M. (2013) International Accreditations as Drivers of Business School Quality Improvement. *Journal of Teaching in International Business* (24), 155-167. DOI: 10.1080/08975930.2013.860345
- Castro, J. (2021) O papel do ensino superior na melhoria da empregabilidade e no desenvolvimento de competências transversais. Dissertação de Mestrado. Retirado do Repositório da Universidade do Minho: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/76382>
- Career Industry Council of Australia (2007) The public benefits of career development services. 1-13. Disponível em: <https://cica.org.au/wpcontent/uploads/The-Public-Benefits-of-Career-Development-Services-A-Position-Paper-.pdf>
- Carvalho, J. (2017) Compreender as experiências de desemprego nos jovens adultos qualificados: O desafio da empregabilidade. Tese de Mestrado. Retirado do Repositório da Universidade do Minho: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/53958>
- Cerqueira, F. (2021) A precariedade laboral e os desafios na inserção profissional de jovens diplomados. Dissertação de Mestrado. Retirado do Repositório Politécnico do Porto: <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/18461>
- Chin, M., Cohen, C. A., & Hora, M. (2018). The role of career services programs and sociocultural factors in student career development. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=ED587795>
- Cunha, S., Gama, C., Fevereiro, M., Vasconcelos, A., Sousa, S., Neves, A., Casanova, J., Teixeira, M., Rodrigues, S., Ribeira, S. & Machado, J. (2018) A felicidade e o engagement no trabalho nos cuidados de saúde primários. *Revista Portuguesa de Medicina Geral e Familiar*, 34(1), 26-32. DOI: 10.32385/rpmgf.v34i1.12360
- Dey, F. & Cruzvergara, C. (2014) Evolution of Career Services in Higher Education. *New Directions for Student Services*, 148, 5-18 Doi: 10.1002/ss.20105
- Dobja, D., Maria, A. & Pikos, A. (2018) The impact of accreditation agencies and other powerful stakeholders on the performance measurement in Polish universities. *Baltic Journal of Management*, 14 (1), 84-102. DOI: 10.1108/BJM-01-2018-0018
- Elia, M. (2021) Effectiveness of Career Services on Students Transition from University



- to Work in Egypt. Dissertação de Mestrado. Retirado de: <https://fount.aucegypt.edu/etds/1678/>
- Ferreira, J. (2021) Futuro da liderança? 79% dos jovens acreditam que soft skills serão mais importantes do que hard skills. *Pessoas by Eco*. Disponível em: <https://eco.sapo.pt/2021/09/13/futuro-da-lideranca-79-dos-jovens-acreditam-que-soft-skills-serao-mais-importantes-do-que-hard-skills/>
- Garver, M., Spralls III, S. & Divine, R. (2008) Need-Based Segmentation Analysis of University Career Services: Implications for Increasing Student Participation. *Research In Higher Education*, 1-27. Disponível em: <http://www.aabri.com/manuscripts/09190.pdf>
- Guijosa, C. (2018) What motivates students to choose their university?. *Institute for the Future of Education*. Disponível em: <https://observatory.tec.mx/edu-news/what-motivates-students-to-choose-university>
- Laranjeiro, A., Suleman, F. & Botelho, M. (2020) A empregabilidade dos Graduados: Competências procuradas nos anúncios de emprego. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 93 ,49-69. DOI: 10.7458/SPP20209312055
- Lopes, C. (2021) Re(pensar) a empregabilidade: a importância das soft skills. Dissertação de Mestrado. Retirado do Repositório Comum: [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/37281/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Cl%C3%A1udia%20Lopes\\_17Junho2021.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/37281/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Cl%C3%A1udia%20Lopes_17Junho2021.pdf)
- Loretto, P. (2019) The Benefits of Hiring an Intern. *Liveaboutdotcom*. Disponível em: <https://www.liveabout.com/why-hire-interns-1986579>
- Magalhães, G. (2011) Nome da universidade é mais importante na seleção de recém-formados. *Infomoney*. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/nome-da-universidade-e-mais-importante-na-selecao-de-recem-formados/>
- Mankela, J., Seo, G. & Rooney, G. (2014) The Value of Using Career Services: A Comparison of Users and Non-Users. 1-32. Disponível em: <https://www.careercenter.illinois.edu/sites/default/files/downloads/NASPARreport-Value-FINAL.pdf>
- Manzini, E. (2004) Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros, Seminário Internacional sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos, 2. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manz>

ini\_2004\_entrevista\_semi-estruturada.pdf

- Pedrosa, N. & Silva, L. (2019) A importância das soft skills nas descrições das vagas de gerentes de projetos de TI. *Revista Alcance*, 26 (1), 45-60. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4777/477759211004/html/>
- Pereira, E. (2009) Alunos maiores de 23 anos: Motivações para o ingresso no ensino superior na UP. Tese de Mestrado. Retirado do Repositório da Universidade do Porto: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/20327/2/mestuardapereiraalunos000084953.pdf>
- Picton, C. & Kahu, R. (2021). I knew I had the support from them: understanding student support through a student engagement lens. *Higher Education Research & development*, 1-15. Doi: 10.1080/07294360.2021.1968353
- Pinto, P. (2021) Soft skills in different professional environments. *Livro de Resumos do I CONGRESSO INTERNACIONAL DO CIEQV*. 84-85. Disponível em: <https://www.cieqv.pt/wp-content/uploads/2021/01/book-of-abstracts-congress-cieqv-2021.pdf>
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1998) Manual de Investigação em Ciências Sociais. 2, 12-282 • Reese, R. & Miller, C. (2006) Effects of a University Career Development Course on Career Decision-Making Self-Efficacy. *Journal of Career Assessment*, 14 (2), 252–266. Doi: 10.1177/1069072705274985
- Reese, R. & Miller, C. (2006) Effects of a University Career Development Course on Career Decision-Making Self-Efficacy. *Sage Journals*, 14 (2), 252-266. DOI: 10.1177/1069072705274985
- Roque, I. (2013) A precariedade dos estudantes académicos no universo dos call centers. *International Journal on Working Conditions*. 18-36. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/338236991\\_A\\_precariedade\\_dos\\_estudantes\\_academicos\\_no\\_universo\\_dos\\_call\\_centres\\_Precarity\\_of\\_academic\\_students\\_in\\_the\\_Call\\_Centre\\_universe](https://www.researchgate.net/publication/338236991_A_precariedade_dos_estudantes_academicos_no_universo_dos_call_centres_Precarity_of_academic_students_in_the_Call_Centre_universe)
- Rothstein, J. (2019) The Lost Generation? Scarring after the Great Recession. *Goldman School of Public Policy Working Paper*. 1-51. Disponível em: <https://gspp.berkeley.edu/faculty-and-impact/working-papers/the-lost-generation-scarring-after-the-great-recession>

- Rueda, F., Martins, L. & Campos, K. (2004) Empregabilidade: o que os alunos universitários entendem sobre isto?. *Psicologia: Teoria e Prática*, 6(2), 63-73. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-36872004000200006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-36872004000200006)
- Schaeffer, P., Ruffoni, J. & Puffal, D. (2014) Razões, benefícios e dificuldades da interação universidade-empresa. *Revista Brasileira de Inovação*, 14 (1), 105-134. DOI: 10.20396/rbi.v14i1.8649091
- Silva, M. (2020) Por que é tão difícil conseguir o primeiro estágio?. *Engenharia 360*. Disponível em: <https://engenharia360.com/por-que-e-tao-dificil-conseguir-primeiro-estagio/>
- Skatova, A. & Ferguson, E. (2014) Why do different People choose different University degrees? Motivation and the choice of degree. *Frontiers in Psychology*, 5, 1-15. DOI: 10.3389/fpsyg.2014.01244
- Soland, F. (2020) Empresas e Universidades: uma relação win-win. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/opiniao/empresas-e-universidades-uma-relacao-win-win/>
- Tavares, I. & Carmo, R. (2022) O desemprego em Portugal e na Europa: Quão penalizados estão a ser os jovens?. Observatório das Desigualdades. Disponível em: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/26192/1/report\\_hdl26192.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/26192/1/report_hdl26192.pdf)
- Terzaroli, C. (2019) Career Services as an institutional approach to employability. *Formare*, 19 (2), 161-177. Doi: 10.13128/formare-25243
- Usher, A. & Kwong, A. (2014) Career Services Offices: A Look at Universities and Colleges across Canada. *Toronto: Higher Education Strategy Associates*. 2- 15. Disponível em: <https://higherstrategy.com/wp-content/uploads/2014/08/Intelligence-Brief-9-Career-Services-Offices-3.pdf>
- Yin, R. (2005) Estudo de caso: Planejamento e Métodos 1, 20-205. Disponível em: [https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yinmetodologia\\_da\\_pesquisa\\_estudo\\_de\\_caso\\_yin.pdf](https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yinmetodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf)

## ANEXOS

Tabela 9- Resultados obtidos através do inquérito aos alunos

Questões do Questionário	Variável	Frequência	Percentagem
1	Conheço todos	7	6,42%
	Conheço alguns	84	77,06%
	Desconheço	18	16,51%
2	Consultoria de Carreira: Aconselhamento sobre CVS; Aconselhamento sobre cartas de motivação; Preparação para processos de recrutamento; Preparação para entrevista; LinkedIn; Orientação vocacio- nal	83	27,48%
	Workshops; Career Fórum; Outros eventos com empresas	81	26,82%
	Plataforma de carreira "JobTeaser"	79	26,16%
	Estágios	59	19,54%
	Outra	0	0%
3	Sim	67	61,47%
	Não	43	38,53%
4	Consultoria de Carreira: Aconselhamento sobre CVS; Aconselhamento sobre cartas de motivação; Preparação para processos de recrutamento; Preparação para entrevista; LinkedIn; Orientação vocacional	54	32,73%
	Workshops; Career Fórum; Outros eventos com empresas	36	21,81%
	Plataforma de carreira "JobTeaser"	63	38,18%
	Estágios	12	7,27%
	Outra	0	0%
5	Muito insatisfeito	0	0%
	Insatisfeito	0	0%
	Nem satisfeito nem insatisfeito	8	11,94%
	Satisfeito	52	77,61%
6	Muito insatisfeito	7	10,45%
	Insatisfeito	0	0%
	Nem satisfeito nem insatisfeito	8	11,94%
	Satisfeito	53	79,10%
7	Muito satisfeito	6	8,96%
	Concordo totalmente	6	14,63%
	Concordo	8	19,51%
	Não concordo nem discordo	8	19,51%
	Discordo	14	34,15%
	Discordo totalmente	5	12,20%

Fonte- Elaboração própria

Tabela 9- Continuação dos Resultados obtidos através do inquérito aos alunos

Questões do Questionário	Variável	Frequência	Percentagem
8	0 vezes	41	37,61%
	1-3 vezes	48	44,04%
	4-6 vezes	18	16,51%
	6 < vezes	2	1,83%
9	Adquirir mais conhecimentos do mercado profissional	47	24,35%
	Melhorar competências pessoais	43	22,28%
	Preparar-me para uma entrevista profissional	30	15,54%
	Ajuda para a preparação do CV	38	19,69%
	Aconselhamento pessoal sobre a minha carreira profissional	23	11,92%
	Protocolo de estágios	12	6,22%
	Outra	0	0%
10	Concordo totalmente	11	10,09%
	Concordo	41	37,61%
	Não concordo nem discordo	47	43,12%
	Discordo	8	7,34%
	Discordo totalmente	2	1,83%
11	Comunicação	35	28,46%
	Trabalho de Equipa	24	19,51%
	Análise e Resolução de problemas	24	19,51%
	Criatividade e Inovação	26	21,14%
	Planeamento e Gestão de tempo	13	10,57%
	Outra*	1*	0,81%*
	Respostas:	** Organização**	
12	Concordo totalmente	18	16,51%
	Concordo	38	34,86%
	Não concordo nem discordo	46	42,20%
	Discordo	6	5,50%
	Discordo totalmente	1	0,92%
13	Concordo totalmente	22	20,18%
	Concordo	36	33,03%
	Não concordo nem discordo	40	36,70%
	Discordo	10	9,17%
	Discordo totalmente	1	0,92%
14	6 “Mentoria; Contacto próximo com os profissionais, Alumni, por exemplo.” “Mentoring, coaching, desenvolvimento de ferramentas de apoio ao bem-estar psicológico, extremamente importante no processo de formação em Licenciatura e Mestrado.” “Workshops de saúde mental no processo de educação e profissão.” “Apoio psicológico no processo de recrutamento.” “Preparação para negociar ofertas de emprego.”		
15	Conheço todas	4	3,67%
	Conheço algumas	72	66,06%
	Desconheço	33	30,28%

Fonte- Elaboração própria

Tabela 9- Continuação dos Resultados obtidos através do inquérito aos alunos

Questões do Questionário	Variável	Frequência	Percentagem
16	Templates de Cvs	55	15,19%
	Uploads de Cvs	63	17,40%
	Questões de entrevista e dicas para a sua preparação	42	11,60%
	Testes psicométricos para praticar	20	5,52%
	Informação sobre assessments e dinâmicas de grupo	18	4,97%
	Informação sobre LinkedIn	29	8,01%
	Pedido de agendamento de sessões consultorias	29	8,01%
	Plataformas Goinglobal	17	4,70%
	Plataforma Highered	19	5,25%
	Company Profiles	13	3,59%
	Artigos sobre empregabilidade	19	5,25%
	Lista de empresas para estagiar	38	10,50%
Outras	0	0%	
17	0 vezes	46	42,20%
	1-5 vezes	47	43,12%
	6-10 vezes	10	9,17%
	10 < vezes	6	5,50%
18	Muito insatisfeito	1	1,59%
	Insatisfeito	0	0%
	Nem satisfeito nem insatisfeito	19	30,16%
	Satisfeito	40	63,49%
	Muito satisfeito	3	4,76%
19	Concordo totalmente	5	4,59%
	Concordo	11	10,09%
	Não concordo nem discordo	65	59,63%
	Discordo	27	24,77%
	Discordo totalmente	1	0,92%
20	Sim	60	55,05%
	Não	49	44,95%
21	Úteis para arranjar emprego	82	37,96%
	Servem para conhecer o mercado de trabalho	79	36,57%
	São uma maneira de as empresas terem mais recursos a baixos custos	18	8,33%
	São uma maneira de as empresas ganharem mais network	34	15,74%
	Desnecessários. Não preciso deles para arranjar emprego	3	1,39%

Fonte- Elaboração própria

Tabela 9- Continuação dos Resultados obtidos através do inquérito aos alunos

Questões do Questionário	Variável	Frequência	Percentagem
22	Sim	43	39,44%
	Não	66	60,55%
23	Plataforma de Carreira "JobTeaser"	10	23,25%
	Career Fórum	2	4,65%
	Outra**	31**	72,09%**
	Respostas:	“Pelo meu curso anterior.” “LinkedIn.” “Faculdade Anterior.” “Plataforma da anterior universidade” “Por mim.” “Envio de CV para a empresa.” “Em mestrado anterior.” “Falei diretamente com a empresa.” “Procura individual.”	
24	Concordo totalmente	40	36,70%
	Concordo	42	38,53%
	Não concordo nem discordo	24	22,02%
	Discordo	2	1,83%
	Discordo totalmente	1	0,92%
25	Concordo totalmente	47	43,12%
	Concordo	41	37,61%
	Não concordo nem discordo	19	17,43%
	Discordo	2	1,83%
	Discordo totalmente	0	0%
26	Concordo totalmente	35	32,11%
	Concordo	43	39,45%
	Não concordo nem discordo	27	24,77%
	Discordo	4	3,67%
	Discordo totalmente	0	0%
27	Concordo totalmente	3	2,75%
	Concordo	32	29,36%
	Não concordo nem discordo	51	46,79%
	Discordo	22	20,18%
	Discordo totalmente	1	0,92%
28	Prestígio da Universidade	87	35,80%
	Qualidade de ensino	67	27,56%
	Abrangência das saídas profissionais e oportunidades de carreira	62	25,51%
	Diversidade de cursos	27	11,11%
	Outra	0	0%
29	Concordo totalmente	35	32,11%
	Concordo	47	43,12%
	Não concordo nem discordo	26	23,85%
	Discordo	1	0,92%
	Discordo totalmente	0	0%

Fonte- Elaboração própria

Tabela 10- Guião de Entrevista para colaboradores de RH

1 <sup>a</sup>	Qual a sua função atual na empresa?
2 <sup>a</sup>	Quais são as suas principais tarefas no seu dia-a-dia?
3 <sup>a</sup>	Quais são as principais competências - <i>soft skills</i> - que destaca para sobreviver no mercado de trabalho atual?
4 <sup>a</sup>	Considera que as Universidades têm vindo a apostar mais no desenvolvimento das <i>soft skills</i> dos alunos? Porquê?
5 <sup>a</sup>	Sente que o mercado atual tem flexibilidade para aceitar jovens com formação académica, com um bom conjunto de <i>soft skills</i> , mas sem experiência profissional?
6 <sup>a</sup>	Considera que, atualmente, é um grande desafio para os jovens encontrarem o seu primeiro emprego na sua área de formação?
7 <sup>a</sup>	Como acha que os <i>Career Services</i> podem ajudar os jovens, na obtenção de emprego?
8 <sup>a</sup>	Qual a importância que atribui a esta área nas Universidades?
9 <sup>a</sup>	Concorda que os <i>Career Services</i> trazem vantagens para as empresas? Quais?
10 <sup>a</sup>	Costuma trabalhar com o <i>Career Services</i> do ISEG no <i>employer branding</i> da empresa e na captação de alunos? Como avalia os resultados?
11 <sup>a</sup>	Que tipo de atividades executadas em parceria com a área de <i>Career Services</i> do ISEG, foi mais vantajosa para a sua empresa? Porquê?
12 <sup>a</sup>	Concorda que os <i>Career Services</i> contribuem para uma melhor rede de contactos da empresa?
13 <sup>a</sup>	No futuro, como é que os <i>Career Services</i> das faculdades poderão ser mais vantajosos para as empresas?

Fonte- Elaboração própria

Tabela 11-Guião de Entrevista para colaboradores do *Career Services*

1 <sup>a</sup>	Quais são as suas funções no <i>Career Services</i> ?
2 <sup>a</sup>	De entre as várias tarefas, qual é a atividade que considera mais importante dos alunos com quem contacta, ou que sente mais importante a sua contribuição?
3 <sup>a</sup>	Na sua perceção, o <i>Career Services</i> tem autonomia para definir o dia-a-dia dos colaboradores?
4 <sup>a</sup>	Na sua perceção, o <i>Career Services</i> tem autonomia para tomar decisões?
5 <sup>a</sup>	Quais são as áreas de intervenção deste <i>Career Services</i> ?
6 <sup>a</sup>	Qual é o papel do <i>Career Services</i> no ISEG?
7 <sup>a</sup>	Quando é que surgiu o <i>Career Services</i> do ISEG e porquê?
8 <sup>a</sup>	Concorda que, atualmente, é um grande desafio para os jovens, encontrarem o seu primeiro emprego na área que se especializaram?
9 <sup>a</sup>	Como acha que o <i>Career Services</i> beneficia os jovens na obtenção de emprego?
10 <sup>a</sup>	Lembra-se de algum caso de sucesso?
11 <sup>a</sup>	No futuro, acha que os <i>Career Services</i> poderão vir a ser um gabinete com mais importância nas faculdades? Porquê?
12 <sup>a</sup>	No futuro, acha que os <i>Career Services</i> poderão intervir em mais áreas?
13 <sup>a</sup>	O que é que a satisfaz mais neste trabalho e porquê?
14 <sup>a</sup>	Para si, qual é o significado do seu trabalho?
15 <sup>a</sup>	Quais são os serviços oferecidos pelo <i>Career Services</i> ?
16 <sup>a</sup>	Existe algum serviço ou evento exclusivo do ISEG, comparando com outras Universidades? Como fazem para se destacarem das restantes Universidades?
17 <sup>a</sup>	Quais são os serviços do <i>Career Services</i> mais requisitados pelos alunos?
18 <sup>a</sup>	Com que frequência os alunos usufruem dos serviços do <i>Career Services</i> ?
19 <sup>a</sup>	Verifica-se um aumento de visitas de alunos ao gabinete ou uma diminuição de visitas de alunos ao gabinete?
20 <sup>a</sup>	Como se mantém a par do que o mercado profissional exige e como tentam passar isso para os alunos?

Fonte- Elaboração própria



Tabela 12- Guião do Inquérito para alunos

1	Conhece os serviços fornecidos pelo <i>Career Services</i> do ISEG?
2	Se conhece todos ou alguns dos serviços: Quais são os serviços que conhece?
3	Alguma vez recorreu aos serviços do <i>Career Services</i> do ISEG?
4	Se já recorreu aos serviços do <i>Career Services</i> , quais foram esses serviços?
5	Se já recorreu aos serviços do <i>Career Services</i> : Sendo 1- Muito insatisfeito e 5- Muito satisfeito, qual é a sua satisfação com o atendimento no <i>Career Services</i> ?
6	Se já recorreu aos serviços do <i>Career Services</i> : Sendo 1- Muito insatisfeito e 5- Muito satisfeito, qual é a sua satisfação com os serviços do <i>Career Services</i> ?
7	Se utilizou o serviço de "Preparação para entrevistas" ou "Preparação para processos de recrutamento": Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que o seu desempenho numa entrevista seria igual, caso não tivesse usufruído deste serviço?
8	Com que frequência recorre/recorreu aos serviços do <i>Career Services</i> , num período de 1 ano?
9	O que a/o levou a usufruir dos serviços do <i>Career Services</i> ?
10	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que desenvolveu/explorou as suas competências para a procura de emprego através dos serviços do <i>Career Services</i> ?
11	Se respondeu que "Concorda totalmente" ou "Concorda" à pergunta 10: Quais foram essas competências?
12	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que as suas competências melhoraram após a ajuda fornecida pelo <i>Career Services</i> ?
13	Sendo 1- Concordo totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que os serviços oferecidos pelo <i>Career Services</i> deveriam ser obrigatoriamente usufruídos pelos alunos de maneira a ajudá-los no seu futuro profissional?
14	Para além dos serviços prestados, que outro serviço gostaria que o <i>Career Service</i> disponibilizasse aos alunos?
15	Conhece as diversas ferramentas e informação que a plataforma de carreira do ISEG " <i>JobTeaser</i> " disponibiliza aos alunos?
16	Se respondeu "Conheço todas" ou "Conheço algumas" na pergunta 15: Quais são as ferramentas e informações da plataforma que conhece?
17	Com que frequência acede/acedeu à plataforma " <i>JobTeaser</i> ", num período de 1 ano?
18	Se tiver acedido à plataforma igual ou mais que 1 vez num período de 1 ano: Sendo 1- Muito insatisfeito e 5- Muito satisfeito, qual é o seu nível de satisfação com a plataforma de carreira " <i>JobTeaser</i> "?
19	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que se não recorresse à plataforma " <i>JobTeaser</i> ", conseguiria ter acesso às mesmas oportunidades de empregos noutros sites?
20	Alguma vez frequentou o <i>Career Forum</i> organizado pelo <i>Career Services</i> do ISEG?
21	Os estágios profissionais/curriculares são para si:
22	Alguma vez realizou um estágio curricular/profissional?
23	Se já realizou um estágio, esse estágio foi conseguido através de:
24	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que existe uma maior probabilidade de integração num processo de recrutamento de um aluno com um estágio realizado em comparação com um aluno sem qualquer experiência profissional?
25	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que as empresas têm sido mais exigentes com o nível de experiência dos candidatos mais jovens?
26	Sendo 1- Concordo Totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que no curso que frequenta ou frequentou, poderiam existir mais projetos e trabalhos que promovam o desenvolvimento de <i>soft skills</i> ?
27	Sendo 1- Concordo totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que as empresas dão oportunidades de emprego aos jovens sem experiência profissional, mas com um bom conjunto de <i>soft skills</i> ?
28	O que o motivou a escolher o seu curso no ISEG?
29	Sendo 1- Concordo totalmente e 5- Discordo totalmente, concorda que por ter mencionado no seu CV que frequenta/frequentou um curso no ISEG, poderá ser mais apelativo para os recrutadores?

Fonte- Elaboração própria

Tabela 13- Análise de Conteúdo das entrevistas aos colaboradores de RH

Categoria	Subcategoria	Unidade de Registo
Perceção das tendências do mercado profissional	Importância das soft skills	Muito importante; motivação, a comunicação, interesse em aprender, capacidade de trabalhar em equipa, humildade e capacidade de mudança.
	Importância de experiência profissional	É apenas importante se for para vagas técnicas.
	Facilidade/ Dificuldade na obtenção de emprego nos jovens	Não existe um desafio, contudo, a área do curso superior tem influência.
Perceção e avaliação das atividades do <i>Career Services</i>	Vantagens/ desvantagens em trabalhar com o <i>Career Services</i>	Ponte que aproxima empresas com alunos; Contacto mais rápido; Recrutamento de jovens através das <i>mock interviews</i> ; Maior <i>network</i> ; Maior <i>promoção</i> ; Maior captação de alunos; Persistência numa maior relação com as empresas.
	Satisfação	Experiência positiva Maior contacto com os alunos;
	Preparação de alunos para o mercado profissional	Alunos mais preparados para entrevistas

Fonte- Elaboração própria

Tabela 14- Análise de Conteúdo das entrevistas aos colaboradores do Career Services

Categoria	Subcategoria	Unidade de Registo
Satisfação dos colaboradores	Realização	Criar Impacto na vida dos estudantes; Entrevistadas realizadas.
	Atividades mais satisfatórias e contributivas	Interação com alunos; Insistência numa melhor relação com empresas.
	Autonomia	Existe bastante confiança por parte da presidência do ISEG, e daí o gabinete tem autonomia para tomar decisões.
Papel do Career Services	Necessidade de existência de um Career Services	Maior competitividade; Organizar os vários gabinetes existentes; Adquirir creditações internacionais; Universidades cada vez mais preocupadas na criação e manutenção destes gabinetes; Preparação de alunos para o mercado de trabalho;
	Áreas de atuação	Área de formação e eventos, Área de Career Advisory, Área de Corporate e Área de Back office.
	Atividades desenvolvidas	Workshops, Masterclasses, Seminários, sessões de consultoria, acompanhamento individualizado, criação de eventos profissionais, gestão de parcerias, elaboração de protocolos de estágio, gestão de plataformas de carreiras, validação de currículos, gestão do grupo LinkedIn;
	Perceção do desafio dos alunos na obtenção de emprego, na necessidade dos mesmos pedirem ajuda ao gabinete e o contributo para mitigar este desafio; Impacto das atividades desenvolvidas	Alunos com pouca maturidade profissional;  Só vão ao gabinete quando precisam ou em véspera de eventos;  Vão à procura de ajuda porque consultoria de carreira, revisão de CV's, procura de estágios e conselhos de plataformas de emprego  Decréscimo de alunos;  Beneficiam os alunos neste desafio através das relações e parcerias que detém com as empresas;  Reuniões frequentes com empresas de maneira a transmitir informação aos alunos;
	Atividades futuras	Maior e melhor comunicação de modo a abranger cada vez mais alunos do ISEG, independentemente do curso e área de formação.

Fonte- Elaboração própria