



**Universidade  
Europeia**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

**Dissertação**

# **Recrutamento Online**

Mestrado Gestão de Recursos Humanos

Orientadora: Professora Doutora Diana Dias

Rute Isabel Mondingas Moura

Junho de 2014

## **Página de agradecimentos**

Durante a realização desta dissertação de mestrado contei com apoios e incentivos muito importantes e sem os quais não a teria conseguido terminar e entregar, tornando-a assim uma realidade concretizada.

Agradeço à minha orientadora Professora Doutora Diana Dias toda a confiança por acreditar em mim e no meu tema não muito convencional na área da Gestão de Recursos Humanos. Tenho que referir toda a motivação e entusiasmo que, desde o primeiro dia sempre me transmitiu. O profissionalismo sempre demonstrado, o apoio inestimável na preparação e elaboração dos questionários e a valiosa partilha de conhecimentos, métodos e experiências foram essenciais contribuições para este trabalho.

Um agradecimento que não posso deixar de fazer é aos meus colegas de trabalho e amigos que muitas vezes me viram ou sentiram mais cansada e não só compreendiam como se interessavam por saber como tudo estava a correr e se precisava de alguma ajuda. Foram estas atitudes que aos poucos me iam acarinhando ajudando assim a manter o ânimo para continuar a não desanimar.

Agradeço aos meus pais toda a compreensão por ultimamente não ter estado muito presente na vida deles, por terem percebido que a minha falta de tempo para com eles não foi algo planeado nem esperado da forma com aconteceu e por sempre acreditarem que eu iria conseguir dando-me continuamente energia e força a ser melhor não só como estudante, como profissional mas também como ser humano. Foi a educação e amor que sempre que deram e continuam a dar que fazem de mim o que sou e ter os objectivos e vontade que tenho e demonstro.

Tenho também que agradecer ao meu noivo, João Nunes, que muito me encorajou quando pensei que não iria conseguir terminar a tempo, que me apoiou não só quando saía das sessões de orientação entusiasmada como também me apoiou quando fazia, corrigia, alterava e refazia os testes no SPSS. Foi graças a ele que fui tendo tempo e disciplina para quase todos os dias me dedicar um pouco a este estudo. Por tudo isto, juntando também a disponibilidade, amor e paciência com que sempre teve para comigo que cada vez mais tenho certeza que quero mesmo casar com ele no dia 4 de Outubro!!!

Obrigada a todos por me ajudarem a tornar tudo isto possível!!!

## Índice

Página de Agradecimentos .....	2
Índice .....	3
Índice de Quadros .....	4
Índice de Gráficos.....	6
Introdução .....	7
Palavras Chave .....	8
Abstract.....	9
Key Words.....	10
Enquadramento Teórico .....	11
Recursos Humanos, da sua origem à actualidade .....	11
Recrutamento .....	14
e-Recrutamento .....	21
Redes Sociais .....	22
Metodologia.....	25
Apresentação, Análise e Discussão de Dados .....	30
Análise das variáveis demográficas .....	30
Análise exploratória .....	35
Conclusões.....	50
Bibliografia.....	52
Apêndices .....	i

## Índice de Quadros

Quadro 1. Relação da variável género com a faixa etária .....	ii
Quadro 2. Relação da variável grau académico com a faixa etária.....	ii
Quadro 3. Relação da variável curso com o género .....	iii
Quadro 4. Relação da variável actividade laboral com a faixa etária.....	iii
Quadro 5. Relação da variável actividade laboral com o grau académico.....	iv
Quadro 6. Relação da variável actividade laboral com o género .....	v
Quadro 7. Relação da variável LinkedIn com a faixa etária .....	v
Quadro 8. Relação da variável LinkedIn com o curso .....	vii
Quadro 9. Relação da variável LinkedIn com o grau académico.....	vii
Quadro 10. Relação da variável LinkedIn com a actividade laboral.....	viii
Quadro 11. Relação da variável Europass com o curso .....	ix
Quadro 12. Relação da variável Europass com o grau académico.....	ix
Quadro 13. Relação da variável Europass com a actividade laboral.....	x
Quadro 14. Relação da variável Monster com o género .....	x
Quadro 15. Relação da variável Monster com a faixa etária.....	xi
Quadro 16. Relação da variável Monster com o curso.....	xii
Quadro 17. Relação da variável Monster com a actividade laboral .....	xiii
Quadro 18. Relação da variável Monster com o grau académico .....	xiii
Quadro 19. Relação da variável Outra com o género.....	xiv
Quadro 20. Relação da variável Outra com a faixa etária .....	xiv
Quadro 21. Relação da variável Outra com o grau académico .....	xiv
Quadro 22. Relação da variável Outra com o curso .....	xvi
Quadro 23. Relação da variável Outra com a actividade laboral .....	xvi
Quadro 24. Relação da variável objectivos com o curso.....	xvii
Quadro 25. Relação da variável objectivos com a actividade laboral .....	xviii
Quadro 26. Relação da variável objectivos com o género .....	xix
Quadro 27. Relação da variável objectivos com o grau académico .....	xx
Quadro 28. Relação da variável objectivos com a faixa etária.....	xx
Quadro 29. Relação da variável vantagem com o curso.....	xxii
Quadro 30. Relação da variável vantagem com o objectivo .....	xxii
Quadro 31. Relação da variável vantagem com a faixa etária.....	xxiii

Quadro 32. Relação da variável vantagem com a actividade laboral .....	xxiv
Quadro 33. Relação da variável frequência de actualização com o grau académico ....	xxv
Quadro 34. Relação da variável frequência de actualização com o género .....	xxv
Quadro 35. Relação da variável frequência de actualização com o objectivo .....	xxvi
Quadro 36. Relação da variável frequência de contacto com o género.....	xxvii
Quadro 37. Relação da variável frequência de contacto com o objectivo.....	xxviii
Quadro 38. Relação da variável frequência de contacto com a vantagem .....	xxviii
Quadro 39. Relação da variável frequência de contacto com a frequência de actualização .....	xxix
Quadro 40. Relação da variável frequência de contacto com o curso .....	xxxi
Quadro 41. Relação da variável mais valias com o género .....	xxxii
Quadro 42. Relação da variável mais valias com o grau académico.....	xxxiii
Quadro 43. Relação da variável mais valias com a actividade laboral.....	xxxiii
Quadro 44. Relação da variável importância com o género .....	xxxiv
Quadro 45. Relação da variável importância com a actividade laboral .....	xxxv
Quadro 46. Relação da variável importância com o curso .....	xxxvii
Quadro 47. Relação da variável importância 2 com o curso .....	xxxvii

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Representação gráfica da variável género .....	30
Gráfico 2. Representação gráfica da variável faixa etária .....	31
Gráfico 3. Representação gráfica da variável grau académico.....	32
Gráfico 4. Representação gráfica da variável curso .....	33
Gráfico 5. Representação gráfica da variável actividade laboral .....	34
Gráfico 6. Representação gráfica do conhecimento da plataforma LinkedIn .....	35
Gráfico 7. Representação gráfica do conhecimento da plataforma Europass .....	36
Gráfico 8. Representação gráfica do conhecimento da plataforma Monster.....	37
Gráfico 9. Representação gráfica do conhecimento de uma outra plataforma.....	38
Gráfico 10. Representação gráfica da razão de não ter perfil profissional online.....	39
Gráfico 11. Representação gráfica do principal objectivo de ter perfil profissional online .....	40
Gráfico 12. Representação gráfica da principal vantagem de ter perfil profissional online .....	41
Gráfico 13. Representação gráfica da frequência com que actualizada o perfil profissional online .....	42
Gráfico 14. Representação gráfica da frequência com que é contactado .....	43
Gráfico 15. Representação gráfica da opinião quem é que mais valia ter perfil profissional online .....	46
Gráfico 16. Representação gráfica da opinião da importância de usar plataformas de recrutamento online .....	47

## Introdução

Esta dissertação foi efectuada no âmbito do Mestrado de Gestão de Recursos Humanos da Universidade Europeia, com o objectivo de se analisar, estudar e compreender a importância que finalistas de diferentes áreas científicas e diferentes graus académicos atribuem ao processo de recrutamento através das redes sociais online. A escolha desta temática teve por base o grande desenvolvimento e crescimento das redes sociais na internet bem como a enorme e surpreendente adesão que teve, em especial pelas camadas mais jovens. Numa altura em que a situação socioeconómica de Portugal não é a mais favorável e que a taxa de desemprego ronda os 15%, é notável o estado anémico a que o país chegou. São cortes orçamentais, famílias com rendimentos cada vez menores, e mais grave, famílias sem rendimento absolutamente nenhum, com um ou os dois membros do casal no desemprego, e no pior dos casos com o fundo de desemprego já esgotado, sem qualquer rendimento, muito por força de novas cargas fiscais e também domínio da política neoliberal de submissão aos mercados fruto da nossa inclusão na zona Euro.

Torna-se então imperativo adoptar medidas para contrariar esta tendência, tentar encontrar emprego e ultrapassar esta “*crise*“, como todos chamam. É certo que muito dificilmente a taxa de desemprego chegará aos 0%, mas cada um de nós pode começar por explorar todas as possibilidades, procurando oportunidades nas mais diversas plataformas, sejam elas em papel ou na internet e nestas últimas, desde sites específicos de divulgação de emprego a redes sociais que são hoje uma importante realidade bem como uma enorme janela de oportunidade, se a soubermos aproveitar. Nestas poderemos estar ligados a centenas de pessoas, que por sua vez se ligam a outras centenas, o que faz com que estejamos directamente e indirectamente ligados a milhões de pessoas, e quem sabe nesse milhão não existe uma que nos possa ajudar? Ou que procure alguém para determinada função onde eu posso ser o mais indicado?

Este tema, por se tratar de um conceito recente ainda foi pouco explorado o que torna este trabalho de investigação inovador. Revelou-se uma investigação desafiante, mas também mais trabalhosa devido à falta de informação existente sobre a matéria, pelo que é interessante comprovar se este se trata de um tema inexplorado ou não por determinadas áreas científicas. Desta forma, é também importante perceber as mais-

valias identificadas pelas pessoas nas plataformas de recrutamento online, actualmente um dos principais meios de comunicação entre pessoas e empresas.

A estrutura deste trabalho de investigação teve três fases: a primeira incide sobre a revisão da literatura; a segunda refere-se a um método quantitativo, nomeadamente os questionários efectuados; a terceira e última fase destina-se ao estudo empírico e discussão de resultados, nomeadamente a opção metodológica seguida da análise e discussão dos resultados. Nas conclusões é chamada a atenção para as limitações do estudo e indicam-se sugestões para trabalhos futuros.

**Palavras Chave:** Recursos Humanos; Recrutamento; Redes Sociais; LinkedIn.

## **Abstract**

This study was performed under the scope of the Human Resource Management Master Course at Universidade Europeia, with the aim of analyzing, studying and understanding the importance that finalist students from different scientific areas and different degrees give to the recruitment process through online social networks. The choice of this theme was based on the great development and growth of social networks on the Internet as well as the huge and amazing membership had, especially by younger people. At a time when the economic situation in Portugal is not favorable and that the unemployment rate hovers around 15 %, it is remarkable the anemic state where the country arrived. There are budget cuts, families with increasingly smaller and more serious incomes, families with absolutely none income, one or both members of the couple in unemployment, and in the worst case with the unemployment fund already exhausted without any income, due to new tax burdens and also due to the markets neoliberal submission politics mostly resultant of our inclusion in the Euro zone.

It then becomes imperative to adopt measures to counter this trend, try to find jobs and overcome this “crisis”, as everyone calls. It is admitted that hardly the unemployment rate will reach 0 %, but each of us can begin to explore all the possibilities, looking for opportunities in various platforms, whether on paper or on the internet and in this ones, from specific sites of job seekers to social networks that are today an important reality and a huge window of opportunity if we know how to take advantage of it. While inside the social Network we can be linked to hundreds of people, which in turn bind to hundreds, which means that we are directly and indirectly connected to millions of people, and who knows that there is no million that could help us? Or looking for some particular role where I can be the most appropriate?

This theme, because it is a recent concept has been little explored what makes this innovative research work. Proved to be a challenging research but also harder due to lack of available information on the subject, so it is interesting to see if this this is an unexplored theme or not by certain scientific areas. Thus, it is also important to realize the gains identified by people in the online recruitment platforms, currently a major means of communication between people and businesses.

The structure of this research work had three phases: the first focuses on the literature review; the second refers to a quantitative method such as the questionnaires that were

carried out; the third and final phase is dedicated to the empirical study and results discussion, including the methodological approach followed by analysis and results discussion. Within the conclusion attention is drawn to the study limitations and suggestions are indicated for future works.

**Key Words:** Human Resources; recruitment; Social Networks; LinkedIn.

## **Enquadramento Teórico**

### **Recursos Humanos, da sua origem à actualidade**

No passado, quando se falava de recursos humanos pensava-se no departamento que processava os salários. Na realidade este departamento, independentemente da organização, é responsável por muito mais do que apenas o processamento de salários, é também entre outras funções responsável pelo recrutamento e selecção de candidatos para determinadas posições.

A Administração de Recursos Humanos teve a sua origem globalmente no início do século XX e surgiu a partir da complexidade das empresas logo após o forte impacto da Revolução Industrial. Inicialmente foi chamado Relações Industriais e tinha como principal objectivo abrandar os conflitos entre os objectivos organizacionais e os objectivos individuais das pessoas.

A organização necessitava de uma entidade que atenuasse esses conflitos pois apesar de estreitamente relacionadas pareciam viver em ambientes diferentes, totalmente separados com fronteiras fechadas, necessitando de um interlocutor para haver entendimento, esse interlocutor seria o órgão de Relações Industriais que tentava articular o capital e o trabalho, ambos interdependentes, mas em conflito.

Posteriormente, o conceito de Relações Industriais mudou radicalmente e sofreu uma mutação. Na década de 1950, passou a ser denominado Administração de Pessoal em que já não se tratava apenas de gerir os desentendimentos e reduzir os conflitos, mas, sobretudo, administrar as pessoas segundo a Lei do Trabalho em vigor e os conflitos que surgissem espontaneamente.

Pouco tempo depois, por volta da década de 1960, o conceito teve novo impulso: a Lei do Trabalho permaneceu inalterada e tornou-se gradualmente obsoleta, enquanto os desafios das organizações cresceram desproporcionalmente. As pessoas passaram a ser consideradas os recursos fundamentais para o sucesso organizacional, aliás os únicos recursos vivos e inteligentes que as organizações possuem para enfrentar os desafios.

Assim surgiu o conceito Gestão de Recursos Humanos, porém, ainda se viam as pessoas como recursos produtivos ou meros agentes passivos cujas actividades devem ser planeadas e controladas a partir das necessidades das organizações.

Nos anos 80 e 90 várias teorias organizacionais começam a modelar o papel da área de recursos humanos, das quais se destacaram Porter, Prahalad e Hamel. A ênfase da competitividade exige um novo papel nesta área (Fischer ,2002).

Os conceitos de vantagem competitiva e valor agregado levam a repensar como a gestão de recursos humanos contribuiu para a criação e manutenção de vantagem competitiva da organização. Prahalad e Hamel defendem a perspectiva de que a competitividade está relacionada com a capacidade de reinventar o sector, os conceitos da competência essencial da organização e janela de oportunidades levaram a gestão de recursos humanos a ter o papel de desenvolver e estimular capacidades humanas necessárias para que as competências organizacionais se tornem realidade, sugerindo um modelo de gestão de recursos humanos articulado por competências (Fischer, 2002).

Richard e Johnson (2004) referem que ao enfrentar ambientes complexos as empresas procuram adaptar-se ao ambiente de negócio o que leva a que definam o seu plano de futuro. Este facto leva a que os administradores tomem decisões cada vez mais adequadas, de forma rápida e responsável em cenários ou realidades cada vez mais imprevisíveis.

Para confirmar a importância dos recursos humanos e o seu envolvimento nas organizações focando-se especificamente no factor humano, Fischer (2002, p. 11) comenta que “ *toda e qualquer organização depende em maior ou menor grau, do desempenho humano para o seu sucesso. Por esse motivo, desenvolve e organiza uma forma de actuação sobre o comportamento que se convencionou chamar de modelo de gestão de pessoas* “.

Em Portugal acredita-se que não existirá apenas uma história da gestão dos recursos humanos e defende-se que esta história será diferente consoante se tenha trabalhado numa empresa pública, numa empresa privada portuguesa ou numa multinacional. Em Portugal coexistem vários modelos do praticado em outros países pelo que não existe um modelo português, existe um conjunto de modelos que são aplicados em Portugal.

Hoje, com a chegada do terceiro milénio, com a globalização da economia e o mundo altamente competitivo, a tendência nas organizações bem-sucedidas não é gerir recursos humanos, nem pessoas, mas, sobretudo, administrar com as pessoas, tratando-as como agentes activos e proactivos, sobretudo dotados de inteligência e criatividade, de habilidades mentais e não apenas de habilidades e capacidades manuais, físicas e artesanais. As pessoas não são recursos que a organização consome e utiliza e que produzem custos. Muito pelo contrário, as pessoas constituem um factor de competitividade, da mesma forma que o mercado e a tecnologia. As pessoas são o

“*instrumento*“ mais importante nas empresas. Embora saibamos que nem sempre são tratadas desta forma, temos consciência que é a partir das pessoas que as empresas definem acções estratégicas e operacionais que leva as empresas a obterem lucros e a maximizar o capital investido. Neste sentido, torna-se vital recrutar as pessoas certas.

## **Recrutamento**

O processo de recrutamento e selecção acontece desde há muito tempo. Desde a génese da organização dos povos que este sistema está implementado, havendo a preocupação em escolher as pessoas mais aptas a executar actividades específicas. Com a Revolução Industrial no século XVIII, foi notável a fragmentação de tarefas, alienando o trabalhador do processo de criação conferindo-lhe especialização, tanto num trabalho como num conjunto de tarefas específicas. Com isso, este processo passa a ser determinado pelas necessidades específicas, fundamentando-se na designação do segmento operacional.

Em 1983, Chiavenato elaborou a definição de recrutamento e selecção de candidatos de forma simples, segundo ele trata-se da *”escolha do homem certo para o cargo certo”*. Os processos de recrutamento e selecção passaram por diversas fases, acompanhando os processos históricos, e hoje são considerados fundamentais na cultura organizacional de uma empresa que procura funcionários dotados de um determinado comportamento adequado à visão e objectivos da mesma (Maximiano, 2002).

Hoje em dia nenhum colaborador deverá ser considerado insubstituível por mais competente que seja, nem nenhuma empresa pode ficar refém de um profissional que centraliza informações e não partilha conhecimentos. Porque se no passado havia pouca mobilidade e os profissionais permaneciam décadas no mesmo posto de trabalho e devido a isto não havia a necessidade de preparação de um sucessor, actualmente faz parte do plano estratégico de todas as empresas prever a substituição dos executivos, por inúmeros motivos: o recurso pode ser promovido, direccionado para outras funções ou colocado noutra país, ou pode simplesmente sair para outra empresa ou ser demitido. Ou seja, a empresa deve ter nos seus quadros talentos que possam assumir as tarefas do antecessor no cargo, principalmente quando se trata de funções estratégicas.

É necessário para isso, que a gestão de recursos humanos incentive a que a cultura organizacional seja de partilha de informação e experiências, de forma a ir treinando os mais novos para que se algum dia for seja necessário alguma alteração a empresa sofra o menor impacto possível. Mas o que ocorre quando a empresa perde um génio, que é o símbolo da própria marca e o grande responsável pelas inovações que fizeram sucesso, como ocorreu por exemplo com o afastamento de Steve Jobs do comando da *Apple*?

O mercado e o ambiente interno sempre reagem a mudanças. Por isso, no momento da transição de liderança, o fundador ou controlador precisa demonstrar que transferiu a

sua visão/estratégia à companhia, que implementou processos e desenvolveu equipas que fazem jus à sua capacidade, inclusive na escolha do seu sucessor. Como disse Jobs na sua carta de despedida: *“Acredito que os dias mais brilhantes e inovadores da Apple estão por vir”*.

Não existem pessoas insubstituíveis e a organização deverá conseguir colmatar uma ausência com a selecção de um outro recurso que possua capacidades ou preencha os requisitos necessários para desempenhar determinada função. Poderá não ter a cultura da empresa interiorizada, é um facto, mas deverá ter a capacidade de se adaptar ao novo meio de forma gradual e num determinado período, normalmente denominado de período experimental. Neste período, o colaborador deverá dar mostras de ser a pessoa certa para a função, e deverá ter a capacidade de começar a produzir libertando-se a cada dia de qualquer apoio inicial que lhe tenha sido prestado. Este processo consegue-se com uma gestão de recursos humanos eficiente, com menos margem para errar e menor tempo para recrutar, otimizando portanto o processo de recrutamento.

Hoje em dia o departamento de recursos humanos é responsável pela colaboração com a gestão de topo de forma a assegurar que o processo de recrutamento e selecção é legalmente defensível, o que significa que o processo é sistemático e justo para que com objectividade se consiga recrutar e seleccionar potenciais colaboradores. O departamento de recursos humanos trabalha também em estreita relação com a gestão de topo, de forma a manter os melhores colaboradores na organização.

O processo de recrutamento é definido como a actividade que se foca em atrair candidatos apropriados que poderão preencher as vagas disponíveis na organização. Uma vez identificados os candidatos, passa-se à fase de selecção, onde se identificam os melhores colaboradores para a organização (Noe, Hollenbeck, Gerhart & Wright, 2011),

O processo de recrutamento e selecção envolve várias fases importantes de forma a conseguir construir uma força de trabalho produtiva e perfeitamente integrada. As medidas começam com o desenvolvimento de uma estratégia para o recrutamento e retenção de funcionários e terminam com a selecção de candidatos cujas qualificações, aptidões e interesses alinhados com os objectivos da organização, há ligeiras modificações no processo de recrutamento e selecção para candidatos internos.

O processo de selecção permite às empresas de recrutamento identificar candidatos que satisfaçam determinados pré-requisitos necessários para preencher determinada função, indo de encontro às necessidades do negócio. O processo de selecção começa com o

anúncio de trabalho em si. O departamento de recursos humanos deve identificar quais são as competências e qualificações necessárias para a função em causa.

De forma a aumentar a eficiência na contratação, retenção garantindo assim a consistência e conformidade no processo de recrutamento e selecção existem diversas abordagens, onde uma das mais interessantes é a utilizada pela Universidade da Califórnia, Riverside que recomenda a aplicação das seguintes etapas:

### **Passo 1: Identificar e avaliar necessidade/função**

O recrutamento oferece oportunidade ao departamento de alinhar as competências aos objectivos e planeamento do mesmo, bem como proporcionar um crescimento profissional dos colaboradores. Embora haja já bastante trabalho envolvido no processo de contratação, o planeamento e avaliação detalhada da necessidade adequada vão facilitar que se consiga contratar a pessoa certa para a função.

#### **Criação de uma nova posição:**

Quando se cria uma nova função é importante compreender e ter em consideração os objectivos estratégicos para a organização e/ou departamento e identificar potenciais mudanças que esta nova função pode implicar.

Deve realizar-se também uma breve análise de competências essenciais na organização e identificar potenciais lacunas ou que aptidões estão em falta no departamento e de que forma nos poderão ajudar no futuro.

Em paralelo, podemos também realizar uma análise de funções de forma a avaliar se a função será mesmo nova no departamento ou se ao contrário do que pensamos se trata apenas de um reforço.

#### **Substituição:**

Quando o desgaste ocorre, a substituição da função é tipicamente o passo lógico a tomar. Antes de obtermos aprovação para anunciar a posição, devemos ter em consideração o seguinte:

- Tal como acontece com um cargo recém-criado, pode ajudar a realizar uma análise de funções, de forma a definir a função que é efectivamente necessária e garantir a classificação adequada. Nesta fase, um analista de recursos humanos pode ajudar a rever e completar o anúncio;
- Rever o papel desempenhado pela função a anunciar e decidir se existem alterações necessárias, tais como o desempenhar de certas tarefas e

responsabilidades desempenhadas pela pessoa anterior que podem ou não ser realizadas pela nova pessoa.

Avaliar cuidadosamente o nível requerido para a execução das tarefas, considerando o nível de classificação apropriado, as tarefas realizadas pelo anterior colaborador e as que serão retiradas ou adicionadas (se algumas tarefas serão passadas a outra pessoa dentro do departamento), tarefas de supervisão ou liderança, responsabilidade orçamental (se houver) e horário de trabalho.

## **Passo 2: Desenvolver descrição da posição**

A descrição do cargo também referida como uma descrição da função é a base de sucesso de um processo de recrutamento. Da descrição da função desenvolvem-se questões da entrevista, avaliação da entrevista e verificações de referências.

Uma descrição de funções bem detalhada deve:

- Conseguir fornecer as primeiras impressões da empresa ao candidato;
- Articular de forma clara as responsabilidades e qualificações de forma a atrair os candidatos mais adequados;
- Oferecer uma oportunidade para articular claramente o valor acrescentado da função relativamente à empresa;
- Optimizar resultados de pesquisas, assegurando que a oferta de empregos surge bem listada nas pesquisas online;
- Serve como documentação/prova de forma a prevenir ou defender-se contra, queixas de discriminação, fornecendo a prova escrita de que a contratação foi baseada em necessidades de negócios racionais;
- Identifica tarefas, fluxo de trabalho e responsabilidade, permitindo que o departamento possa efectuar o planeamento sobre o plano de carreira do colaborador;
- Auxilia na definição de objectivos de desempenho ou performance key indicators (KPIs);
- É usado para o planeamento de carreira e formação, proporcionando claras distinções entre os níveis de responsabilidades e competências exigidas;
- É usado como referência para ajudar a garantir a equidade interna e externa.

### **Identificar deveres e responsabilidades**

Antes de desenvolver a descrição da função o consultor de recursos humanos deve identificar informações gerais; objectivo da posição; funções essenciais; requisitos mínimos e qualificações preferenciais.

### **Passo 3: Desenvolver plano de recrutamento**

Cada posição requer um plano de recrutamento documentado que é aprovado pela unidade organizacional. Um plano de recrutamento cuidadosamente estruturado traça a estratégia para atrair e contratar o melhor candidato qualificado e ajuda a garantir uma selecção de bons recursos.

Além do objectivo de colocação do cargo, o plano deve conter canais de divulgação a serem utilizados para alcançar esses objectivos. O plano de recrutamento é normalmente desenvolvido pelo consultor de recursos humanos em conjunto com o coordenador do departamento de recursos humanos. Elementos principais que devem constar no plano de recrutamento:

- Período ou prazo de anúncio;
- Objectivos de colocação;
- Recursos ou meios de divulgação;
- Bases de dados de candidatos.

### **Passo 4: Seleccionar a equipa de selecção ou head hunting**

Para garantir os candidatos seleccionados para entrevista e escolha final são avaliados por mais do que um indivíduo de forma a minimizar as potenciais preferências pessoais, pode ser formada uma equipa de selecção ou, head hunting.

O gestor de recursos humanos pode identificar os membros que terão interacção directa e indirecta com o candidato no desempenhar das suas funções. Por boa prática recomenda-se que o gestor faça um esforço para nomear uma comissão de pesquisa que seja constituída por uma combinação diversificada de funcionários.

O gestor de recursos humanos deve determinar a dimensão (não mais do que 6) e composição da equipa de selecção de acordo com a natureza da posição. É recomendável que os membros da comissão incluam:

- Pelo menos um indivíduo que tenha uma forte compreensão do papel e da sua contribuição para o departamento;

- Um especialista na função (técnico ou funcional);
- Um representante do pessoal com responsabilidades de supervisão;
- Um indivíduo que irá interagir com esta posição e/ou serve como principal cliente.

Os membros da equipa de selecção devem garantir que não há conflito de interesses em relação aos candidatos em avaliação e nunca devem fazer parte desta equipa indivíduos que possam ter interesse no cargo.

### **Passo 5: Posição do posto e implementar o plano de recrutamento**

Uma vez concluída a descrição do cargo, deve enviar-se o anúncio para publicação, utilizando para isso o site de recrutamento e selecção da empresa, ou sites externos, tais como por exemplo *www.net-empregos.com*, ou ainda as redes sociais, via *LinkedIn*, *Twitter*, etc.

### **Passo 6: Revisão e elaboração de lista de candidatos**

Uma vez publicada a posição, os candidatos irão responder, quer seja via site da empresa, email, ou outro meio utilizado para publicação.

Todos os candidatos devem ser alvo de análise e consideração. Recomenda-se que todos os membros da equipa de selecção revejam todos os candidatos de forma a garantir que mais de uma pessoa avaliou, evitando opiniões individuais ou preconceitos. Cada membro da equipa pode formular comentários das qualificações de cada candidato e sobre como se relacionam com os requisitos mínimos do cargo. Feita esta análise, compete ao gestor de recursos humanos desenvolver a lista de candidatos a considerar. Uma vez seleccionados, os candidatos podem então, ser contactados para entrevistas.

### **Passo 7: Entrevista**

A entrevista é o passo mais importante no processo de selecção. É a oportunidade para o empregador e empregado aprenderem mais um mais sobre o outro e validar as informações fornecidas por ambos. No final da entrevista deve-se garantir que a mesma foi completa e que temos todos os dados necessários para avaliar adequadamente as competências do candidato.

## **Passo 8: Seleccionar para contratação**

Uma vez que as entrevistas foram concluídas, a equipa reúne com o intuito de discutir os entrevistados. Os membros da equipa terão de explicar e avaliar a medida em que cada um se baseou no seu critério de selecção.

Será útil ter uma folha de classificação elaborada pela equipa de selecção para justificar as decisões e torná-las o mais objectivas possível, tendo sempre em mente que é muito importante ter a capacidade de justificar a decisão utilizando ou não documentação, caso tal seja imperativo segundo a política da empresa. Como uma das etapas mais críticas do processo, é importante considerar:

- O melhor candidato para o cargo foi escolhido com base em qualificações;
- O candidato vai ajudar a realizar missões da empresa.

Verificações de referências de experiência e/ou conhecimentos devem ser realizadas antes de fazer uma oferta. É aconselhável realizar uma pesquisa junto do supervisor actual do candidato antes deste iniciar funções, se o candidato está indeciso pode ser feita uma oferta de emprego condicional.

Antes de iniciar o processo de verificação de referência, é necessário que haja:

1. Preparação cuidadosa; recolhendo toda a informação necessária (currículo, dados solicitados a antigo empregados, dúvidas);
2. Preparação de um ambiente que incentive a responder voluntariamente, de forma cooperativa, e honestamente;
3. Descrição da posição, responsabilidades, deveres e ambiente de trabalho do cargo para o qual o indivíduo tenha concorrido;
4. Elaboração de perguntas que estão especificamente relacionadas com o trabalho a realizar.

## **Passo 9: Finalizar recrutamento**

Após a conclusão do processo de recrutamento e selecção é apresentada a oferta para o finalista seleccionado. O salário a ser oferecido deve ser equitativo e levar à retenção e motivação dos funcionários.

Uma vez atingida a verificação final do processo de selecção e identificado do recurso, o responsável da equipa de selecção ou pessoa designada irá notificar o Coordenador do departamento de recursos humanos com o nome do finalista, salário e data de início.

Uma vez aprovado, o coordenador do departamento de recursos humanos notifica o responsável da equipa de selecção ou pessoa designada da aprovação da oferta e é feita a oferta ao finalista.

Apesar de muitas vezes apresentarmos a nossa melhor oferta, pode haver casos em que o requerente recusa. Devemos nestes casos discutir os motivos da recusa da oferta com o candidato. Os candidatos podem recusar ofertas por várias razões, e nem sempre é devido ao salário que está a ser oferecido. Se a oferta for recusada devido ao salário, o departamento pode fazer uma contraproposta, desde que o valor esteja dentro do adequado à função e departamento.

Caso a oferta seja aceite inicia-se o processo de aceitação e integração do colaborador na organização e o departamento de recursos humanos trata do processo burocrático de forma a elaboração do contrato de trabalho.

Muito embora existam passos que podem ser considerados fundamentais, tais como os expostos atrás, é prática comum existir uma política de recursos humanos definida na organização que pode em certa forma ser diferente de empresa para empresa, nomeadamente a forma como se publica um anúncio.

### **e-Recrutamento**

*“ Para quê perder semanas à procura de um candidato quando através da internet as respostas são quase imediatas? “ (Martins 2001)*

O recrutamento tradicional tal como o conhecemos recorre a vários meios e processos que o tornam demorado e algumas vezes não tão eficiente como o que seria de esperar. Como tipicamente, estes processos são suportados por aplicações informáticas, surge o conceito de e-recrutamento que visa otimizar o processo ao nível de integração e automatização dos processos. Este novo método recorre essencialmente à utilização da internet para encontrar, atrair, avaliar, entrevistar e contratar novos funcionários para uma organização de forma mais global, sem fronteiras e em tempo praticamente real.

A finalidade do e-recrutamento é tornar os processos envolvidos mais eficientes e eficazes, bem como menos dispendiosos uma vez que permite uma redução burocrática significativa no processo de recrutamento e selecção. Tem também a vantagem de poder chegar a um maior número de candidatos e facilitar assim o processo de recrutamento.

Existem várias formas de aplicar o e-recrutamento:

- Criando uma nova página web ou sub-menu no site da própria organização/empresa, na qual os candidatos podem introduzir os seus dados biográficos de uma forma previamente estruturada, em que qualquer informação extra deverá ser colocada como anexo. Esta abordagem facilita às organizações/empresas a visualização e comparação de características dos candidatos;
- Divulgação da oportunidade no site da própria organização/empresa em que a resposta deverá ser efectuada directamente para o email publicado remetendo toda a informação solicitada;
- Através da utilização de sites especificamente criados para esse efeito, em que candidatos interessados e empresas com oportunidades em aberto podem aceder com frequência, tais como por exemplo *www.net-empregos.com* e *www.monster.com*.

## **Redes Sociais**

Com este novo conceito de e-recrutamento, actualmente é muito comum o processo de recrutamento ser em grande parte efectuado online, com recurso a diversas plataformas, nomeadamente as redes sociais. Uma rede social pode ser definida como sendo uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objectivos comuns para Bastos & Santos (2007) “ *a rede social é um conjunto de indivíduos que visa a comunicação, partilhando ajuda mútua e que surge a partir de pessoas com interesses comuns* “.

É hoje muito comum para uma pessoa pertencer a uma rede social, estando desta forma ligada a vários outros utilizadores e organizações. Partilham-se estados, gostos, interesses e objectivos numa perspectiva global sem fronteiras. Estamos perante uma sociedade global, onde quase tudo está à distância de um clique. Podemos contactar com outra pessoa do outro lado do mundo em tempo real, com um tempo de resposta de milissegundos, o tempo necessário para que a rede transporte a nossa informação desde a origem ao destino, independentemente da localização do globo de onde e para onde a enviamos. É hoje mais fácil manter o contacto com amigos e reencontrar aqueles com quem perdemos o contacto. Com esta nova realidade, também o mercado de emprego atingiu uma proporção global, com ofertas além-fronteiras e com o nosso perfil profissional acessível em tempo real e em qualquer computador com acesso à internet.

Neste sentido surgiu um novo tipo de rede social, focada na vertente profissional, conhecida como plataforma de recrutamento online. A web é mais que lazer, é uma forma simples e democrática para aprender, fazer contactos, encontrar oportunidades e construir uma reputação. Neste sentido, o *LinkedIn* como grande líder neste campo é um ecossistema a ser considerado ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)).

O *LinkedIn* é uma rede profissional que teve a sua origem em Dezembro de 2002 e lançada em 5 de Maio de 2003. É comparável a redes de relacionamentos, e é principalmente utilizada por profissionais. Em Novembro de 2007, tinha mais de 16 milhões de utilizadores registados, abrangendo 150 indústrias e mais de 400 regiões económicas (como classificado pelo serviço). Em 3 de Novembro de 2011, o *LinkedIn* possuía mais de 135 milhões de utilizadores registados em mais de 200 países. O site está disponível em inglês, francês, alemão, italiano, português, espanhol, romano, russo, turco e japonês.

O principal propósito do site é permitir que utilizadores registados possam manter uma lista detalhada de contactos de pessoas que eles conheçam e em quem confiem em empresas. As pessoas nessa lista são chamadas de conexões. Os utilizadores podem convidar qualquer um (seja um utilizador *LinkedIn* ou não) para tornar-se uma conexão. Esta lista de conexões pode então ser usada de várias formas:

- Rede de contactos acumulada, constituída por ligações directas, de segundo grau, terceiro grau, etc. facilitando a interacção e conhecimento de profissionais através dos seus contactos mútuos;
- Pode ser usado para encontrar emprego, pessoas e oportunidades recomendadas por qualquer um na sua rede de contactos;
- Os empregadores podem anunciar propostas de emprego e procurar candidatos potenciais;
- Todos os candidatos a emprego podem rever o perfil de contratação e descobrir qual dos seus contactos existentes poderia apresentá-lo aos empregadores.

Quanto ao comportamento no *LinkedIn*, o utilizador precisa estar atento, pois ao contrário de outras redes sociais, esta visa uma oportunidade de trabalho. Assim, não se torna interessante escrever dados sobre a família, humor, vida pessoal, troca de informações pessoais ou colocar no seu perfil termos irrelevantes ao meio para qual esta plataforma está vocacionada.

Hoje, o *LinkedIn* e continua a provar a importância de cultivar uma rede profissional mantendo-se fiel à sua missão: “ *Ligar os profissionais de todo o mundo para os tornar mais produtivos e bem sucedidos* “ e oferece soluções de recrutamento, marketing e negócio.

Com uma abordagem diferente dos gigantes *Apple, Amazon, Facebook e Google*, o *LinkedIn* apresenta serviços e plataformas mais focados no consumidor (Business to Consumer - B2C) e está a conquistar um espaço relevante no mercado e, por outro lado, a desenvolver num forte ecossistema focado nos negócios (Business to Business - B2B). Isto é apenas a ponta do iceberg de uma visão de longo prazo com o objectivo de criar o primeiro mapa económico mundial em tempo real, com informação sobre transacções e oportunidades económicas... e possivelmente com relato em directo de “ *ajustamentos económicos* “ das políticas governamentais.

Hoje, devido à problemática da escassez de oferta no mercado de trabalho é essencial a existência e conhecimento de ferramentas que ajudam a investir na procura de emprego e na autopromoção. Podemos concluir que a internet é hoje a montra mais vista por todos e onde cada um se pode dar a conhecer, chegando ao mundo, ultrapassando quaisquer fronteiras ou obstáculos geográficos. Quanto às empresas, estas conseguem por este meio recrutar os melhores, de forma mais rápida e com um custo muito menor, evitando subcontratação de empresas consultoras ou de head hunting.

## **Metodologia**

Para desenvolver este estudo de investigação abordaram-se teoricamente os conceitos de recursos humanos, recrutamento e selecção, e-recrutamento e redes sociais. Abordou-se também a especificidade da realidade das redes sociais online e terminou-se na abordagem teórica do recrutamento, nomeadamente através das redes sociais online.

O objectivo principal deste estudo é avaliar a percepção de estudantes finalistas do ensino superior, quanto à relevância e eficácia do recurso a plataformas de recrutamento online no processo de procura de emprego. A população alvo determinada foram os estudantes de Licenciatura e Mestrado da Universidade Europeia, do grupo Laureate International Universities. Relativamente à amostra, o critério presente foi apenas o de serem finalistas, tanto de Licenciatura como de Mestrado, passando pelas áreas de formação de Turismo, Gestão Hoteleira, Gestão de Empresas, Marketing, Estratégia Empresarial, Gestão de Segurança e Protecção Civil, Informática de Gestão, Sistemas de Informação, Empreendedorismo e Gestão da Inovação, Gestão de Recursos Humanos e Secretariado. A escolha de apenas abordar estudantes finalistas recai sobre o facto de serem estes os próximos a ingressar no mercado de trabalho de uma forma inicial ou de uma forma mais experiente e com outras habilitações académicas associadas. Concretamente, o presente estudo pretende avaliar junto dos estudantes finalistas:

1. O conhecimento das plataformas de recrutamento online;
2. A utilização das plataformas de recrutamento online;
3. A razão de não utilizar as plataformas de recrutamento online;
4. A vantagem de divulgar o perfil profissional na internet;
5. A frequência da utilização das plataformas de recrutamento online;
6. A frequência de repercussões da utilização;
7. Percepção da abrangência dos potenciais benefícios com a utilização;
8. Grau de importância da utilização das plataformas em função do curso que frequentam.

Pretende-se ainda perceber se a avaliação anterior está relacionada com variáveis demográficas, tais como género, idade, grau académico, área de formação e experiência profissional.

Estando sempre presente que a qualidade e validade dos resultados dependem maioritariamente da representatividade da amostra, a mesma é conseguida se as unidades que a constituem forem escolhidas por um processo em que “ *todos os membros da população tenham a mesma probabilidade de fazer parte da amostra* “ (Ghiglione, 1993).

Para suportar esta investigação foi concebido um questionário especificamente elaborado para este estudo. O mesmo foi administrado por 29 turmas, em ambos os regimes diurno e pós-laboral, resultando num total de 223 respostas. Este instrumento de investigação continha questões que permitiam diferenciar a percepção que cada aluno finalista tem sobre a temática em estudo.

<b>Pergunta</b>	<b>Respostas possíveis</b>	<b>O que se pretende avaliar</b>
Género	- Feminino - Masculino	Análise demográfica
Faixa etária	- 18 - 24 anos - 25 - 29 anos - 30 - 34 anos - Mais de 35 anos	Análise demográfica
Grau académico	- Licenciatura - Mestrado	Análise demográfica
Curso	Resposta aberta	Análise demográfica
Actividade laboral actual	- Actualmente em regime part-time - Actualmente em regime full-time - Actualmente sem actividade laboral, mas experiência em regime part-time - Actualmente sem actividade laboral, mas experiência em regime full-time - Sem actividade e sem experiência profissional	Análise demográfica

Pergunta	Respostas possíveis	O que se pretende avaliar
LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não conhece</li> <li>- Conhece mas não utiliza</li> <li>- Conhece e utiliza a plataforma indicada</li> </ul>	Conhecimento e utilização da plataforma LinkedIn
Europass	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não conhece</li> <li>- Conhece mas não utiliza</li> <li>- Conhece e utiliza a plataforma indicada</li> </ul>	Conhecimento e utilização da plataforma Europass
Monster	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não conhece</li> <li>- Conhece mas não utiliza</li> <li>- Conhece e utiliza a plataforma indicada</li> </ul>	Conhecimento e utilização da plataforma Monster
Outra	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não conhece</li> <li>- Conhece mas não utiliza</li> <li>- Conhece e utiliza outra plataforma</li> </ul>	Conhecimento e utilização de uma outra plataforma
Razão de não ter perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não acha importante divulgar a informação pessoal e profissional</li> <li>- Não acha seguro divulgar a informação pessoal e profissional</li> <li>- Outra</li> </ul>	Razão de não utilizar plataformas de recrutamento online
Principal objectivo de ter perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procura de emprego</li> <li>- Marketing pessoal</li> <li>- Expansão da rede de contactos</li> <li>- Participação em grupos</li> <li>- Tendência actual</li> <li>- Outra</li> </ul>	Razões de utilização de plataformas de recrutamento online
Principal vantagem de ter perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encontrar primeiro emprego</li> <li>- Possibilidade de mudar de emprego</li> <li>- Prospecção de mercado</li> <li>- Reencontro de pessoas</li> <li>- Contacto com novas pessoas</li> <li>- Participação em grupos</li> <li>- Não foi útil até ao momento</li> </ul>	Vantagens de utilização das plataformas de recrutamento online
Frequência de actualização do perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diariamente</li> <li>- Semanalmente</li> <li>- Mensalmente</li> <li>- Trimestralmente</li> <li>- Quando acrescenta algo novo ao CV</li> <li>- Não se encontra actualizado</li> </ul>	Frequência de utilização

Pergunta	Respostas possíveis	O que se pretende avaliar
Frequência de contacto por ter perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semanalmente</li> <li>- Mensalmente</li> <li>- Semestralmente</li> <li>- Anualmente</li> <li>- Nunca houve contactos</li> </ul>	Frequências de repercussões por adesão às plataformas
Quem tem mais valias em ter perfil profissional online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todas as pessoas que se encontram no mercado de trabalho</li> <li>- Todas as pessoas que queiram entrar no mercado de trabalho</li> <li>- Todas as pessoas que se encontram e queiram entrar no mercado de trabalho</li> <li>- Todos os profissionais da área</li> <li>- A profissionais de uma determinada área</li> <li>- Ninguém</li> </ul>	Percepção da abrangência dos benefícios
Grau importância	- escala de likert em que o valor 1 - 10	Grau de importância de acordo com o curso

Quando a primeira versão do questionário fica pronta, com a formulação de todas as questões é necessário garantir que o questionário seja, de facto, aplicável e que responda efectivamente aos problemas colocados pelo investigador (Ghiglione e Matalon, 1993). Desta forma, no decorrer deste estudo de investigação foi, inicialmente, elaborada uma 1ª versão do questionário em que a maior preocupação consistia em simplificar o instrumento, de forma a evitar que induzisse o inquirido a responder de forma errada, contrariando algo que poderia ter afirmado antes, demonstrando portanto incoerência nas respostas. Posteriormente foram efectuadas algumas alterações, de acordo com o feedback recolhido, com o intuito de, por um lado, abreviar o tempo de resposta, e por outro, evitar interpretações erradas. Foram necessárias 8 iterações até que se chegasse à versão final, partilhada no capítulo Apêndices. Todas as alterações foram essencialmente efectuadas na construção semântica, com o intuito de tornar as questões mais claras, foi também inserido um quadro em substituição de um conjunto de perguntas para facilitar a resposta e o instinto para apenas ser dada uma única resposta, evitando assim dúvidas e questões adicionais.

*“...a utilização de técnicas de investigação consagradas determina o valor intelectual e o carácter científico de um trabalho”* (Quivy et Campenhoudt, 1998)

A análise de dados foi efectuada com o suporte ao software estatístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), que teve a sua primeira versão em 1968. Este software foi inicialmente desenvolvido por Norman H. Nie, C. Hadlai (Tex) Hull e Dale H. Bent, tendo sido, em 2009, adquirido pela empresa norte americana IBM. O SPSS é uma ferramenta estatística muito utilizada, a nível nacional e internacional na análise de dados com recurso a técnicas bastante elaboradas com o intuito de preencher, analisar e manipular dados complexos, de forma a avaliar dados recolhidos e tendo a capacidade de os transformar em informação. Foi possível numa primeira fase efectuar uma análise descritiva das variáveis e de seguida verificar a relação entre elas para determinar a existência ou não de diferenças significativas. Consideram-se diferenças estatisticamente significativas quando  $p < 0,05$ .

## Apresentação, Análise e Discussão de Dados

### Análise das variáveis demográficas

O principal objectivo deste estudo de investigação é avaliar a percepção e utilização que os alunos finalistas, tanto de Licenciatura como de Mestrado, da Universidade Europeia, atribuem às plataformas de recrutamento online.

A amostra escolhida era constituída por 304 participantes e neste estudo conseguiu-se um total de 223 respostas, o que torna a amostra significativa pois representa 73,40 % do total.

Na primeira interacção, o questionário procura conhecer os participantes, nomeadamente: Género (feminino ou masculino); Faixa etária em que se encontra; Se é finalista de uma Licenciatura ou de um Mestrado; Qual o curso e finalmente qual a situação laboral desempenhada actualmente. Todos estes dados foram recolhidos apenas para a finalidade de análise estatística.

### Género

A primeira pergunta do questionário procura saber o género da pessoa inquirida. E dentro da amostra recolhida existe uma maior vantagem para o sexo feminino com 59,60 % (N= 133) face aos restantes 40,40 % (N= 90) que constituem o sexo masculino.

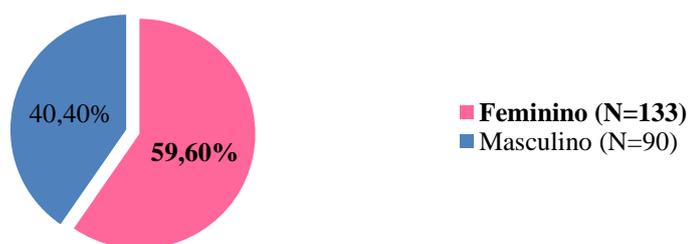


Gráfico 1. Representação gráfica da variável género

### Faixa Etária

A questão seguinte tem como objectivo saber a faixa etária dos participantes, e uma vez que a amostra recai apenas sobre finalistas tanto de Licenciatura como de Mestrado, optou-se por considerar que a idade mínima seria os 18 anos e deixar em aberto o intervalo máximo de idades, apenas considerando que seria mais de 35 anos.

Dentro das 223 respostas obtidas foi possível apurar que a maior parte dos participantes se encontra na faixa etária dos 18 – 24 anos, 57,85 % (N= 129); sendo que os restantes se dividem pela faixa etária dos 25 – 29 anos com 18,39 % (N= 41); a faixa dos 30 – 34 anos com 7,62 % (N=17) e por último na faixa etária dos superiores a 35 anos com 16,14 % (N= 36).

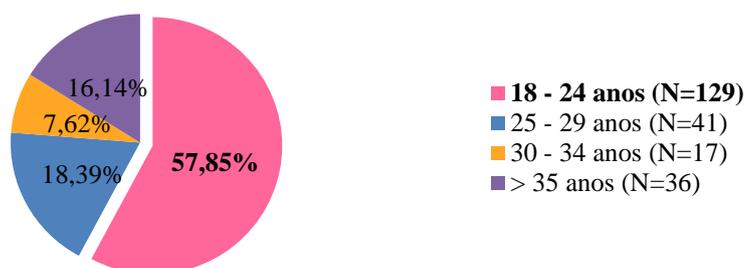


Gráfico 2. Representação gráfica da variável faixa etária

Relativamente à faixa etária podemos referir que dentro da amostra, e mesmo sabendo que no total existem mais mulheres que homens, são os homens que lideram a faixa etária acima de 35 anos com 66,70 % (N= 24) face aos apenas 33,30 % (N= 12) do sexo oposto <sup>(1)</sup>, este facto é comprovado pelo Teste de Correlação, efectuado no SPSS, em que é possível concluir que existe uma correlação significativa entre a faixa etária e o género:

		Género	Faixa Etária
Género	Pearson Correlation	1	,245**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	223	223
Faixa Etária	Pearson Correlation	,245**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	223	223

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Habilitação Académica

Uma das questões contidas no instrumento de investigação elaborado dizia respeito ao grau de habilitação académica, e tinha como objectivo verificar se os participantes estariam a completar uma Licenciatura ou um Mestrado. Concluiu-se que com larga

<sup>1</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 1. Relação da variável género com a faixa etária.

diferença é a Licenciatura o grau académico com maior percentagem de participantes, contando com 83 % (N= 185) face aos 17 % (N= 38) que estão a concluir um Mestrado.

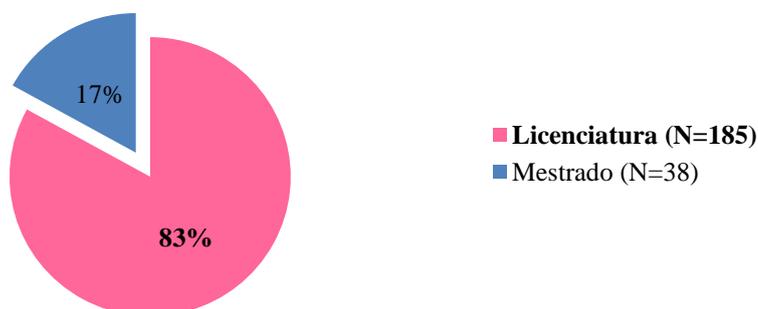


Gráfico 3. Representação gráfica da variável grau académico

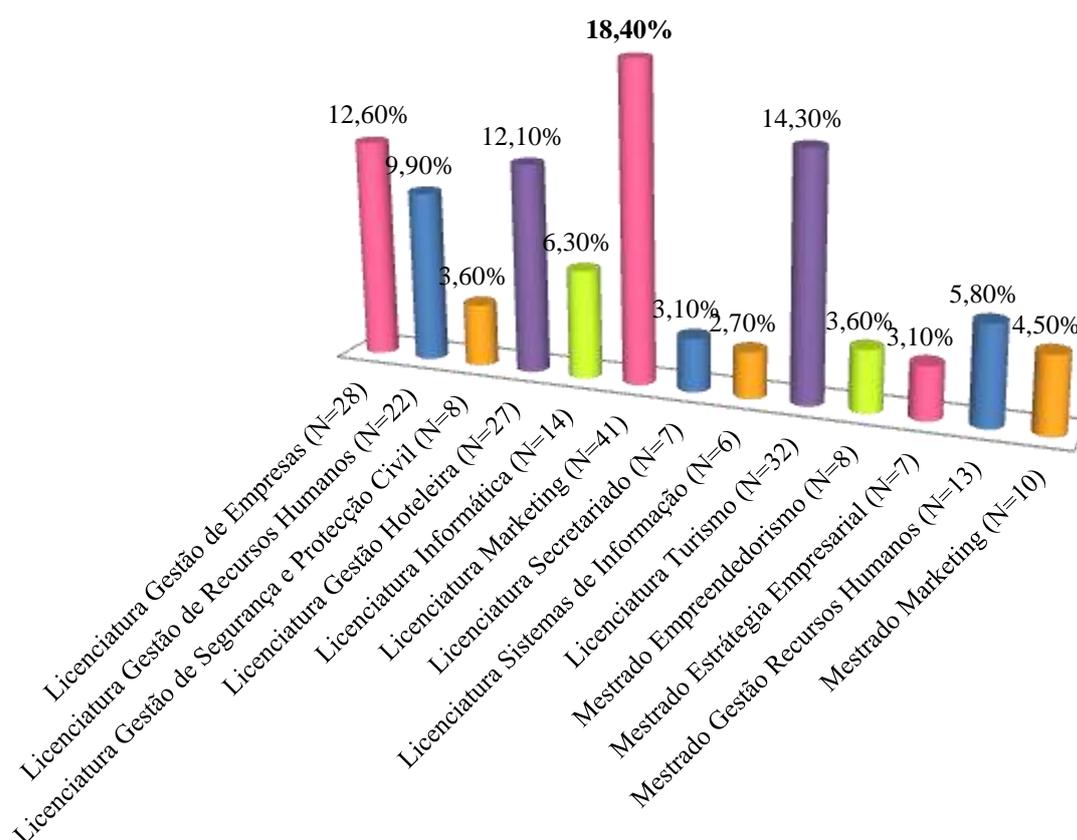
Tanto em Licenciatura como em Mestrado é a faixa etária dos 18 - 24 anos a mais representada. Na licenciatura contamos com 61,10 % (N= 113) e no Mestrado 42,10 % (N= 16) <sup>(2)</sup>.

### Curso

No ano lectivo transacto a Universidade Europeia dispõe na totalidade de 12 cursos finalistas: 9 Licenciaturas e 3 Mestrados diferentes. Dos cursos ministrados foi evidente a supremacia da Licenciatura de Marketing face às outras existentes no que respeita ao total de alunos com 18,40 % (N= 41) em oposição à Licenciatura de Sistemas de Informação, que participou com o menor número de alunos, 2,70% (N= 6).

---

<sup>2</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 2.Relação da variável grau académico com a faixa etária.



**Gráfico 4. Representação gráfica da variável curso**

Quando se relacionou o curso em função com o género não deixou de ser curioso o facto de verificar que a Licenciatura de Secretariado é representada a 100 % por pessoas do sexo feminino em contraste com a Licenciatura em Sistemas de Informação que é composta por 100 % de pessoas do sexo masculino <sup>(3)</sup>.

### **Actividade Laboral**

Para terminar a fase da recolha de dados demográficos apurou-se no questionário qual a actual situação profissional dos participantes. Constatou-se que a grande maioria dos participantes se encontra no regime laboral de *full-time*, mais concretamente 31,80 % (N= 71), sendo que os restantes se dispersam pelos outros regimes numa distribuição muito uniforme.

<sup>3</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 3. Relação da variável curso com o género.

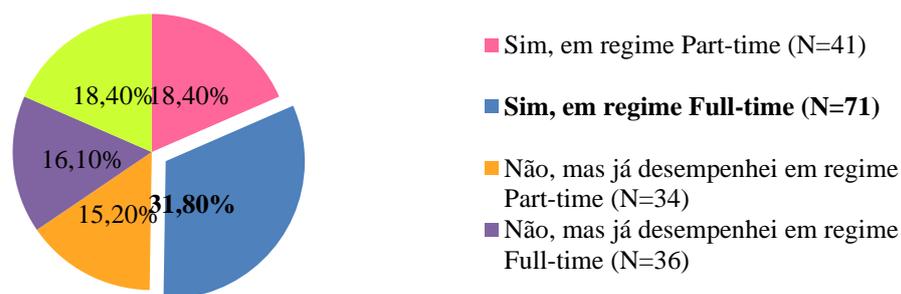


Gráfico 5. Representação gráfica da variável actividade laboral

Na opção *Actividade profissional em regime de full-time*, pode-se observar que se destacam as pessoas com mais de 35 anos, totalizando 35,20 % (N= 25) <sup>(4)</sup>. É expressiva a percentagem que frequenta um Mestrado 47,40 % (N=18), enquanto em Licenciatura, apesar de também ser predominante este regime laboral, aparece com uma percentagem mais baixa, com apenas 28,60 % (N= 53) <sup>(5)</sup>.

Curiosamente e apesar de na totalidade de participantes deste estudo o sexo feminino estar em maioria, é o sexo masculino quem sobressai na actividade laboral *full-time*, com um total de 52,10 % de homens (N= 37) e apenas 47,90 % respeitante a mulheres (N= 34) <sup>(6)</sup>.

Em oposição, quem se encontra *Sem qualquer prática ou experiência profissional* é a faixa etária dos 18 – 24 anos a que representa o maior número de respostas com uma percentagem de 92,70 % (N= 38) <sup>(4)</sup>.

Aplicando-se o Teste de Correlação foi possível verificar a existência de correlação entre actividade laboral e a faixa etária, sendo possível afirmar que quanto mais velhos maior tendência para que se tenha uma actividade laboral em regime *full-time*.

		Actividade Laboral	Faixa Etária
Actividade Laboral	Pearson Correlation	1	-,273**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	223	223
Faixa Etária	Pearson Correlation	-,273**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	223	223

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<sup>4</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 4. Relação da variável actividade laboral com a faixa etária.

<sup>5</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 5. Relação da variável actividade laboral com o grau académico.

<sup>6</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 6. Relação da variável actividade laboral com o género.

## Análise exploratória

Ultrapassada da parte da recolha estatística dos dados foi pedido aos inquiridos que identificassem o conhecimento e participação em algumas das plataformas de recrutamento online, a sua experiência e opinião sobre elas perante algumas questões como: Principal objectivo de ter um perfil profissional online; Principal vantagem que já teve por utilizar uma destas plataformas; Frequência com que actualiza dados; Frequência de contacto e caso não tenha perfil profissional a razão.

## LinkedIn

Iniciou-se a investigação com a verificação do conhecimento e adesão à plataforma de recrutamento online *LinkedIn*. Nesta, foi possível concluir que mais de metade dos inquiridos *Conhece e tem perfil profissional no LinkedIn* com um total de 66,81 % (N=149); que uma minoria 3,14 % (N=7) *Não conhece esta plataforma* e que os restantes 30,05 % (N=67) *Conhecem mas não tem perfil profissional*.

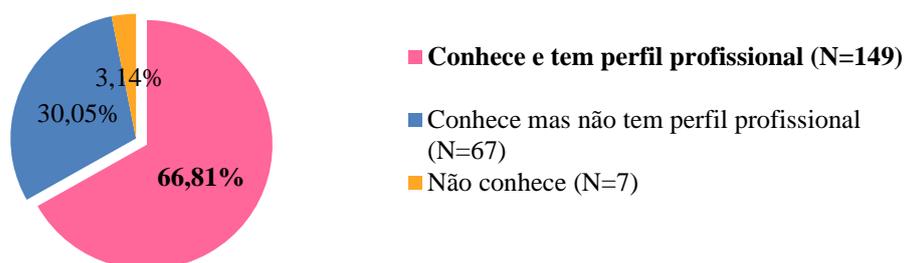


Gráfico 6. Representação gráfica do conhecimento da plataforma LinkedIn

Dentro das pessoas que *Conhecem e têm perfil no LinkedIn* a maioria encontra-se na faixa etária dos 18 aos 24 anos, num total de 53% (N= 79) <sup>(7)</sup>. O curso que mais se destaca é a Licenciatura Turismo a liderar no que respeita à adesão, com 16,10 % (N= 24 pessoas) <sup>(8)</sup>.

De quem *Conhece mas não tem perfil de LinkedIn* 86,60 % (N= 58) frequenta Licenciatura <sup>(9)</sup>, e o maior número de participantes nesta condição frequenta a Licenciatura de Marketing com 28,40 % (N= 19) <sup>(9)</sup>.

De salientar que para quem *Não conhece o LinkedIn* é possível verificar que todos frequentam o grau académico Licenciatura <sup>(9)</sup>, sendo que 4 se encontram a frequentar a

<sup>7</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 7. Relação da variável LinkedIn com a faixa etária.

<sup>8</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 8. Relação da variável LinkedIn com o curso.

<sup>9</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 9. Relação da variável LinkedIn com o grau académico.

Licenciatura de Gestão de Empresas <sup>(9)</sup> e que o mesmo número desempenha uma actividade profissional em regime de *part-time* <sup>(10)</sup>.

Apurou-se também que dentro de todas as turmas finalistas a que tem mais pessoas que *Conhecem e possuem perfil no LinkedIn* é a do Mestrado em Gestão de Recursos Humanos, com uma percentagem de 92,30 % e curiosamente a turma que tem mais pessoas com o perfil de *Conhece mas não possui conta LinkedIn* é a Licenciatura de Gestão de Recursos Humanos com 54,50 % <sup>(8)</sup>.

## Europass

Uma outra plataforma importante para verificar o conhecimento e adesão foi o Europass. Neste caso o resultado apresentou-se diferente do anterior, em que a maior parte dos participantes 44,40 % (N= 99) *Conhece mas não tem perfil profissional*. Embora as outras duas opções estarem equilibradas existe um maior número de pessoas que *Conhece e tem perfil profissional* com 29,60 % (N= 66) contra 26 % (N= 58) de quem *Não conhece a plataforma referida*.

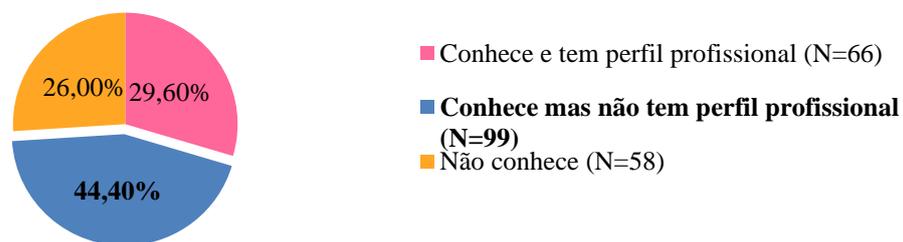


Gráfico 7. Representação gráfica do conhecimento da plataforma Europass

Dos participantes que *Conhecem e têm perfil profissional online no Europass* a turma que mais se destaca é a de Gestão de Empresas, com 18,40 % das pessoas (N= 12) <sup>(11)</sup>.

Das pessoas que *Conhecem mas não têm perfil no Europass* 85,90 % (N= 85) frequentam uma Licenciatura <sup>(12)</sup> e nestas, o maior número verifica-se na Licenciatura de Marketing com 22,20 % (N= 22) <sup>(11)</sup>. No que respeita à actividade laboral, 33,30 % das pessoas (N= 33) possuem actividade profissional em regime de *full-time* <sup>(13)</sup>.

<sup>10</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 10. Relação da variável LinkedIn com a actividade laboral.

<sup>11</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 11. Relação da variável Europass com o curso.

<sup>12</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 12. Relação da variável Europass com o grau académico.

<sup>13</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 13. Relação da variável Europass com a actividade laboral.

No total de pessoas que *Não conhecem o Europass* foi possível verificar que 19 % (N= 11) frequentam a Licenciatura de Turismo <sup>(11)</sup> e 25,90 % (N= 15) desempenham uma actividade profissional em regime de *full-time* <sup>(13)</sup>.

## Monster

A última plataforma referida a que se pede a verificação do conhecimento e adesão foi a *Monster*. Em que mais uma vez o resultado foi diferente dos anteriores, neste caso, a opção que recolheu mais respostas foi a de quem *Não conhece a plataforma* com 80,72 % (N= 180), existem ainda 18,83 % (N=42) que *Conhecem mas não tem perfil profissional* e por último e com uma percentagem bastante reduzida de 0,45 % (N= 1) é que *Conhece e tem perfil profissional*.

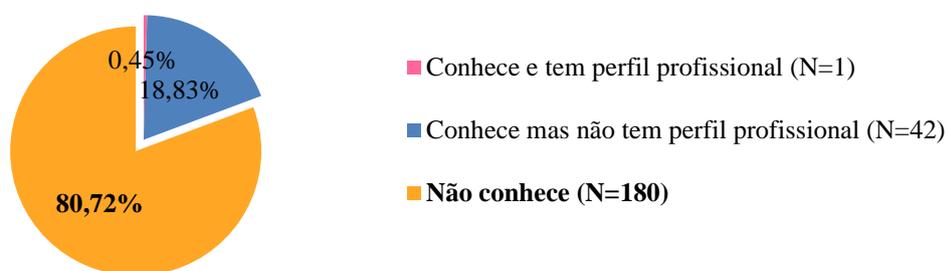


Gráfico 8. Representação gráfica do conhecimento da plataforma Monster

Dentro da amostra existe apenas 1 pessoa que *Conhece e tem perfil profissional no Monster*, essa pessoa pertence ao sexo masculino <sup>(14)</sup>, encontra-se na faixa etária dos 18 aos 24 anos <sup>(15)</sup>, é aluno da Licenciatura de Gestão de Empresas <sup>(16)</sup> e nunca desempenhou uma função/actividade laboral <sup>(17)</sup>.

Foi possível verificar que dentro das pessoas que *Conhecem mas não têm perfil Monster* o maior número de respostas verifica-se nas turmas de Licenciatura em Informática, Licenciatura em Marketing e Mestrado de Marketing todas com mesmo número de respostas, 14,30 % (N= 6) <sup>(16)</sup>. No que respeita à actividade laboral, 50 % dos participantes (N= 21) possuem actividade profissional em regime de *full-time* <sup>(17)</sup>.

<sup>14</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 14. Relação da variável Monster com o género.

<sup>15</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 15. Relação da variável Monster com a faixa etária.

<sup>16</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 16. Relação da variável Monster com o curso.

<sup>17</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 17. Relação da variável Monster com a actividade laboral.

Entre os participantes que *Não conhece a plataforma Monster* conseguiu-se apurar que 86,70 % das pessoas (N= 156) frequentam o grau académico Licenciatura <sup>(18)</sup>, sendo que destas, 19,40 % (N= 35) pertencem a Licenciatura de Marketing <sup>(16)</sup>. Dentro do género feminino, 82,70 % *Não conhece a plataforma Monster*, enquanto no género masculino esta percentagem desce para os 77,80 % <sup>(14)</sup>.

## Outra

Era importante perceber se existia mais alguma plataforma que não tinha sido referida no questionário mas que seria conhecida e utilizada pela amostra conseguida. Mas quase a totalidade dos inquiridos respondeu que *Não conhecia outra plataforma de recrutamento online*, 92,40 % (N= 206), os restantes dividem-se pelas opções *Conhece e tem perfil profissional*, 5,80% (N= 13) e *Conhece mas não tem perfil profissional* 1,80% (N= 4).

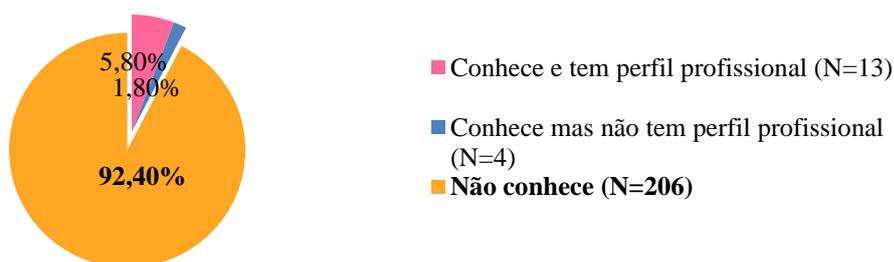


Gráfico 9. Representação gráfica do conhecimento de uma outra plataforma

É possível identificar que dentro do grupo de quem *Conhece e tem perfil profissional numa outra plataforma online* 69,20 % (N= 9) pertencem ao sexo feminino, 61,50 % <sup>(19)</sup> (N= 8) encontram-se na faixa etária dos 18 aos 24 anos <sup>(20)</sup>, 76,90 % (N= 10) frequentam uma Licenciatura <sup>(21)</sup> e que 5 delas são da Licenciatura de Gestão Hoteleira <sup>(22)</sup>.

Analisando o conteúdo dos questionários conclui-se que as turmas de Licenciatura de Turismo e a Licenciatura de Gestão Hoteleira são as que mais usam uma outra plataforma, para além das indicadas, nomeadamente a “ *Turijobs* ”, que se trata de uma

<sup>18</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 18. Relação da variável Monster com o grau académico.

<sup>19</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 19. Relação da variável Outra com o género.

<sup>20</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 20. Relação da variável Outra com a faixa etária.

<sup>21</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 21. Relação da variável Outra com o grau académico.

<sup>22</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 22. Relação da variável Outra com o curso.

plataforma de recrutamento online destinada a profissionais da área do turismo e hotelaria.

De quem *Conhece mas não têm perfil em mais nenhuma plataforma*, 75 % (N= 3) pertence ao sexo feminino <sup>(19)</sup>. Em termos de faixa etária obteve-se um número maior no intervalo acima dos 35 anos com 50 % (N= 2) <sup>(20)</sup> e é aqui que os alunos de Mestrado se destacam dos de Licenciatura com 75 % (N= 3) contra 25 % (N= 1) <sup>(21)</sup>.

De acordo com este estudo de investigação as respostas de quem “ *Não conhece mais nenhuma outra plataforma* ”, foi importante apurar também que 84,50 % (N= 174) das pessoas frequentam o grau académico Licenciatura <sup>(21)</sup>, sendo que destes, 19,40 % (N= 40) frequentam a Licenciatura de Marketing <sup>(22)</sup> e 32 % (N= 66) desempenham uma actividade profissional em regime de *full-time* <sup>(23)</sup>.

### Razão de quem não tem perfil profissional online

Como nem todas as pessoas inquiridas possuem perfil profissional online, 26,46 % (N= 59), foi importante perceber qual a razão. Como justificações possíveis havia o *Não achar importante divulgar a minha informação na internet*, que foi a que teve percentagem mais baixa de respostas 8,50 % (N=5), uma outra opção era *Não achar seguro partilhar informação na internet* com 33,90 % (N=20) e a última opção era deixada em aberto para outras possíveis respostas, e foi a que adquiriu mais respostas 57,60 % (N=34).

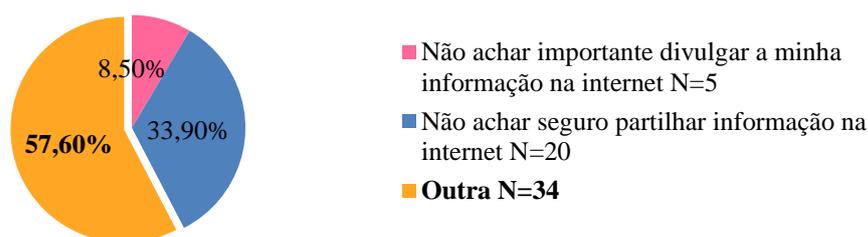


Gráfico 10. Representação gráfica da razão de não ter perfil profissional online

Neste ponto foram verificadas distribuições bastante uniformes no que diz respeito às variáveis demográficas; género, faixa etária, grau académico e actividade laboral, não havendo por isso nada de relevante a destacar. Embora seja interessante analisar, com um pouco mais de detalhe os questionários respondidos, de forma a verificar algumas

<sup>23</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 23. Relação da variável Outra com a actividade laboral.

das justificações apresentadas pelos inquiridos no que respeita à decisão/razão de não ter perfil profissional online. Foi possível encontrar justificações como o de “*Ser estudante a tempo inteiro*”; “*Ainda não foi necessário*”; “*Porque neste momento não tenho um CV forte para apresentar*”; “*Ainda não ter tido tempo*” e no caso de quem se encontra na faixa etária dos superiores aos 35 anos “*Aversão a redes sociais*”.

### Objectivos de quem tem perfil profissional online

Relativamente às pessoas que possuem perfil profissional, em qualquer uma das plataformas referidas, que representam 73,54 % da amostra (N= 164) foi pedido que esclarecessem o principal objectivo. A resposta mais apontada pelos participantes foi a de *Procura de Emprego* com 38,40% (N= 63) logo seguido da opção de *Expansão da rede de contactos* com 32,90 % (N=54).

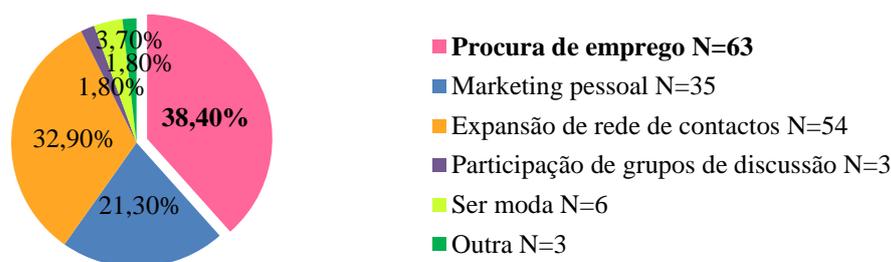


Gráfico 11. Representação gráfica do principal objectivo de ter perfil profissional online

No que respeita à opção mais escolhida, pode-se também referir que existe um maior número de adesões por parte da turma de Licenciatura de Gestão de Empresas com 23,80 % face às restantes turmas <sup>(24)</sup>. Todos os regimes laborais se encontram equilibrados quando relacionados com este tema <sup>(25)</sup>.

Quando verificada a opção *Marketing Pessoal* é representativa a percentagem de participantes que se encontram a exercer actividade profissional em regime *full-time*, 54,50 % <sup>(25)</sup>.

Na escolha da opção *Expansão da rede de contactos* é de realçar que o regime *full-time* encontra-se em vantagem em relação aos restantes com 37 % <sup>(25)</sup>. Em termos de género é a opção mais equilibrada de todas, existindo 50 % (N= 27) de mulheres e

<sup>24</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 24. Relação da variável objectivo com o curso.

<sup>25</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 25. Relação da variável objectivo com a actividade laboral.

outros 50 % (N= 27) de homens <sup>(26)</sup>. E ainda é possível destacar que 94,40 % (N=51) se encontram a concluir o grau académico Licenciatura <sup>(27)</sup>.

Curiosamente, na opção *Participação de grupos de discussão* é apenas composto por pessoas com faixa etária superior aos 35 anos <sup>(28)</sup> que se encontram em regime laboral *full-time* <sup>(25)</sup>.

Nesta questão foi dada a possibilidade dos inquiridos de responderem de uma forma mais aberta, em que neste caso resultou num misto das respostas anteriores e de quem apenas procura um estágio.

### Vantagens de quem tem perfil profissional online

Uma outra questão consideravelmente pertinente é a vantagem que já foi conseguida através das plataformas de recrutamento online. Em que é visível a que *Até ao momento não foi útil* com 34,10 % (N= 56), seguida da opção *Contacto com novas pessoas* com 20,70 % (N= 34) são as opções mais apontadas.

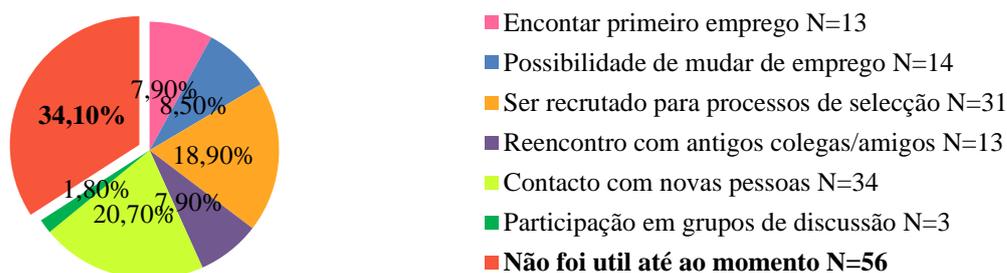


Gráfico 12. Representação gráfica da principal vantagem de ter perfil profissional online

É necessário salientar que na segunda opção mais escolhida *Contacto com novas pessoas* existe um elevado número de respostas provenientes dos alunos da Licenciatura de Turismo com 23,50 % (N=8) <sup>(29)</sup>. De quem referiu esta vantagem 58,80 % (N= 20) tem o objectivo de *Expansão da rede de contactos* <sup>(30)</sup>.

Na opção *Possibilidade de mudar de emprego* foi notória a adesão das pessoas com mais de 35 anos com respectivamente 42,90 % (N= 6) <sup>(31)</sup> e também as que desempenham uma função profissional em regime *full-time* com 50 % (N= 7) <sup>(32)</sup>.

<sup>26</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 26. Relação da variável objectivo com o género.

<sup>27</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 27. Relação da variável objectivo com o grau académico.

<sup>28</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 28. Relação da variável objectivo com a faixa etária.

<sup>29</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 29. Relação da variável vantagem com o curso.

<sup>30</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 30. Relação da variável vantagem com o objectivo.

<sup>31</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 31. Relação da variável vantagem com a faixa etária.

Um outro dado interessante de salientar é que todas as 13 pessoas que tiveram a vantagem de *Encontrar primeiro emprego* tinham como objectivo principal o de *Procura de emprego* <sup>(30)</sup>.

### Frequência de actualização

Na elaboração do questionário foi considerado importante validar a frequência com que as pessoas actualizavam o seu perfil profissional online. A opção mais apontada foi a *Pontualmente, apenas quando acrescento algo ao CV* com 41,50 % (N= 68), seguida da opção *Mensalmente* com 18,90 % (N= 31).

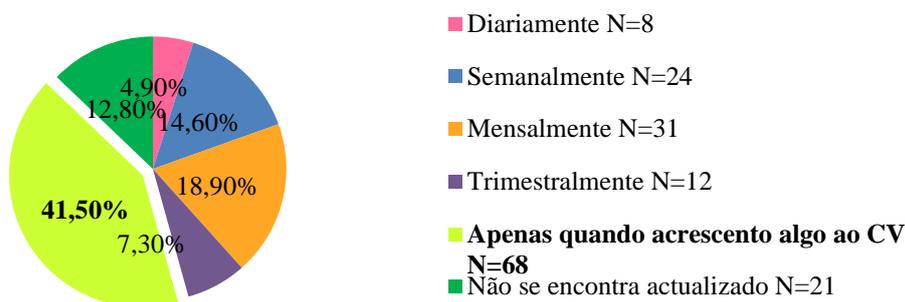


Gráfico 13. Representação gráfica da frequência com que actualizada o perfil profissional online

Todos os inquiridos que responderam *Diariamente* frequentam o grau académico Licenciatura <sup>(33)</sup>.

A maior parte das respostas que indicam que o *Perfil profissional não se encontra actualizado* são pessoas do sexo masculino, com uma percentagem de 66,60 % (N= 14) <sup>(34)</sup>.

Um dado curioso que foi possível concluir é que quem tem como objectivo *Procurar emprego* apenas actualiza o seu perfil profissional quando acrescenta algo de novo ao CV, o que em números se traduz numa percentagem de 38,10 % (N= 24) <sup>(35)</sup>.

### Frequência de contacto

Uma outra questão importante e interessante para ser analisada é a frequência com que as pessoas são contactadas. E neste aspecto as respostas foram maioritariamente na opção *Nunca houve qualquer contacto* com 53,70 % (N= 88).

<sup>32</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 32. Relação da variável vantagem com actividade laboral.

<sup>33</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 33. Relação da variável frequência actualização com o grau académico.

<sup>34</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 34. Relação da variável frequência actualização com o género.

<sup>35</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 35. Relação da variável frequência actualização com o objectivo.



Gráfico 14. Representação gráfica da frequência com que é contactado

A segunda opção mais identificada pelos participantes é a *Mensalmente*, e apesar de haver mais mulheres que homens na amostra recolhida, são os homens que nesta situação lideram com 57,10 % (N=16) contra os 42,90 % (N= 12) das mulheres <sup>(36)</sup>. Pode-se destacar também que 39,30 % (N= 11) definiram o seu objectivo como *Marketing Pessoal* <sup>(37)</sup> e que na grande maioria dos casos a vantagem obtida foi a de *Serem recrutados para processos de selecção* com 32,10 % (N= 9) <sup>(38)</sup>, no entanto 35,70 % (N= 10) actualizam o perfil profissional online de forma semanal <sup>(39)</sup>.

As pessoas que são *Semanalmente* contactadas apresentam um grande equilíbrio entre géneros, sendo 50 % para homens e 50 % para as mulheres (N= 8) <sup>(36)</sup>.

Contrariamente pode-se verificar que quem *Nunca foi contactado* também não apresentou nenhuma vantagem até ao momento 47,70 % (N= 42) <sup>(38)</sup>. Infelizmente foi notório que todos os participantes do Mestrado de Marketing que possuem perfil profissional online em qualquer uma das plataformas nunca foram contactados, 100 % (N= 8) <sup>(40)</sup>.

No que diz respeito à faixa etária, apurou-se que são os mais velhos os menos contactados, existindo uma diferença significativa, verificada através do Teste ANOVA:

<sup>36</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 36. Relação da variável frequência contacto com o género.

<sup>37</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 37. Relação da variável frequência contacto com o objectivo.

<sup>38</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 38. Relação da variável frequência contacto com a vantagem.

<sup>39</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 39. Relação da variável frequência contacto com a frequência actualização.

<sup>40</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 40. Relação da variável frequência contacto com o curso.

**Correlação**

		Frequência contactado	Faixa Etária
Frequência contactado	Pearson Correlation	1	-,174*
	Sig. (2-tailed)		,026
	N	164	164
Faixa Etária	Pearson Correlation	-,174*	1
	Sig. (2-tailed)	,026	
	N	164	223

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**ANOVA**

Frequência contactado

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23,701	3	7,900	3,370	,020
Within Groups	375,056	160	2,344		
Total	398,756	163			

No entanto, conseguiu-se apurar que existe um efeito cruzado entre a idade e o grau académico, relativamente à frequência de contacto. Resumindo, ser-se mais velho e com mestrado curiosamente diminui as hipóteses de contacto.

**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: Frequência contactado

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	295,006 <sup>a</sup>	115	2,565	1,187	,254
Intercept	516,126	1	516,126	238,786	,000
FrequenciaActualizaDados	39,013	5	7,803	3,610	,007
Idade	2,921	3	,974	,450	,718
Finalista	3,806	1	3,806	1,761	,191
Idade * Grau Académico	14,163	2	7,081	3,276	,046
Error	103,750	48	2,161		
Total	2638,000	164			
Corrected Total	398,756	163			

a. R Squared = ,740 (Adjusted R Squared = ,116)

Já relativamente à frequência de actualização dos dados foi possível verificar que quanto maior a frequência de actualização, maior a frequência de contactos, existindo portanto uma diferença significativa comprovada através do Teste do Chi-quadrado.

**Correlação**

		Frequência contactado	Frequência actualização
Frequência contactado	Pearson Correlation	1	,343**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	164	164
Frequência actualização	Pearson Correlation	,343**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	164	164

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53,169 <sup>a</sup>	20	,000
Likelihood Ratio	57,790	20	,000
Linear-by-Linear Association	19,137	1	,000
N of Valid Cases	164		

a. 21 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

Foi igualmente possível observar que quem mais actualiza os seus dados é quem mais importância dá a estas plataformas.

**Correlação**

		Frequência actualização	Importância da utilização
Frequência actualização	Pearson Correlation	1	-,156*
	Sig. (2-tailed)		,046
	N	164	164
Importância da utilização	Pearson Correlation	-,156*	1
	Sig. (2-tailed)	,046	
	N	164	223

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Quem tem mais valias em ter perfil profissional online

Uma das últimas questões que foi colocada aos inquiridos dizia respeito a quem teria mais proveito ou teria mais vantagens na utilização destas plataformas para divulgar de informação profissional. Dos 223 participantes que responderam a esta questão, 60,50% (N= 135) afirmaram que estas plataformas seriam provavelmente mais indicadas/proveitosas para *Todas as pessoas que se encontrem e queiram entrar no mercado de trabalho*.

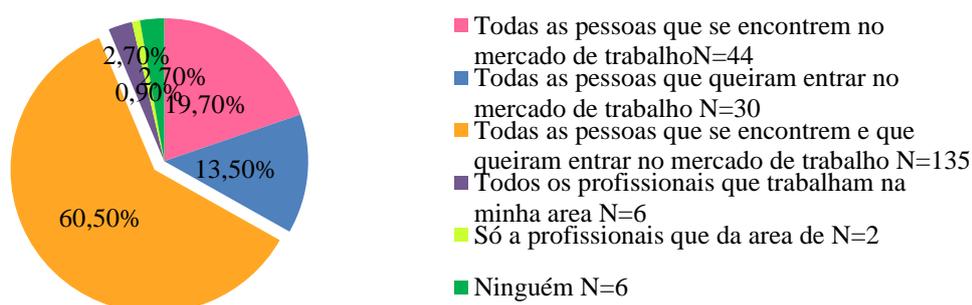


Gráfico 15. Representação gráfica da opinião quem é que mais valia ter perfil profissional online

Em todas as respostas nota-se que o género é bastante equilibrado, não existindo portanto qualquer diferenciação notória neste aspecto <sup>(41)</sup>.

Relativamente às pessoas que responderam *Ninguém* foi possível verificar que foram apenas os alunos de Licenciatura <sup>(42)</sup>, que todos sem excepção desempenham uma actividade profissional em regime *full-time* <sup>(43)</sup> e que curiosamente destas 6 pessoas, 3 não possuem perfil profissional em nenhuma plataforma online.

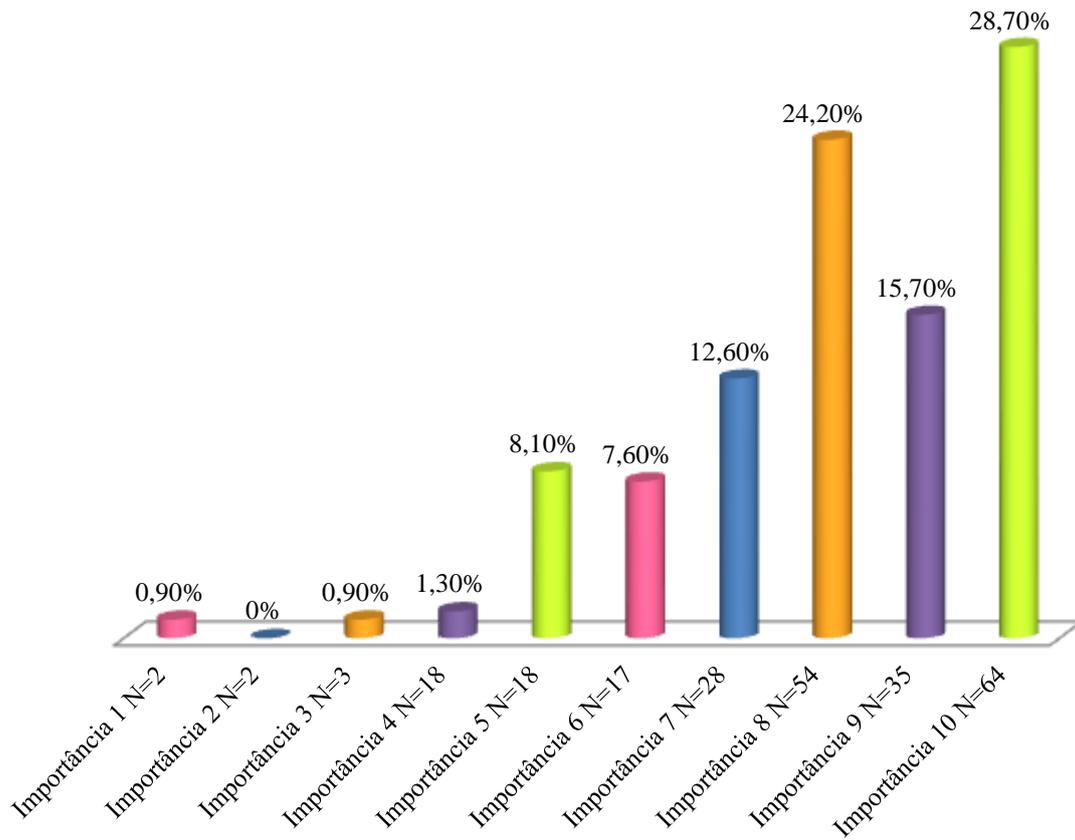
### Importância atribuída

Por último, foi questionada a importância da utilização de plataformas de recrutamento online consoante o curso em que se encontram. Em que o valor da *Nota 1* significava que não concordava com a importância e *10* concordava plenamente. O maior pico de respostas obteve-se na *Nota 10*, com 28,70% (N=64), sendo que a média destas respostas se estabelece pelo valor 8,05.

<sup>41</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 41. Relação da variável mais valias com o género.

<sup>42</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 42. Relação da variável mais valias com o grau académico.

<sup>43</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 43. Relação da variável mais valias com a actividade laboral.



**Gráfico 16. Representação gráfica da opinião da importância de usar plataformas de recrutamento online**

É possível verificar algumas particularidades interessantes, nomeadamente: As notas mais baixas, *Nota 1* e *Nota 3* foram todas atribuídas pelo sexo masculino. Foram as mulheres que atribuíram mais a *Nota Máxima* com 64,10 % (N= 41) contra 35,90 % (N= 23) de homens <sup>(44)</sup>, verificado de seguida a existência de correlação entre as variáveis:

		Correlação	
		Importância da utilização	Genero
Importância da utilização	Pearson Correlation	1	-,142*
	Sig. (2-tailed)		,034
	N	223	223
Genero	Pearson Correlation	-,142*	1
	Sig. (2-tailed)	,034	
	N	223	223

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

<sup>44</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 44. Relação da variável importância com o género.

Não sendo, no entanto, nada de significativo como foi possível observar quando se relacionou a importância da utilização das plataformas com o género, através do T-Test:

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Importância da utilização	Equal variances assumed	3,800	,053	2,137	221	,034	,530	,248	,041	1,019	
	Equal variances not assumed			2,036	158,456	,043	,530	,260	,016	1,044	

A nota mínima (*Nota 1*) foi dada por apenas 2 pessoas que neste momento não desempenham qualquer actividade profissional, mas que já desempenharam em regime *full-time* <sup>(45)</sup>.

De todos os cursos a Licenciatura de Gestão Hoteleira foi quem mais atribuiu a *Nota 10* de importância às redes sociais de recrutamento online com uma percentagem de 33,30 % <sup>(46)</sup>, e verifica-se também que 35,90 % (N= 23) desempenham actividade laboral em regime *full-time* <sup>(45)</sup>.

Recorrendo ao Teste das Correlações foi notória a correlação existente entre quem Conhece e tem perfil no LinkedIn e quem dá mais importância à utilização das plataformas de recrutamento online.

		Correlação	
		LinkedIn	Importância da utilização
LinkedIn	Pearson Correlation	1	,140*
	Sig. (2-tailed)		,036
	N	223	223
Importância da utilização	Pearson Correlation	,140*	1
	Sig. (2-tailed)	,036	
	N	223	223

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

<sup>45</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 45. Relação da variável importância com a actividade laboral.

<sup>46</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 46. Relação da variável importância com o curso.

No que diz respeito ao tentar perceber a importância atribuída às plataformas, foi possível verificar que a mesma estaria relacionada com o curso. Para o efeito e devido à escala inicial ser demasiado extensa, optou-se por dividir a mesma em 3 intervalos: Pouca importância (1-4); Importância moderada (5 – 7); Elevada Importância (8 – 10), tentou-se então verificar com esta escala se haveria alguma turma que destacasse a importância dada às plataformas, o que se comprovou não acontecer pois todas as turmas de um modo geral dão uma importância elevada à utilização destas plataformas.

(47)

---

<sup>47</sup> Verificar no capítulo Apêndices - Quadro 47. Relação da variável importância 2 com o curso

## Conclusões

Ainda antes de dar início às conclusões é importante referir e reconhecer algumas limitações que este estudo de investigação sofreu. Por um lado, devido ao facto de se tratar de uma investigação elaborada através de um questionário com questões maioritariamente fechadas, tornou-se mais fácil a aplicação de análises estatísticas, uma análise de dados mais sofisticada e também contribuiu para que todos os inquiridos respondessem à mesma pergunta sem outras interpretações (Foddym 1996; Hill, 200; Tuckman 2002), por outro lado, o facto de se tratar de questões fechadas leva a que as respostas conduzam a conclusões demasiado simples, podendo considerar-se a informação como sendo pouco rica (Foddym 1996; Hill, 200; Tuckman 2002).

Uma outra referência com forte conotação é o facto de esta temática não ter hipóteses de investigação, por se tratar de um tema ainda inovador e pouco explorado, não existindo portanto muitas referências bibliográficas que ajudem na elaboração de hipóteses de investigação, pelo que foi necessário avaliar todas as variáveis entre si e tentar verificar relações e diferenças significativas entre elas.

Por último, um aspecto que também não facilitou a tarefa de conclusão da análise dos dados foi o facto de a amostra ser demasiado pequena face à diversidade de áreas profissionais existente. Uma recomendação para um próximo estudo seria alargar a população alvo, no meu caso foram apenas os alunos da Universidade Europeia, seria interessante aumentar o número de participantes de forma a ajudar assim numa melhor e mais completa interpretação e análise dos dados, podendo até incluir os alunos de Doutoramento, para verificar se a percepção destes é ou não distinta dos de Licenciatura e Mestrado. Neste caso concreto, contou-se com a participação de 95 mulheres e 69 homens que possuem perfil profissional online.

Apresentadas as limitações e sugestões para próximos estudos passa-se então à fase de apresentação de resultados e/ou respectivas conclusões.

Foi possível concluir que no geral existe a tendência para que o sexo masculino seja o mais dominante nas faixas etárias mais altas, ainda que em termos de género não exista nenhuma diferença significativa entre a utilização das plataformas de divulgação de perfil profissional online.

Quanto a plataformas de recrutamento online foi possível constatar que a mais conhecida para o efeito de procura de emprego e/ou promoção profissional é o LinkedIn, sendo também a mais utilizada. Quem conhece e tem LinkedIn dá maior importância à utilização das plataformas de recrutamento online.

No que diz respeito ao contacto, verificou-se que os mais velhos são os menos contactados, existindo uma diferença significativa neste aspecto. No entanto, conseguiu-se ainda apurar que existe um efeito cruzado entre a idade e o grau académico, podendo-se constatar que ser-se mais velho e com mestrado diminui as hipóteses de contacto.

Já relativamente à frequência de actualização dos dados foi possível verificar que quanto maior a frequência de actualização, maior a frequência de contactos, existindo portanto uma diferença significativa comprovada através do teste do chi-quadrado. Foi também possível observar que quem mais actualiza os dados é quem mais importância dá a estas plataformas.

No que concerne ao tentar perceber a importância dada às plataformas, foi possível verificar que a mesma estaria relacionada com o curso. Tentou-se então verificar se haveria alguma turma que destacasse a importância dada às plataformas, o que se comprovou não acontecer pois todas as turmas de um modo geral dão uma importância elevada à utilização destas plataformas.

Relativamente ao género, concluiu-se que é o sexo feminino quem mais importância dá às plataformas de recrutamento online, não sendo no entanto nada de significativo.

De salientar que das 64 pessoas que consideram muito importante ter e utilizar plataformas de recrutamento online, dando a nota máxima possível, 16 delas não possuem qualquer perfil profissional online. Este dado pode ser explicado através de uma análise mais directa aos s efectuados, onde se encontram como justificações de não ter perfil profissional online o facto de “*Ser estudante a tempo inteiro*”; “*Ainda não foi necessário*”; “*Porque neste momento não tenho um CV forte para apresentar*”; “*Ainda não ter tido tempo*”.

## **Bibliografia**

Livros:

BASTOS, A. e SANTOS, M.. - **Redes sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional.** - Revista de Administração de Empresas, Jul/Set 2007, pp.27-40

CAMARA, Pedro et al. - **Novo Humanator: Recursos Humanos e Sucesso Empresarial.** 4ª Edição. - Alfragide: Dom Quixote, 2010

CARAMEZ, R. Pedro. - **Como ter Sucesso no LinkedIn.** - Lisboa: PACTOR, 2013

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: O capital humano nas organizações.** Elsevier: São Paulo, 2009.

GOMES, J. F., CUNHA, M. P., REGO, A., CUNHA, R. C., CARDOSO, C. C., MARQUES,

C. A. - **Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano.** - Lisboa: Edições Sílabo, 2008

Teses:

ABEL, Sandra. - **The role of Social Networking Sites in recruitment: Results of a quantitative study among German companies.** - Master Thesis: University of Twente, [Online], 2011. - Disponível em [http://essay.utwente.nl/61154/1/MSc\\_S\\_Abel.pdf](http://essay.utwente.nl/61154/1/MSc_S_Abel.pdf)

GOMES, Ana Filipa Pinho. - **Recrutamento nas Redes Sociais On-line** - Tese Mestrado: Gestão de Recursos Humanos: ISEG. - [Online]. 2011, Disponível em <http://hdl.handle.net/10400.5/3394>

MAGALHÃES, Tiago A. Concha Morgado Gonçalves. – **Automatização do Processo de Recrutamento e Resposta a Oportunidades Comerciais** – Tese Mestrado: Engenharia Informática e de Computadores: Instituto Superior Técnico. – [Online]. Disponível em <https://dspace.ist.utl.pt/bitstream/2295/149445/1/AutProcRecRespOportComerc.pdf>

Sites:

[http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc\\_cad=2ujgcjsg7\\_](http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=2ujgcjsg7_), Acesso em Setembro 2013

[http://www.iefp.pt/iefp/publicacoes/Dirigir/Documents/2010/DIRIGIR\\_111.pdf](http://www.iefp.pt/iefp/publicacoes/Dirigir/Documents/2010/DIRIGIR_111.pdf),

Acesso em Setembro 2013

<http://www.shrm.org/education/hrededucation/documents/recruitment%20and%20selection%20im.pdf>, Acesso em Setembro 2013

[http://www.strategichrinc.com/articles/art\\_recruit.htm](http://www.strategichrinc.com/articles/art_recruit.htm), Acesso em Setembro 2013

<http://hr.ucr.edu/recruitment/guidelines/process.html>, Acesso em Setembro 2013

<http://pt.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, Acesso em Setembro 2013

<http://www.oficinadanet.com.br/artigo/internet/o-que-e-o-linkedin#ixzz2pd5DFQGA>,

Acesso em Setembro 2013

<http://kazexchange.wordpress.com/2011/03/16/linkedins10rules/>, Acesso em Setembro 2013

<http://pt.wikipedia.org/wiki/SPSS>. Acesso em Dezembro 2013

## Apêndices

**Género \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Feminino	Count	88	23	10	12	133
	% within Género	66,2%	17,3%	7,5%	9,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	68,2%	56,1%	58,8%	33,3%	59,6%
Masculino	Count	41	18	7	24	90
	% within Género	45,6%	20,0%	7,8%	26,7%	100,0%
	% within Faixa Etária	31,8%	43,9%	41,2%	66,7%	40,4%
Total	Count	129	41	17	36	223
	% within Género	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 1. Relação da variável género com a faixa etária**

**Grau Académico \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Licenciatura	Count	113	32	11	29	185
	% within Grau Académico	61,1%	17,3%	5,9%	15,7%	100,0%
	% within Faixa Etária	87,6%	78,0%	64,7%	80,6%	83,0%
Mestrado	Count	16	9	6	7	38
	% within Grau Académico	42,1%	23,7%	15,8%	18,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	12,4%	22,0%	35,3%	19,4%	17,0%
Total	Count	129	41	17	36	223
	% within Grau Académico	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 2. Relação da variável grau académico com a faixa etária**

**Curso \* Género**

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Licenciatura Gestão de Empresas	15	13	28
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	15	7	22
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	1	7	8
Licenciatura Gestão Hoteleira	18	9	27
Licenciatura Informática	4	10	14
Licenciatura Marketing	27	14	41
Licenciatura Secretariado	7	0	7
Licenciatura Sistemas de Informação	0	6	6
Licenciatura Turismo	22	10	32
Mestrado Empreendedorismo	2	6	8
Mestrado Estratégia Empresarial	3	4	7
Mestrado Gestão Recursos Humanos	12	1	13
Mestrado Marketing	7	3	10
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>90</b>	<b>223</b>

**Quadro 3. Relação da variável curso com o género**

**Actividade Laboral \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Sim, regime Part-time	Count	27	9	1	4	41
	% within Actividade Laboral	65,9%	22,0%	2,4%	9,8%	100,0%
	% within Faixa Etária	20,9%	22,0%	5,9%	11,1%	18,4%
Sim, regime Full-time	Count	14	19	13	25	71
	% within Actividade Laboral	19,7%	26,8%	18,3%	35,2%	100,0%
	% within Faixa Etária	10,9%	46,3%	76,5%	69,4%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	33	1	0	0	34
	% within Actividade Laboral	97,1%	2,9%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	25,6%	2,4%	0,0%	0,0%	15,2%
Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Count	17	9	3	7	36
	% within Actividade Laboral	47,2%	25,0%	8,3%	19,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	13,2%	22,0%	17,6%	19,4%	16,1%
Nunca desempenhei actividade laboral	Count	38	3	0	0	41
	% within Actividade Laboral	92,7%	7,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	29,5%	7,3%	0,0%	0,0%	18,4%
<b>Total</b>	Count	129	41	17	36	223
	% within Actividade Laboral	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 4. Relação da variável actividade laboral com a faixa etária**

**Actividade Laboral \* Grau Académico**

		Finalista		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Sim, regime Part-time	Count	34	7	41
	% within Actividade Laboral	82,9%	17,1%	100,0%
	% within Grau Académico	18,4%	18,4%	18,4%
Sim, regime Full-time	Count	53	18	71
	% within Actividade Laboral	74,6%	25,4%	100,0%
	% within Grau Académico	28,6%	47,4%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	31	3	34
	% within Actividade Laboral	91,2%	8,8%	100,0%
	% within Grau Académico	16,8%	7,9%	15,2%
Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Count	30	6	36
	% within Actividade Laboral	83,3%	16,7%	100,0%
	% within Grau Académico	16,2%	15,8%	16,1%
Nunca desempenhei actividade laboral	Count	37	4	41
	% within Actividade Laboral	90,2%	9,8%	100,0%
	% within Grau Académico	20,0%	10,5%	18,4%
Total	Count	185	38	223
	% within Actividade Laboral	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 5. Relação da variável actividade laboral com o grau académico**

**Actividade Laboral \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Sim, regime Part-time	Count	28	13	41
	% within Actividade Laboral	68,3%	31,7%	100,0%
	% within Género	21,1%	14,4%	18,4%
Sim, regime Full-time	Count	34	37	71
	% within Actividade Laboral	47,9%	52,1%	100,0%
	% within Género	25,6%	41,1%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	22	12	34
	% within Actividade Laboral	64,7%	35,3%	100,0%
	% within Género	16,5%	13,3%	15,2%
Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Count	20	16	36
	% within Actividade Laboral	55,6%	44,4%	100,0%
	% within Género	15,0%	17,8%	16,1%
Nunca desempenhei actividade laboral	Count	29	12	41
	% within Actividade Laboral	70,7%	29,3%	100,0%
	% within Género	21,8%	13,3%	18,4%
Total	Count	133	90	223
	% within Actividade Laboral	59,6%	40,4%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 6. Relação da variável actividade laboral com o género**

**LinkedIn \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Não conhece	Count	3	3	0	1	7
	% within LinkedIn	42,9%	42,9%	0,0%	14,3%	100,0%
	% within Faixa Etária	2,3%	7,3%	0,0%	2,8%	3,1%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	47	8	3	9	67
	% within LinkedIn	70,1%	11,9%	4,5%	13,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	36,4%	19,5%	17,6%	25,0%	30,0%
Conhece e tem perfil profissional	Count	79	30	14	26	149
	% within LinkedIn	53,0%	20,1%	9,4%	17,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	61,2%	73,2%	82,4%	72,2%	66,8%
Total	Count	129	41	17	36	223
	% within LinkedIn	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 7. Relação da variável LinkedIn com a faixa etária**

Curso \* LinkedIn

		LinkedIn			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Licenciatura Gestão de Empresas	Count	4	6	18	28
	% within Curso	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%
	% within LinkedIn	57,1%	9,0%	12,1%	12,6%
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	Count	1	12	9	22
	% within Curso	4,5%	54,5%	40,9%	100,0%
	% within LinkedIn	14,3%	17,9%	6,0%	9,9%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	0	2	6	8
	% within Curso	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	3,0%	4,0%	3,6%
Licenciatura Gestão Hoteleira	Count	1	6	20	27
	% within Curso	3,7%	22,2%	74,1%	100,0%
	% within LinkedIn	14,3%	9,0%	13,4%	12,1%
Licenciatura Informática	Count	0	3	11	14
	% within Curso	0,0%	21,4%	78,6%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	4,5%	7,4%	6,3%
Licenciatura Marketing	Count	0	19	22	41
	% within Curso	0,0%	46,3%	53,7%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	28,4%	14,8%	18,4%
Licenciatura Secretariado	Count	0	1	6	7
	% within Curso	0,0%	14,3%	85,7%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	1,5%	4,0%	3,1%
Licenciatura Sistemas de Informação	Count	0	2	4	6
	% within Curso	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	3,0%	2,7%	2,7%
Licenciatura Turismo	Count	1	7	24	32
	% within Curso	3,1%	21,9%	75,0%	100,0%
	% within LinkedIn	14,3%	10,4%	16,1%	14,3%
Mestrado Empreendedorismo	Count	0	4	4	8
	% within Curso	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	6,0%	2,7%	3,6%
Mestrado Estratégia Empresarial	Count	0	1	6	7
	% within Curso	0,0%	14,3%	85,7%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	1,5%	4,0%	3,1%
Mestrado Gestão Recursos Humanos	Count	0	1	12	13
	% within Curso	0,0%	7,7%	92,3%	100,0%

	% within LinkedIn	0,0%	1,5%	8,1%	5,8%
	Count	0	3	7	10
Mestrado Marketing	% within Curso	0,0%	30,0%	70,0%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	4,5%	4,7%	4,5%
	Count	7	67	149	223
Total	% within Curso	3,1%	30,0%	66,8%	100,0%
	% within LinkedIn	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 8. Relação da variável LinkedIn com o curso**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Não conhece	Count	7	0	7
	% within LinkedIn	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau Académico	3,8%	0,0%	3,1%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	58	9	67
	% within LinkedIn	86,6%	13,4%	100,0%
	% within Grau Académico	31,4%	23,7%	30,0%
Conhece e tem perfil profissional	Count	120	29	149
	% within LinkedIn	80,5%	19,5%	100,0%
	% within Grau Académico	64,9%	76,3%	66,8%
Total	Count	185	38	223
	% within LinkedIn	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 9. Relação da variável LinkedIn com o grau académico**

		LinkedIn			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Sim, regime Part-time	Count	4	15	22	41
	% within Actividade Laboral	9,8%	36,6%	53,7%	100,0%
	% within LinkedIn	57,1%	22,4%	14,8%	18,4%
Sim, regime Full-time	Count	1	14	56	71
	% within Actividade Laboral	1,4%	19,7%	78,9%	100,0%
	% within LinkedIn	14,3%	20,9%	37,6%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	0	14	20	34
	% within Actividade Laboral	0,0%	41,2%	58,8%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	20,9%	13,4%	15,2%

Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Count	0	8	28	36
	% within Actividade Laboral	0,0%	22,2%	77,8%	100,0%
	% within LinkedIn	0,0%	11,9%	18,8%	16,1%
Nunca desempenhei actividade laboral	Count	2	16	23	41
	% within Actividade Laboral	4,9%	39,0%	56,1%	100,0%
	% within LinkedIn	28,6%	23,9%	15,4%	18,4%
Total	Count	7	67	149	223
	% within Actividade Laboral	3,1%	30,0%	66,8%	100,0%
	% within LinkedIn	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 10. Relação da variável LinkedIn com a actividade laboral**

**Curso \* Europass**

		Europass			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Licenciatura Gestão de Empresas	Count	7	9	12	28
	% within Curso	25,0%	32,1%	42,9%	100,0%
	% within Europass	12,1%	9,1%	18,2%	12,6%
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	Count	5	14	3	22
	% within Curso	22,7%	63,6%	13,6%	100,0%
	% within Europass	8,6%	14,1%	4,5%	9,9%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	3	3	2	8
	% within Curso	37,5%	37,5%	25,0%	100,0%
	% within Europass	5,2%	3,0%	3,0%	3,6%
Licenciatura Gestão Hoteleira	Count	7	9	11	27
	% within Curso	25,9%	33,3%	40,7%	100,0%
	% within Europass	12,1%	9,1%	16,7%	12,1%
Licenciatura Informática	Count	3	8	3	14
	% within Curso	21,4%	57,1%	21,4%	100,0%
	% within Europass	5,2%	8,1%	4,5%	6,3%
Licenciatura Marketing	Count	9	22	10	41
	% within Curso	22,0%	53,7%	24,4%	100,0%
	% within Europass	15,5%	22,2%	15,2%	18,4%
Licenciatura Secretariado	Count	1	5	1	7
	% within Curso	14,3%	71,4%	14,3%	100,0%
	% within Europass	1,7%	5,1%	1,5%	3,1%
Licenciatura Sistemas de Informação	Count	2	3	1	6
	% within Curso	33,3%	50,0%	16,7%	100,0%
	% within Europass	3,4%	3,0%	1,5%	2,7%
Licenciatura Turismo	Count	11	12	9	32

	% within Curso	34,4%	37,5%	28,1%	100,0%
	% within Europass	19,0%	12,1%	13,6%	14,3%
	Count	1	4	3	8
Mestrado Empreendedorismo	% within Curso	12,5%	50,0%	37,5%	100,0%
	% within Europass	1,7%	4,0%	4,5%	3,6%
	Count	2	3	2	7
Mestrado Estratégia Empresarial	% within Curso	28,6%	42,9%	28,6%	100,0%
	% within Europass	3,4%	3,0%	3,0%	3,1%
	Count	5	2	6	13
Mestrado Gestão Recursos Humanos	% within Curso	38,5%	15,4%	46,2%	100,0%
	% within Europass	8,6%	2,0%	9,1%	5,8%
	Count	2	5	3	10
Mestrado Marketing	% within Curso	20,0%	50,0%	30,0%	100,0%
	% within Europass	3,4%	5,1%	4,5%	4,5%
	Count	58	99	66	223
Total	% within Curso	26,0%	44,4%	29,6%	100,0%
	% within Europass	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 11. Relação da variável Europass com o curso**

**Europass \* Grau Académico**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Não conhece	Count	48	10	58
	% within Europass	82,8%	17,2%	100,0%
	% within Grau Académico	25,9%	26,3%	26,0%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	85	14	99
	% within Europass	85,9%	14,1%	100,0%
	% within Grau Académico	45,9%	36,8%	44,4%
Conhece e tem perfil profissional	Count	52	14	66
	% within Europass	78,8%	21,2%	100,0%
	% within Grau Académico	28,1%	36,8%	29,6%
Total	Count	185	38	223
	% within Europass	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 12. Relação da variável Europass com o grau académico**

**Actividade Laboral \* Europass**

		Europass			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Sim, regime Part-time	Count	8	24	9	41
	% within Actividade Laboral	19,5%	58,5%	22,0%	100,0%
	% within Europass	13,8%	24,2%	13,6%	18,4%
Sim, regime Full-time	Count	15	33	23	71
	% within Actividade Laboral	21,1%	46,5%	32,4%	100,0%
	% within Europass	25,9%	33,3%	34,8%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	8	13	13	34
	% within Actividade Laboral	23,5%	38,2%	38,2%	100,0%
	% within Europass	13,8%	13,1%	19,7%	15,2%
Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Count	14	11	11	36
	% within Actividade Laboral	38,9%	30,6%	30,6%	100,0%
	% within Europass	24,1%	11,1%	16,7%	16,1%
Nunca desempenhei actividade laboral	Count	13	18	10	41
	% within Actividade Laboral	31,7%	43,9%	24,4%	100,0%
	% within Europass	22,4%	18,2%	15,2%	18,4%
Total	Count	58	99	66	223
	% within Actividade Laboral	26,0%	44,4%	29,6%	100,0%
	% within Europass	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 13. Relação da variável Europass com a actividade laboral**

**Monster \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Não conhece	Count	110	70	180
	% within Monster	61,1%	38,9%	100,0%
	% within Género	82,7%	77,8%	80,7%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	23	19	42
	% within Monster	54,8%	45,2%	100,0%
	% within Género	17,3%	21,1%	18,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	0	1	1
	% within Monster	0,0%	100,0%	100,0%
	% within Género	0,0%	1,1%	0,4%
Total	Count	133	90	223
	% within Monster	59,6%	40,4%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 14. Relação da variável Monster com o género**

**Monster \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Não conhece	Count	111	33	12	24	180
	% within Monster	61,7%	18,3%	6,7%	13,3%	100,0%
	% within Faixa Etária	86,0%	80,5%	70,6%	66,7%	80,7%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	17	8	5	12	42
	% within Monster	40,5%	19,0%	11,9%	28,6%	100,0%
	% within Faixa Etária	13,2%	19,5%	29,4%	33,3%	18,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	1	0	0	0	1
	% within Monster	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Total	Count	129	41	17	36	223
	% within Monster	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 15. Relação da variável Monster com a faixa etária**

**Curso \* Monster**

		Monster			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Licenciatura Gestão de Empresas	Count	24	3	1	28
	% within Curso	85,7%	10,7%	3,6%	100,0%
	% within Monster	13,3%	7,1%	100,0%	12,6%
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	Count	20	2	0	22
	% within Curso	90,9%	9,1%	0,0%	100,0%
	% within Monster	11,1%	4,8%	0,0%	9,9%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	6	2	0	8
	% within Curso	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	% within Monster	3,3%	4,8%	0,0%	3,6%
Licenciatura Gestão Hoteleira	Count	26	1	0	27
	% within Curso	96,3%	3,7%	0,0%	100,0%
	% within Monster	14,4%	2,4%	0,0%	12,1%
Licenciatura Informática	Count	8	6	0	14
	% within Curso	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
	% within Monster	4,4%	14,3%	0,0%	6,3%
Licenciatura Marketing	Count	35	6	0	41
	% within Curso	85,4%	14,6%	0,0%	100,0%
	% within Monster	19,4%	14,3%	0,0%	18,4%

	Count	5	2	0	7
Licenciatura Secretariado	% within Curso	71,4%	28,6%	0,0%	100,0%
	% within Monster	2,8%	4,8%	0,0%	3,1%
	Count	4	2	0	6
Licenciatura Sistemas de Informação	% within Curso	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
	% within Monster	2,2%	4,8%	0,0%	2,7%
	Count	28	4	0	32
Licenciatura Turismo	% within Curso	87,5%	12,5%	0,0%	100,0%
	% within Monster	15,6%	9,5%	0,0%	14,3%
	Count	3	5	0	8
Mestrado Empreendedorismo	% within Curso	37,5%	62,5%	0,0%	100,0%
	% within Monster	1,7%	11,9%	0,0%	3,6%
	Count	5	2	0	7
Mestrado Estratégia Empresarial	% within Curso	71,4%	28,6%	0,0%	100,0%
	% within Monster	2,8%	4,8%	0,0%	3,1%
	Count	12	1	0	13
Mestrado Gestão Recursos Humanos	% within Curso	92,3%	7,7%	0,0%	100,0%
	% within Monster	6,7%	2,4%	0,0%	5,8%
	Count	4	6	0	10
Mestrado Marketing	% within Curso	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	% within Monster	2,2%	14,3%	0,0%	4,5%
	Count	180	42	1	223
Total	% within Curso	80,7%	18,8%	0,4%	100,0%
	% within Monster	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 16. Relação da variável Monster com o curso**

**Actividade Laboral \* Monster**

		Monster			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
	Count	33	8	0	41
Sim, regime Part-time	% within Actividade Laboral	80,5%	19,5%	0,0%	100,0%
	% within Monster	18,3%	19,0%	0,0%	18,4%
	Count	50	21	0	71
Sim, regime Full-time	% within Actividade Laboral	70,4%	29,6%	0,0%	100,0%
	% within Monster	27,8%	50,0%	0,0%	31,8%
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Count	31	3	0	34
	% within Actividade Laboral	91,2%	8,8%	0,0%	100,0%
	% within Monster	17,2%	7,1%	0,0%	15,2%

Não, mas já	Count	30	6	0	36
desempenhei em	% within Actividade Laboral	83,3%	16,7%	0,0%	100,0%
regime Full-time	% within Monster	16,7%	14,3%	0,0%	16,1%
Nunca desempenhei	Count	36	4	1	41
atividade laboral	% within Actividade Laboral	87,8%	9,8%	2,4%	100,0%
	% within Monster	20,0%	9,5%	100,0%	18,4%
	Count	180	42	1	223
Total	% within Actividade Laboral	80,7%	18,8%	0,4%	100,0%
	% within Monster	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 17. Relação da variável Monster com a actividade laboral**

**Monster \* Grau Académico**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Não conhece	Count	156	24	180
	% within Monster	86,7%	13,3%	100,0%
	% within Grau Académico	84,3%	63,2%	80,7%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	28	14	42
	% within Monster	66,7%	33,3%	100,0%
	% within Grau Académico	15,1%	36,8%	18,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	1	0	1
	% within Monster	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau Académico	0,5%	0,0%	0,4%
Total	Count	185	38	223
	% within Monster	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 18. Relação da variável Monster com o grau académico**

**Outra \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Não conhece	Count	121	85	206
	% within Outra	58,7%	41,3%	100,0%
	% within Género	91,0%	94,4%	92,4%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	3	1	4
	% within Outra	75,0%	25,0%	100,0%
	% within Género	2,3%	1,1%	1,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	9	4	13
	% within Outra	69,2%	30,8%	100,0%
	% within Género	6,8%	4,4%	5,8%

	Count	133	90	223
Total	% within Outra	59,6%	40,4%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 19. Relação da variável Outra com o género**

**Outra \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Não conhece	Count	120	37	17	32	206
	% within Outra	58,3%	18,0%	8,3%	15,5%	100,0%
	% within Faixa Etária	93,0%	90,2%	100,0%	88,9%	92,4%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	1	1	0	2	4
	% within Outra	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	0,8%	2,4%	0,0%	5,6%	1,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	8	3	0	2	13
	% within Outra	61,5%	23,1%	0,0%	15,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	6,2%	7,3%	0,0%	5,6%	5,8%
Total	Count	129	41	17	36	223
	% within Outra	57,8%	18,4%	7,6%	16,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 20. Relação da variável Outra com a faixa etária**

**Outra \* Grau Académico**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Não conhece	Count	174	32	206
	% within Outra	84,5%	15,5%	100,0%
	% within Grau Académico	94,1%	84,2%	92,4%
Conhece mas não tem perfil profissional	Count	1	3	4
	% within Outra	25,0%	75,0%	100,0%
	% within Grau Académico	0,5%	7,9%	1,8%
Conhece e tem perfil profissional	Count	10	3	13
	% within Outra	76,9%	23,1%	100,0%
	% within Grau Académico	5,4%	7,9%	5,8%
Total	Count	185	38	223
	% within Outra	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 21. Relação da variável Outra com o grau académico**

Curso \* Outra

		Outra			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
Licenciatura Gestão de Empresas	Count	28	0	0	28
	% within Curso	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	13,6%	0,0%	0,0%	12,6%
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	Count	20	1	1	22
	% within Curso	90,9%	4,5%	4,5%	100,0%
	% within Outra	9,7%	25,0%	7,7%	9,9%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	8	0	0	8
	% within Curso	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	3,9%	0,0%	0,0%	3,6%
Licenciatura Gestão Hoteleira	Count	22	0	5	27
	% within Curso	81,5%	0,0%	18,5%	100,0%
	% within Outra	10,7%	0,0%	38,5%	12,1%
Licenciatura Informática	Count	14	0	0	14
	% within Curso	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	6,8%	0,0%	0,0%	6,3%
Licenciatura Marketing	Count	40	0	1	41
	% within Curso	97,6%	0,0%	2,4%	100,0%
	% within Outra	19,4%	0,0%	7,7%	18,4%
Licenciatura Secretariado	Count	7	0	0	7
	% within Curso	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	3,4%	0,0%	0,0%	3,1%
Licenciatura Sistemas de Informação	Count	6	0	0	6
	% within Curso	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	2,9%	0,0%	0,0%	2,7%
Licenciatura Turismo	Count	29	0	3	32
	% within Curso	90,6%	0,0%	9,4%	100,0%
	% within Outra	14,1%	0,0%	23,1%	14,3%
Mestrado Empreendedorismo	Count	7	1	0	8
	% within Curso	87,5%	12,5%	0,0%	100,0%
	% within Outra	3,4%	25,0%	0,0%	3,6%
Mestrado Estratégia Empresarial	Count	6	1	0	7
	% within Curso	85,7%	14,3%	0,0%	100,0%
	% within Outra	2,9%	25,0%	0,0%	3,1%
Mestrado Gestão Recursos Humanos	Count	10	1	2	13
	% within Curso	76,9%	7,7%	15,4%	100,0%
	% within Outra	4,9%	25,0%	15,4%	5,8%

	Count	9	0	1	10
Mestrado Marketing	% within Curso	90,0%	0,0%	10,0%	100,0%
	% within Outra	4,4%	0,0%	7,7%	4,5%
	Count	206	4	13	223
Total	% within Curso	92,4%	1,8%	5,8%	100,0%
	% within Outra	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 22. Relação da variável Outra com o curso**

		Outra			Total
		Não conhece	Conhece mas não tem perfil profissional	Conhece e tem perfil profissional	
	Count	37	0	4	41
Sim, regime Part-time	% within Actividade Laboral	90,2%	0,0%	9,8%	100,0%
	% within Outra	18,0%	0,0%	30,8%	18,4%
	Count	66	3	2	71
Sim, regime Full-time	% within Actividade Laboral	93,0%	4,2%	2,8%	100,0%
	% within Outra	32,0%	75,0%	15,4%	31,8%
	Count	30	0	4	34
Não, mas já desempenhei em regime Part-time	% within Actividade Laboral	88,2%	0,0%	11,8%	100,0%
	% within Outra	14,6%	0,0%	30,8%	15,2%
	Count	32	1	3	36
Não, mas já desempenhei em regime Full-time	% within Actividade Laboral	88,9%	2,8%	8,3%	100,0%
	% within Outra	15,5%	25,0%	23,1%	16,1%
	Count	41	0	0	41
Nunca desempenhei actividade laboral	% within Actividade Laboral	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Outra	19,9%	0,0%	0,0%	18,4%
	Count	206	4	13	223
Total	% within Actividade Laboral	92,4%	1,8%	5,8%	100,0%
	% within Outra	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 23. Relação da variável Outra com a actividade laboral**

		Objectivo de ter perfil					Total	
		Procura de emprego	Marketing pessoal	Expansão de rede de contactos	Participação de grupos de discussão	Ser Moda		Outra
	Count	15	3	4	0	1	0	23
Licenciatura Gestão de Empresas	% within Curso	65,2%	13,0%	17,4%	0,0%	4,3%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	23,8%	8,6%	7,4%	0,0%	16,7%	0,0%	14,0%
	Count	3	4	3	0	0	0	10

Recursos Humanos	% within Curso	30,0%	40,0%	30,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	4,8%	11,4%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	6,1%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	1	0	4	1	0	0	6
	% within Curso	16,7%	0,0%	66,7%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Licenciatura Gestão Hoteleira	% within Objectivo	1,6%	0,0%	7,4%	33,3%	0,0%	0,0%	3,7%
	Count	5	7	11	0	0	1	24
Licenciatura Informática	% within Curso	20,8%	29,2%	45,8%	0,0%	0,0%	4,2%	100,0%
	% within Objectivo	7,9%	20,0%	20,4%	0,0%	0,0%	33,3%	14,6%
Licenciatura Marketing	Count	0	4	7	0	0	0	11
	% within Curso	0,0%	36,4%	63,6%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Licenciatura Secretariado	% within Objectivo	0,0%	11,4%	13,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
	Count	10	7	8	0	0	0	25
Licenciatura Sistemas de Informação	% within Curso	40,0%	28,0%	32,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	15,9%	20,0%	14,8%	0,0%	0,0%	0,0%	15,2%
Licenciatura Turismo	Count	1	1	2	0	0	2	6
	% within Curso	16,7%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Mestrado Empreendedorismo	% within Objectivo	1,6%	2,9%	3,7%	0,0%	0,0%	66,7%	3,7%
	Count	1	1	0	0	2	0	4
Mestrado Estratégia Empresarial	% within Curso	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	1,6%	2,9%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	2,4%
Mestrado Gestão Recursos Humanos	Count	11	1	12	0	1	0	25
	% within Curso	44,0%	4,0%	48,0%	0,0%	4,0%	0,0%	100,0%
Mestrado Marketing	% within Objectivo	17,5%	2,9%	22,2%	0,0%	16,7%	0,0%	15,2%
	Count	2	1	0	1	0	0	4
Mestrado Marketing	% within Curso	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	3,2%	2,9%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	2,4%
Mestrado Marketing	Count	3	2	1	0	0	0	6
	% within Curso	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mestrado Marketing	% within Objectivo	4,8%	5,7%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%
	Count	6	3	0	1	2	0	12
Mestrado Marketing	% within Curso	50,0%	25,0%	0,0%	8,3%	16,7%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	9,5%	8,6%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	7,3%
Mestrado Marketing	Count	5	1	2	0	0	0	8
	% within Curso	62,5%	12,5%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	% within Objectivo	7,9%	2,9%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%
	Count	63	35	54	3	6	3	164
Total	% within Curso	38,4%	21,3%	32,9%	1,8%	3,7%	1,8%	100,0%
	% within Objectivo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 24. Relação da variável objectivo com o curso

**Objectivo de ter perfil \* Actividade Laboral**

		Actividade Laboral					Total
		Sim, regime Part-time	Sim, regime Full-time	Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Nunca desempenhei actividade laboral	
Procura de emprego	Count	10	14	13	16	10	63
	% within Objectivo	15,9%	22,2%	20,6%	25,4%	15,9%	100,0%
	% within Actividade Laboral	40,0%	23,7%	50,0%	55,2%	40,0%	38,4%
Marketing pessoal	Count	4	19	4	5	3	35
	% within Objectivo	11,4%	54,3%	11,4%	14,3%	8,6%	100,0%
	% within Actividade Laboral	16,0%	32,2%	15,4%	17,2%	12,0%	21,3%
Expansão de rede de contactos	Count	10	20	7	7	10	54
	% within Objectivo	18,5%	37,0%	13,0%	13,0%	18,5%	100,0%
	% within Actividade Laboral	40,0%	33,9%	26,9%	24,1%	40,0%	32,9%
Participação de grupos de discussão	Count	0	3	0	0	0	3
	% within Objectivo	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
Ser Moda	Count	0	2	2	0	2	6
	% within Objectivo	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
	% within Actividade Laboral	0,0%	3,4%	7,7%	0,0%	8,0%	3,7%
Outra	Count	1	1	0	1	0	3
	% within Objectivo	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	4,0%	1,7%	0,0%	3,4%	0,0%	1,8%
Total	Count	25	59	26	29	25	164
	% within Objectivo	15,2%	36,0%	15,9%	17,7%	15,2%	100,0%
	% within Actividade Laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 25. Relação da variável objectivo com a actividade laboral**

**Objectivo de ter perfil \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Procura de emprego	Count	43	20	63
	% within Objectivo	68,3%	31,7%	100,0%
	% within Género	45,3%	29,0%	38,4%
Marketing pessoal	Count	20	15	35
	% within Objectivo	57,1%	42,9%	100,0%
	% within Género	21,1%	21,7%	21,3%
Expansão de rede de contactos	Count	27	27	54
	% within Objectivo	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Género	28,4%	39,1%	32,9%
Participação de grupos de discussão	Count	1	2	3
	% within Objectivo	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Género	1,1%	2,9%	1,8%
Ser Moda	Count	1	5	6
	% within Objectivo	16,7%	83,3%	100,0%
	% within Género	1,1%	7,2%	3,7%
Outra	Count	3	0	3
	% within Objectivo	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Género	3,2%	0,0%	1,8%
Total	Count	95	69	164
	% within Objectivo	57,9%	42,1%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 26. Relação da variável objectivo com o género**

**Objectivo de ter perfil \* Grau Académico**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Procura de emprego	Count	47	16	63
	% within Objectivo	74,6%	25,4%	100,0%
	% within Grau Académico	35,1%	53,3%	38,4%
Marketing pessoal	Count	28	7	35
	% within Objectivo	80,0%	20,0%	100,0%
	% within Grau Académico	20,9%	23,3%	21,3%
Expansão de rede de contactos	Count	51	3	54
	% within Objectivo	94,4%	5,6%	100,0%
	% within Grau Académico	38,1%	10,0%	32,9%
Participação de grupos de discussão	Count	1	2	3
	% within Objectivo	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Grau Académico	0,7%	6,7%	1,8%

	Count	4	2	6
Ser Moda	% within Objectivo	66,7%	33,3%	100,0%
	% within Grau Académico	3,0%	6,7%	3,7%
	Count	3	0	3
Outra	% within Objectivo	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau Académico	2,2%	0,0%	1,8%
	Count	134	30	164
Total	% within Objectivo	81,7%	18,3%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 27. Relação da variável objectivo com o grau académico**

**Objectivo de ter perfil \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
	Count	34	17	7	5	63
Procura de emprego	% within Objectivo	54,0%	27,0%	11,1%	7,9%	100,0%
	% within Faixa Etária	37,8%	53,1%	46,7%	18,5%	38,4%
	Count	18	6	5	6	35
Marketing pessoal	% within Objectivo	51,4%	17,1%	14,3%	17,1%	100,0%
	% within Faixa Etária	20,0%	18,8%	33,3%	22,2%	21,3%
	Count	31	9	3	11	54
Expansão de rede de contactos	% within Objectivo	57,4%	16,7%	5,6%	20,4%	100,0%
	% within Faixa Etária	34,4%	28,1%	20,0%	40,7%	32,9%
	Count	0	0	0	3	3
Participação de grupos de discussão	% within Objectivo	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	1,8%
	Count	4	0	0	2	6
Ser Moda	% within Objectivo	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
	% within Faixa Etária	4,4%	0,0%	0,0%	7,4%	3,7%
	Count	3	0	0	0	3
Outra	% within Objectivo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
	Count	90	32	15	27	164
Total	% within Objectivo	54,9%	19,5%	9,1%	16,5%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 28. Relação da variável objectivo com a faixa etária**

**Curso \* Vantagem de ter perfil**

		Vantagem de ter perfil							Total
		Encontrar primeiro emprego	Possibilidade de mudar de emprego	Recrutado para processos de selecção	Reencontro com antigos colegas/ amigos	Contacto com novas pessoas	Participação em grupos de discussão	Não foi util até ao momento	
Licenciatura	Count	4	2	4	1	3	0	9	23
Gestão de Empresas	% within Curso	17,4%	8,7%	17,4%	4,3%	13,0%	0,0%	39,1%	100,0%
	% within Vantagem	30,8%	14,3%	12,9%	7,7%	8,8%	0,0%	16,1%	14,0%
Licenciatura	Count	0	3	3	1	2	0	1	10
Gestão de Recursos Humanos	% within Curso	0,0%	30,0%	30,0%	10,0%	20,0%	0,0%	10,0%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	21,4%	9,7%	7,7%	5,9%	0,0%	1,8%	6,1%
Licenciatura	Count	0	0	0	1	2	0	3	6
Gestão de Segurança e Protecção Civil	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	33,3%	0,0%	50,0%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	5,9%	0,0%	5,4%	3,7%
Licenciatura	Count	1	1	3	3	4	1	11	24
Gestão Hoteleira	% within Curso	4,2%	4,2%	12,5%	12,5%	16,7%	4,2%	45,8%	100,0%
	% within Vantagem	7,7%	7,1%	9,7%	23,1%	11,8%	33,3%	19,6%	14,6%
Licenciatura	Count	0	2	2	0	5	0	2	11
Licenciatura Informática	% within Curso	0,0%	18,2%	18,2%	0,0%	45,5%	0,0%	18,2%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	14,3%	6,5%	0,0%	14,7%	0,0%	3,6%	6,7%
Licenciatura	Count	2	1	6	3	1	0	12	25
Licenciatura Marketing	% within Curso	8,0%	4,0%	24,0%	12,0%	4,0%	0,0%	48,0%	100,0%
	% within Vantagem	15,4%	7,1%	19,4%	23,1%	2,9%	0,0%	21,4%	15,2%
Licenciatura	Count	0	2	0	1	1	1	1	6
Licenciatura Secretariado	% within Curso	0,0%	33,3%	0,0%	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	14,3%	0,0%	7,7%	2,9%	33,3%	1,8%	3,7%
Licenciatura	Count	0	0	1	0	0	0	3	4
Sistemas de Informação	% within Curso	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	75,0%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	2,4%
Licenciatura	Count	4	1	5	3	8	0	4	25
Licenciatura Turismo	% within Curso	16,0%	4,0%	20,0%	12,0%	32,0%	0,0%	16,0%	100,0%
	% within Vantagem	30,8%	7,1%	16,1%	23,1%	23,5%	0,0%	7,1%	15,2%
Mestrado	Count	1	0	0	0	0	1	2	4
Empreendedorismo	% within Curso	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%	100,0%
	% within Vantagem	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	3,6%	2,4%
Mestrado	Count	0	0	2	0	3	0	1	6
Estratégia Empresarial	% within Curso	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	50,0%	0,0%	16,7%	100,0%
	% within Vantagem	0,0%	0,0%	6,5%	0,0%	8,8%	0,0%	1,8%	3,7%

Mestrado	Count	0	1	4	0	2	0	5	12
Gestão	% within Curso	0,0%	8,3%	33,3%	0,0%	16,7%	0,0%	41,7%	100,0%
Recursos	% within Vantagem	0,0%	7,1%	12,9%	0,0%	5,9%	0,0%	8,9%	7,3%
Humanos	Count	1	1	1	0	3	0	2	8
Mestrado	% within Curso	12,5%	12,5%	12,5%	0,0%	37,5%	0,0%	25,0%	100,0%
Marketing	% within Vantagem	7,7%	7,1%	3,2%	0,0%	8,8%	0,0%	3,6%	4,9%
	Count	13	14	31	13	34	3	56	164
Total	% within Curso	7,9%	8,5%	18,9%	7,9%	20,7%	1,8%	34,1%	100,0%
	% within Vantagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 29. Relação da variável vantagem com o curso**

**Vantagem de ter perfil \* Objectivo de ter perfil**

		Objectivo de ter perfil						Total
		Procura de emprego	Marketing pessoal	Expansão de rede de contactos	Participação de grupos de discussão	Ser Moda	Outra	
Encontrar	Count	13	0	0	0	0	0	13
primeiro	% within Vantagem	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
emprego	% within Objectivo	20,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,9%
Possibilidade	Count	7	0	5	1	0	1	14
de mudar de	% within Vantagem	50,0%	0,0%	35,7%	7,1%	0,0%	7,1%	100,0%
emprego	% within Objectivo	11,1%	0,0%	9,3%	33,3%	0,0%	33,3%	8,5%
Ser recrutado	Count	13	12	6	0	0	0	31
para processos	% within Vantagem	41,9%	38,7%	19,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
de selecção	% within Objectivo	20,6%	34,3%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	18,9%
Reencontro	Count	3	4	3	1	1	1	13
com antigos	% within Vantagem	23,1%	30,8%	23,1%	7,7%	7,7%	7,7%	100,0%
colegas/amigos	% within Objectivo	4,8%	11,4%	5,6%	33,3%	16,7%	33,3%	7,9%
Contacto com	Count	7	7	20	0	0	0	34
novas pessoas	% within Vantagem	20,6%	20,6%	58,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	11,1%	20,0%	37,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,7%
Participação	Count	0	1	1	1	0	0	3
em grupos de	% within Vantagem	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
discussão	% within Objectivo	0,0%	2,9%	1,9%	33,3%	0,0%	0,0%	1,8%
Não foi util até	Count	20	11	19	0	5	1	56
ao momento	% within Vantagem	35,7%	19,6%	33,9%	0,0%	8,9%	1,8%	100,0%
	% within Objectivo	31,7%	31,4%	35,2%	0,0%	83,3%	33,3%	34,1%
Total	Count	63	35	54	3	6	3	164
	% within Vantagem	38,4%	21,3%	32,9%	1,8%	3,7%	1,8%	100,0%
	% within Objectivo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 30. Relação da variável vantagem com o objectivo**

**Vantagem de ter perfil \* Faixa Etária**

		Faixa Etária				Total
		18 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	> 35 anos	
Encontrar primeiro emprego	Count	8	4	1	0	13
	% within Vantagem	61,5%	30,8%	7,7%	0,0%	100,0%
	% within Faixa Etária	8,9%	12,5%	6,7%	0,0%	7,9%
Possibilidade de mudar de emprego	Count	3	3	2	6	14
	% within Vantagem	21,4%	21,4%	14,3%	42,9%	100,0%
	% within Faixa Etária	3,3%	9,4%	13,3%	22,2%	8,5%
Ser recrutado para processos de selecção	Count	18	8	4	1	31
	% within Vantagem	58,1%	25,8%	12,9%	3,2%	100,0%
	% within Faixa Etária	20,0%	25,0%	26,7%	3,7%	18,9%
Reencontro com antigos colegas/amigos	Count	6	2	1	4	13
	% within Vantagem	46,2%	15,4%	7,7%	30,8%	100,0%
	% within Faixa Etária	6,7%	6,2%	6,7%	14,8%	7,9%
Contacto com novas pessoas	Count	19	4	4	7	34
	% within Vantagem	55,9%	11,8%	11,8%	20,6%	100,0%
	% within Faixa Etária	21,1%	12,5%	26,7%	25,9%	20,7%
Participação em grupos de discussão	Count	1	1	0	1	3
	% within Vantagem	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
	% within Faixa Etária	1,1%	3,1%	0,0%	3,7%	1,8%
Não foi útil até ao momento	Count	35	10	3	8	56
	% within Vantagem	62,5%	17,9%	5,4%	14,3%	100,0%
	% within Faixa Etária	38,9%	31,2%	20,0%	29,6%	34,1%
Total	Count	90	32	15	27	164
	% within Vantagem	54,9%	19,5%	9,1%	16,5%	100,0%
	% within Faixa Etária	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 31. Relação da variável vantagem com a faixa etária**

**Vantagem de ter perfil \* Actividade Laboral**

		Actividade Laboral					Total
		Sim, regime Part-time	Sim, regime Full-time	Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Nunca desempenhei actividade laboral	
Encontrar primeiro emprego	Count	3	2	4	1	3	13
	% within Vantagem	23,1%	15,4%	30,8%	7,7%	23,1%	100,0%
	% within Actividade Laboral	12,0%	3,4%	15,4%	3,4%	12,0%	7,9%
Possibilidade de	Count	2	7	1	4	0	14

mudar de emprego	% within Vantagem	14,3%	50,0%	7,1%	28,6%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	8,0%	11,9%	3,8%	13,8%	0,0%	8,5%
	Count	4	13	8	4	2	31
Ser recrutado para processos de selecção	% within Vantagem	12,9%	41,9%	25,8%	12,9%	6,5%	100,0%
	% within Actividade Laboral	16,0%	22,0%	30,8%	13,8%	8,0%	18,9%
	Count	2	3	1	3	4	13
Reencontro com antigos colegas/amigos	% within Vantagem	15,4%	23,1%	7,7%	23,1%	30,8%	100,0%
	% within Actividade Laboral	8,0%	5,1%	3,8%	10,3%	16,0%	7,9%
	Count	7	14	2	7	4	34
Contacto com novas pessoas	% within Vantagem	20,6%	41,2%	5,9%	20,6%	11,8%	100,0%
	% within Actividade Laboral	28,0%	23,7%	7,7%	24,1%	16,0%	20,7%
	Count	0	2	1	0	0	3
Participação em grupos de discussão	% within Vantagem	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	0,0%	3,4%	3,8%	0,0%	0,0%	1,8%
	Count	7	18	9	10	12	56
Não foi util até ao momento	% within Vantagem	12,5%	32,1%	16,1%	17,9%	21,4%	100,0%
	% within Actividade Laboral	28,0%	30,5%	34,6%	34,5%	48,0%	34,1%
	Count	25	59	26	29	25	164
Total	% within Vantagem	15,2%	36,0%	15,9%	17,7%	15,2%	100,0%
	% within Actividade Laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 32. Relação da variável vantagem com a actividade laboral**

**Frequência actualiza dados \* Grau Académico**

		Grau Académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Diariamente	Count	8	0	8
	% within Frequência actualização	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau Académico	6,0%	0,0%	4,9%
Semanalmente	Count	21	3	24
	% within Frequência actualização	87,5%	12,5%	100,0%
	% within Grau Académico	15,7%	10,0%	14,6%
Mensalmente	Count	24	7	31
	% within Frequência actualização	77,4%	22,6%	100,0%
	% within Grau Académico	17,9%	23,3%	18,9%
Trimestralmente	Count	10	2	12
	% within Frequência actualização	83,3%	16,7%	100,0%

	% within Grau Académico	7,5%	6,7%	7,3%
	Count	54	14	68
Apenas quando acrescento algo ao CV	% within Frequência actualização	79,4%	20,6%	100,0%
	% within Grau Académico	40,3%	46,7%	41,5%
	Count	17	4	21
Não se encontra actualizado	% within Frequência actualização	81,0%	19,0%	100,0%
	% within Grau Académico	12,7%	13,3%	12,8%
	Count	134	30	164
Total	% within Frequência actualização	81,7%	18,3%	100,0%
	% within Grau Académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 33. Relação da variável frequência de actualização com o grau académico**

**Frequência actualiza dados \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
	Count	6	2	8
Diariamente	% within Frequência actualização	75,0%	25,0%	100,0%
	% within Género	6,3%	2,9%	4,9%
	Count	13	11	24
Semanalmente	% within Frequência actualização	54,2%	45,8%	100,0%
	% within Género	13,7%	15,9%	14,6%
	Count	17	14	31
Mensalmente	% within Frequência actualização	54,8%	45,2%	100,0%
	% within Género	17,9%	20,3%	18,9%
	Count	7	5	12
Trimestralmente	% within Frequência actualização	58,3%	41,7%	100,0%
	% within Género	7,4%	7,2%	7,3%
Apenas quando acrescento algo ao CV	Count	45	23	68
	% within Frequência actualização	66,2%	33,8%	100,0%
	% within Género	47,4%	33,3%	41,5%
	Count	7	14	21
Não se encontra actualizado	% within Frequência actualização	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Género	7,4%	20,3%	12,8%
	Count	95	69	164
Total	% within Frequência actualização	57,9%	42,1%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 34. Relação da variável frequência de actualização com o género**

**Frequência actualizada dados \* Objectivo de ter perfil**

		Objectivo de ter perfil						Total
		Procura de emprego	Marketing pessoal	Expansão de rede de contactos	Participação de grupos de discussão	Ser Moda	Outra	
Diariamente	Count	2	3	2	0	0	1	8
	% within Frequência actualização	25,0%	37,5%	25,0%	0,0%	0,0%	12,5%	100,0%
	% within Objectivo	3,2%	8,6%	3,7%	0,0%	0,0%	33,3%	4,9%
Semanalmente	Count	7	9	7	1	0	0	24
	% within Frequência actualização	29,2%	37,5%	29,2%	4,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	11,1%	25,7%	13,0%	33,3%	0,0%	0,0%	14,6%
Mensalmente	Count	13	6	10	1	0	1	31
	% within Frequência actualização	41,9%	19,4%	32,3%	3,2%	0,0%	3,2%	100,0%
	% within Objectivo	20,6%	17,1%	18,5%	33,3%	0,0%	33,3%	18,9%
Trimestralmente	Count	6	2	4	0	0	0	12
	% within Frequência actualização	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	9,5%	5,7%	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,3%
Apenas quando acrescento algo ao CV	Count	24	14	26	1	2	1	68
	% within Frequência actualização	35,3%	20,6%	38,2%	1,5%	2,9%	1,5%	100,0%
	% within Objectivo	38,1%	40,0%	48,1%	33,3%	33,3%	33,3%	41,5%
Não se encontra actualizado	Count	11	1	5	0	4	0	21
	% within Frequência actualização	52,4%	4,8%	23,8%	0,0%	19,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	17,5%	2,9%	9,3%	0,0%	66,7%	0,0%	12,8%
Total	Count	63	35	54	3	6	3	164
	% within Frequência actualização	38,4%	21,3%	32,9%	1,8%	3,7%	1,8%	100,0%
	% within Objectivo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 35. Relação da variável frequência de actualização com o objectivo**

**Frequência contactado \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Semanalmente	Count	13	9	22
	% within Frequência contactado	59,1%	40,9%	100,0%
	% within Género	13,7%	13,0%	13,4%

	Count	12	16	28
Mensalmente	% within Frequência contactado	42,9%	57,1%	100,0%
	% within Género	12,6%	23,2%	17,1%
	Count	8	8	16
Semestralmente	% within Frequência contactado	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Género	8,4%	11,6%	9,8%
	Count	7	3	10
Anualmente	% within Frequência contactado	70,0%	30,0%	100,0%
	% within Género	7,4%	4,3%	6,1%
	Count	55	33	88
Nunca houve qualquer contacto	% within Frequência contactado	62,5%	37,5%	100,0%
	% within Género	57,9%	47,8%	53,7%
	Count	95	69	164
Total	% within Frequência contactado	57,9%	42,1%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 36. Relação da variável frequência de contacto com o género**

**Frequência contactado \* Objectivo de ter perfil**

		Objectivo de ter perfil						Total
		Procura de emprego	Marketing pessoal	Expansão de rede de contactos	Participação de grupos de discussão	Ser Moda	Outra	
Semanalmente	Count	7	7	6	1	0	1	22
	% within Frequência contactado	31,8%	31,8%	27,3%	4,5%	0,0%	4,5%	100,0%
	% within Objectivo	11,1%	20,0%	11,1%	33,3%	0,0%	33,3%	13,4%
Mensalmente	Count	9	11	6	2	0	0	28
	% within Frequência contactado	32,1%	39,3%	21,4%	7,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	14,3%	31,4%	11,1%	66,7%	0,0%	0,0%	17,1%
Semestralmente	Count	7	3	6	0	0	0	16
	% within Frequência contactado	43,8%	18,8%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	11,1%	8,6%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	9,8%
Anualmente	Count	9	0	1	0	0	0	10
	% within Frequência contactado	90,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Objectivo	14,3%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	6,1%
Nunca houve qualquer contacto	Count	31	14	35	0	6	2	88
	% within Frequência contactado	35,2%	15,9%	39,8%	0,0%	6,8%	2,3%	100,0%
	% within Objectivo	49,2%	40,0%	64,8%	0,0%	100,0%	66,7%	53,7%

	Count	63	35	54	3	6	3	164
Total	% within Frequência contactado	38,4%	21,3%	32,9%	1,8%	3,7%	1,8%	100,0%
	% within Objectivo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 37. Relação da variável frequência de contacto com o objectivo

Frequência contactado \* Vantagem de ter perfil

		Vantagem de ter perfil							Total
		Encontrar primeiro emprego	Possibilidade de mudar de emprego	Recrutado para processos de selecção	Reencontro com antigos colegas/ amigos	Contacto com novas pessoas	Participação em grupos de discussão	Não foi util até ao momento	
Semanalmente	Count	3	2	6	1	2	2	6	22
	% within Frequência contactado	13,6%	9,1%	27,3%	4,5%	9,1%	9,1%	27,3%	100,0%
	% within Vantagem	23,1%	14,3%	19,4%	7,7%	5,9%	66,7%	10,7%	13,4%
Mensalmente	Count	3	4	9	3	3	1	5	28
	% within Frequência contactado	10,7%	14,3%	32,1%	10,7%	10,7%	3,6%	17,9%	100,0%
	% within Vantagem	23,1%	28,6%	29,0%	23,1%	8,8%	33,3%	8,9%	17,1%
Semestralmente	Count	3	3	5	0	5	0	0	16
	% within Frequência contactado	18,8%	18,8%	31,2%	0,0%	31,2%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Vantagem	23,1%	21,4%	16,1%	0,0%	14,7%	0,0%	0,0%	9,8%
Anualmente	Count	2	0	3	1	1	0	3	10
	% within Frequência contactado	20,0%	0,0%	30,0%	10,0%	10,0%	0,0%	30,0%	100,0%
	% within Vantagem	15,4%	0,0%	9,7%	7,7%	2,9%	0,0%	5,4%	6,1%
Nunca houve qualquer contacto	Count	2	5	8	8	23	0	42	88
	% within Frequência contactado	2,3%	5,7%	9,1%	9,1%	26,1%	0,0%	47,7%	100,0%
	% within Vantagem	15,4%	35,7%	25,8%	61,5%	67,6%	0,0%	75,0%	53,7%
Total	Count	13	14	31	13	34	3	56	164
	% within Frequência contactado	7,9%	8,5%	18,9%	7,9%	20,7%	1,8%	34,1%	100,0%
	% within Vantagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 38. Relação da variável frequência de contacto com a vantagem

**Frequência contactado \* Frequência actualiza dados**

		Frequência actualização de dados						Total
		Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Trimestralmente	Apenas quando acrescentado algo ao CV	Não se encontra actualizado	
Semanalmente	Count	3	6	5	0	8	0	22
	% within Frequência contactado	13,6%	27,3%	22,7%	0,0%	36,4%	0,0%	100,0%
	% within Frequência actualização	37,5%	25,0%	16,1%	0,0%	11,8%	0,0%	13,4%
Mensalmente	Count	0	10	8	0	9	1	28
	% within Frequência contactado	0,0%	35,7%	28,6%	0,0%	32,1%	3,6%	100,0%
	% within Frequência actualização	0,0%	41,7%	25,8%	0,0%	13,2%	4,8%	17,1%
Semestralmente	Count	1	2	1	3	8	1	16
	% within Frequência contactado	6,2%	12,5%	6,2%	18,8%	50,0%	6,2%	100,0%
	% within Frequência actualização	12,5%	8,3%	3,2%	25,0%	11,8%	4,8%	9,8%
Anualmente	Count	1	1	0	3	5	0	10
	% within Frequência contactado	10,0%	10,0%	0,0%	30,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% within Frequência actualização	12,5%	4,2%	0,0%	25,0%	7,4%	0,0%	6,1%
Nunca houve qualquer contacto	Count	3	5	17	6	38	19	88
	% within Frequência contactado	3,4%	5,7%	19,3%	6,8%	43,2%	21,6%	100,0%
	% within Frequência actualização	37,5%	20,8%	54,8%	50,0%	55,9%	90,5%	53,7%
Total	Count	8	24	31	12	68	21	164
	% within Frequência contactado	4,9%	14,6%	18,9%	7,3%	41,5%	12,8%	100,0%
	% within Frequência actualização	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 39. Relação da variável frequência de contacto com a frequência de actualização**

**Curso \* Frequência contactado**

		Frequência contactado					Total
		Semanalmente	Mensalmente	Semestralmente	Anualmente	Nunca houve qualquer contacto	
Licenciatura Gestão de Empresas	Count	3	1	2	2	15	23
	% within Curso	13,0%	4,3%	8,7%	8,7%	65,2%	100,0%
	Frequência contactado	13,6%	3,6%	12,5%	20,0%	17,0%	14,0%
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	Count	3	0	3	0	4	10
	% within Curso	30,0%	0,0%	30,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	Frequência contactado	13,6%	0,0%	18,8%	0,0%	4,5%	6,1%
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	Count	1	3	0	0	2	6
	% within Curso	16,7%	50,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
	Frequência contactado	4,5%	10,7%	0,0%	0,0%	2,3%	3,7%
Licenciatura Gestão Hoteleira	Count	3	1	4	0	16	24
	% within Curso	12,5%	4,2%	16,7%	0,0%	66,7%	100,0%
	Frequência contactado	13,6%	3,6%	25,0%	0,0%	18,2%	14,6%
Licenciatura Informática	Count	2	2	2	0	5	11
	% within Curso	18,2%	18,2%	18,2%	0,0%	45,5%	100,0%
	Frequência contactado	9,1%	7,1%	12,5%	0,0%	5,7%	6,7%
Licenciatura Marketing	Count	2	7	2	2	12	25
	% within Curso	8,0%	28,0%	8,0%	8,0%	48,0%	100,0%
	Frequência contactado	9,1%	25,0%	12,5%	20,0%	13,6%	15,2%
Licenciatura Secretariado	Count	1	2	0	0	3	6
	% within Curso	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Frequência contactado	4,5%	7,1%	0,0%	0,0%	3,4%	3,7%
Licenciatura Sistemas de	Count	0	1	0	1	2	4
	% within Curso	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	50,0%	100,0%

Informação	% within						
	Frequência	0,0%	3,6%	0,0%	10,0%	2,3%	2,4%
	contactado						
	Count	3	5	1	4	12	25
Licenciatura	% within Curso	12,0%	20,0%	4,0%	16,0%	48,0%	100,0%
Turismo	% within						
	Frequência	13,6%	17,9%	6,2%	40,0%	13,6%	15,2%
	contactado						
	Count	3	0	1	0	0	4
Mestrado	% within Curso	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Empreendedorismo	% within						
	Frequência	13,6%	0,0%	6,2%	0,0%	0,0%	2,4%
	contactado						
	Count	0	2	1	0	3	6
Mestrado Estratégia	% within Curso	0,0%	33,3%	16,7%	0,0%	50,0%	100,0%
Empresarial	% within						
	Frequência	0,0%	7,1%	6,2%	0,0%	3,4%	3,7%
	contactado						
	Count	1	4	0	1	6	12
Mestrado Gestão	% within Curso	8,3%	33,3%	0,0%	8,3%	50,0%	100,0%
Recursos Humanos	% within						
	Frequência	4,5%	14,3%	0,0%	10,0%	6,8%	7,3%
	contactado						
	Count	0	0	0	0	8	8
Mestrado Marketing	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% within						
	Frequência	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	4,9%
	contactado						
	Count	22	28	16	10	88	164
Total	% within Curso	13,4%	17,1%	9,8%	6,1%	53,7%	100,0%
	% within						
	Frequência	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	contactado						

**Quadro 40. Relação da variável frequência de contacto com o curso**

**Quem tem mais valias \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
Todas as pessoas que se encontram no mercado de trabalho	Count	22	22	44
	% within Mais valias	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Género	16,5%	24,4%	19,7%
Todas as pessoas que queiram entrar no mercado	Count	19	11	30
	% within Mais valias	63,3%	36,7%	100,0%

de trabalho	% within Género	14,3%	12,2%	13,5%
Todas as pessoas que se encontram e que queiram entrar no mercado de trabalho	Count	86	49	135
	% within Mais valias	63,7%	36,3%	100,0%
	% within Género	64,7%	54,4%	60,5%
	Count	3	3	6
Todos os profissionais que trabalham na minha area	% within Mais valias	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Género	2,3%	3,3%	2,7%
	Count	1	1	2
Só a profissionais que da area de	% within Mais valias	50,0%	50,0%	100,0%
	% within Género	0,8%	1,1%	0,9%
	Count	2	4	6
Ninguém	% within Mais valias	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Género	1,5%	4,4%	2,7%
	Count	133	90	223
Total	% within Mais valias	59,6%	40,4%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 41. Relação da variável mais valias com o género**

**Quem tem mais valias \* Grau Académico**

		Grau académico		Total
		Licenciatura	Mestrado	
Todas as pessoas que se encontram no mercado de trabalho	Count	37	7	44
	% within Mais valias	84,1%	15,9%	100,0%
	% within Grau académico	20,0%	18,4%	19,7%
Todas as pessoas que queiram entrar no mercado de trabalho	Count	27	3	30
	% within Mais valias	90,0%	10,0%	100,0%
	% within Grau académico	14,6%	7,9%	13,5%
Todas as pessoas que se encontram e que queiram entrar no mercado de trabalho	Count	109	26	135
	% within Mais valias	80,7%	19,3%	100,0%
	% within Grau académico	58,9%	68,4%	60,5%
	Count	4	2	6
Todos os profissionais que trabalham na minha area	% within Mais valias	66,7%	33,3%	100,0%
	% within Grau académico	2,2%	5,3%	2,7%
	Count	2	0	2
Só a profissionais que da area de	% within Mais valias	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau académico	1,1%	0,0%	0,9%
	Count	6	0	6
Ninguém	% within Mais valias	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Grau académico	3,2%	0,0%	2,7%

	Count	185	38	223
Total	% within Mais valias	83,0%	17,0%	100,0%
	% within Grau académico	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 42. Relação da variável mais valias com o grau académico**

**Quem tem mais valias \* Actividade Laboral**

		Actividade Laboral					Total
		Sim, regime Part-time	Sim, regime Full-time	Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Nunca desempenhei actividade laboral	
Todas as pessoas que se encontrem no mercado de trabalho	Count	5	17	9	6	7	44
	% within Mais valias	11,4%	38,6%	20,5%	13,6%	15,9%	100,0%
	% within Actividade Laboral	12,2%	23,9%	26,5%	16,7%	17,1%	19,7%
Todas as pessoas que queiram entrar no mercado de trabalho	Count	6	9	6	3	6	30
	% within Mais valias	20,0%	30,0%	20,0%	10,0%	20,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	14,6%	12,7%	17,6%	8,3%	14,6%	13,5%
Todas as pessoas que se encontrem e que queiram entrar no mercado de trabalho	Count	26	40	18	24	27	135
	% within Mais valias	19,3%	29,6%	13,3%	17,8%	20,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	63,4%	56,3%	52,9%	66,7%	65,9%	60,5%
Todos os profissionais que trabalham na minha area	Count	1	3	1	0	1	6
	% within Mais valias	16,7%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	100,0%
	% within Actividade Laboral	2,4%	4,2%	2,9%	0,0%	2,4%	2,7%
Só a profissionais que da area de	Count	1	1	0	0	0	2
	% within Mais valias	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	2,4%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
Ninguém	Count	2	1	0	3	0	6
	% within Mais valias	33,3%	16,7%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% within Actividade Laboral	4,9%	1,4%	0,0%	8,3%	0,0%	2,7%
Total	Count	41	71	34	36	41	223
	% within Mais valias	18,4%	31,8%	15,2%	16,1%	18,4%	100,0%
	% within Actividade Laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 43. Relação da variável mais valias com a actividade laboral**

**Importância da utilização \* Género**

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
1	Count	0	2	2
	% within Importância	0,0%	100,0%	100,0%
	% within Género	0,0%	2,2%	0,9%
3	Count	0	2	2
	% within Importância	0,0%	100,0%	100,0%
	% within Género	0,0%	2,2%	0,9%
4	Count	1	2	3
	% within Importância	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Género	0,8%	2,2%	1,3%
5	Count	10	8	18
	% within Importância	55,6%	44,4%	100,0%
	% within Género	7,5%	8,9%	8,1%
6	Count	12	5	17
	% within Importância	70,6%	29,4%	100,0%
	% within Género	9,0%	5,6%	7,6%
7	Count	12	16	28
	% within Importância	42,9%	57,1%	100,0%
	% within Género	9,0%	17,8%	12,6%
8	Count	34	20	54
	% within Importância	63,0%	37,0%	100,0%
	% within Género	25,6%	22,2%	24,2%
9	Count	23	12	35
	% within Importância	65,7%	34,3%	100,0%
	% within Género	17,3%	13,3%	15,7%
10	Count	41	23	64
	% within Importância	64,1%	35,9%	100,0%
	% within Género	30,8%	25,6%	28,7%
Total	Count	133	90	223
	% within Importância	59,6%	40,4%	100,0%
	% within Género	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 44. Relação da variável importância com o género**

**Importância da utilização \* Actividade Laboral**

	Actividade Laboral					Total
	Sim, regime Part-time	Sim, regime Full-time	Não, mas já desempenhei em regime Part-time	Não, mas já desempenhei em regime Full-time	Nunca desempenhei actividade laboral	
Count	0	0	0	2	0	2
1 % within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
% within Actividade Laboral	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	0,0%	0,9%
Count	0	2	0	0	0	2
3 % within Importância	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
% within Actividade Laboral	0,0%	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
Count	0	2	0	0	1	3
4 % within Importância	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
% within Actividade Laboral	0,0%	2,8%	0,0%	0,0%	2,4%	1,3%
Count	3	4	3	6	2	18
5 % within Importância	16,7%	22,2%	16,7%	33,3%	11,1%	100,0%
% within Actividade Laboral	7,3%	5,6%	8,8%	16,7%	4,9%	8,1%
Count	4	8	3	1	1	17
6 % within Importância	23,5%	47,1%	17,6%	5,9%	5,9%	100,0%
% within Actividade Laboral	9,8%	11,3%	8,8%	2,8%	2,4%	7,6%
Count	6	7	4	4	7	28
7 % within Importância	21,4%	25,0%	14,3%	14,3%	25,0%	100,0%
% within Actividade Laboral	14,6%	9,9%	11,8%	11,1%	17,1%	12,6%
Count	12	14	4	15	9	54
8 % within Importância	22,2%	25,9%	7,4%	27,8%	16,7%	100,0%
% within Actividade Laboral	29,3%	19,7%	11,8%	41,7%	22,0%	24,2%
Count	5	11	8	5	6	35
9 % within Importância	14,3%	31,4%	22,9%	14,3%	17,1%	100,0%
% within Actividade Laboral	12,2%	15,5%	23,5%	13,9%	14,6%	15,7%
Count	11	23	12	3	15	64
10 % within Importância	17,2%	35,9%	18,8%	4,7%	23,4%	100,0%
% within Actividade Laboral	26,8%	32,4%	35,3%	8,3%	36,6%	28,7%
Count	41	71	34	36	41	223
Total % within Importância	18,4%	31,8%	15,2%	16,1%	18,4%	100,0%
% within Actividade Laboral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 45. Relação da variável importância com a actividade laboral**

**Curso \* Importância da utilização**

		Importância da utilização								Total	
		1	3	4	5	6	7	8	9		10
Licenciatura	Count	1	0	0	3	1	6	6	1	10	28
Gestão de	% within Curso	3,6%	0,0%	0,0%	10,7%	3,6%	21,4%	21,4%	3,6%	35,7%	100,0%
Empresas	% within Importância	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	5,9%	21,4%	11,1%	2,9%	15,6%	12,6%
Licenciatura	Count	0	0	0	2	3	4	7	3	3	22
Gestão de	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	13,6%	18,2%	31,8%	13,6%	13,6%	100,0%
Recursos	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	17,6%	14,3%	13,0%	8,6%	4,7%	9,9%
Humanos	Count	0	0	0	0	1	1	2	2	2	8
Licenciatura	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Segurança e	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	3,6%	3,7%	5,7%	3,1%	3,6%
Protecção	Count	0	1	0	4	1	1	8	3	9	27
Civil	% within Curso	0,0%	3,7%	0,0%	14,8%	3,7%	3,7%	29,6%	11,1%	33,3%	100,0%
Licenciatura	% within Importância	0,0%	50,0%	0,0%	22,2%	5,9%	3,6%	14,8%	8,6%	14,1%	12,1%
Licenciatura	Count	0	0	1	1	1	1	0	1	9	14
Informática	% within Curso	0,0%	0,0%	7,1%	7,1%	7,1%	7,1%	0,0%	7,1%	64,3%	100,0%
Licenciatura	% within Importância	0,0%	0,0%	33,3%	5,6%	5,9%	3,6%	0,0%	2,9%	14,1%	6,3%
Licenciatura	Count	0	0	1	4	4	5	10	8	9	41
Marketing	% within Curso	0,0%	0,0%	2,4%	9,8%	9,8%	12,2%	24,4%	19,5%	22,0%	100,0%
Licenciatura	% within Importância	0,0%	0,0%	33,3%	22,2%	23,5%	17,9%	18,5%	22,9%	14,1%	18,4%
Licenciatura	Count	0	0	0	0	0	0	1	3	3	7
Secretariado	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	42,9%	42,9%	100,0%
Licenciatura	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	8,6%	4,7%	3,1%
Licenciatura	Count	1	0	0	0	0	3	1	1	0	6
Sistemas de	% within Curso	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	16,7%	16,7%	0,0%	100,0%
Informação	% within Importância	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,7%	1,9%	2,9%	0,0%	2,7%
Licenciatura	Count	0	0	0	3	3	4	9	7	6	32
Turismo	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	9,4%	9,4%	12,5%	28,1%	21,9%	18,8%	100,0%
Licenciatura	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	17,6%	14,3%	16,7%	20,0%	9,4%	14,3%
Mestrado	Count	0	0	0	0	2	1	0	0	5	8
Empreended	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%	62,5%	100,0%
orismo	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,8%	3,6%	0,0%	0,0%	7,8%	3,6%
Mestrado	Count	0	1	0	0	1	2	2	1	0	7
Estratégia	% within Curso	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	28,6%	28,6%	14,3%	0,0%	100,0%
Empresarial	% within Importância	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	5,9%	7,1%	3,7%	2,9%	0,0%	3,1%
Mestrado	Count	0	0	1	1	0	0	6	2	3	13
Gestão	% within Curso	0,0%	0,0%	7,7%	7,7%	0,0%	0,0%	46,2%	15,4%	23,1%	100,0%

Recursos Humanos	% within Importância	0,0%	0,0%	33,3%	5,6%	0,0%	0,0%	11,1%	5,7%	4,7%	5,8%
	Count	0	0	0	0	0	0	2	3	5	10
Mestrado Marketing	% within Curso	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	30,0%	50,0%	100,0%
	% within Importância	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	8,6%	7,8%	4,5%
	Count	2	2	3	18	17	28	54	35	64	223
Total	% within Curso	0,9%	0,9%	1,3%	8,1%	7,6%	12,6%	24,2%	15,7%	28,7%	100,0%
	% within Importância	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Quadro 46. Relação da variável importância com o curso**

**Curso \* Importância2**

	Importância2			Total
	Pouca Importância (1 - 4)	Importância Moderada (5 - 7)	Elevada Importância (8 - 10)	
Licenciatura Gestão de Empresas	1	4	23	28
Licenciatura Gestão de Recursos Humanos	0	5	17	22
Licenciatura Gestão de Segurança e Protecção Civil	0	1	7	8
Licenciatura Gestão Hoteleira	1	5	21	27
Licenciatura Informática	1	2	11	14
Licenciatura Marketing	1	8	32	41
Licenciatura Secretariado	0	0	7	7
Licenciatura Sistemas de Informação	1	0	5	6
Licenciatura Turismo	0	6	26	32
Mestrado Empreendedorismo	0	2	6	8
Mestrado Estratégia Empresarial	1	1	5	7
Mestrado Gestão Recursos Humanos	1	1	11	13
Mestrado Marketing	0	0	10	10
Total	7	35	181	223

**Quadro 47. Relação da variável importância 2 com o curso**

## Recrutamento Online

Este questionário tem como objectivo avaliar a percepção dos finalistas, tanto de Licenciaturas, como de Mestrados da Universidade Europeia sobre as plataformas de recrutamento online. Este instrumento metodológico enquadra-se numa investigação no âmbito do Mestrado em Gestão de Recursos Humanos, da Universidade Europeia, com a finalidade de produzir resultados base para a dissertação final. Todas as informações recolhidas são confidenciais. Os dados de identificação solicitados serão unicamente usados para análise estatística. Por favor, responda com sinceridade, a sua opinião é muito importante.

Preencha com um X o quadrado correspondente à sua resposta, seleccione apenas 1 resposta por questão.

1. Género:

- Feminino  Masculino

2. Faixa etária:

- 18 anos – 24 anos  
 25 anos – 29 anos  
 30 anos – 34 anos  
 Mais de 35 anos

3. Finalista:

- Licenciatura  Mestrado

○ Curso: \_\_\_\_\_

4. Actualmente desempenha alguma actividade profissional?

- Sim, em regime part-time.  
 Sim, em regime full-time.  
 Não:  
 Mas já desempenhei actividade profissional em regime part-time.  
 Mas já desempenhei actividade profissional em regime full-time.  
 Nunca desempenhei uma actividade profissional.

5. Conhece e/ou usa alguma destas plataformas para a divulgação do seu perfil profissional online?

Plataforma	Não conheço	Conheço mas não tenho perfil profissional online	Conheço e tenho perfil profissional online
LinkedIn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Europass	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Monster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.1. **Se não tem qualquer perfil profissional online** nas plataformas indicadas em cima, por favor especifique a razão:

*(Caso tenha perfil profissional online em alguma das plataformas, não responda a esta questão e passe para a questão 5.2)*

- Não acho importante divulgar a minha informação pessoal e profissional.  
 Não acho seguro partilhar a minha informação pessoal e profissional na internet.  
 Outro: \_\_\_\_\_

*(Caso não tenha perfil profissional online e tenha respondido à questão 5.1, por favor passe directamente para a questão 6)*

5.2. **Se tem perfil profissional online** em qualquer uma das plataformas indicadas, por favor indique qual o seu principal objectivo:

- Procura de emprego.
- Marketing pessoal.
- Expansão da rede de contactos profissionais.
- Participação em grupos de discussão.
- Apenas por ser uma tendência actual – “*Ser Moda*”.
- Outro: \_\_\_\_\_

5.2.1. Qual foi a principal vantagem que já teve por usar uma plataforma de recrutamento online:

- Encontrar primeiro emprego.
- Possibilidade de mudar de emprego, melhorando condições e perspectivas de futuro.
- Ser recrutado para processos de selecção / Prospecção de mercado.
- Reencontro com antigos colegas/amigos.
- Contacto com novas pessoas.
- Participação em grupos de discussão.
- Não foi útil, até ao momento.

5.2.2. Com que frequência actualiza o seu perfil profissional online:

- Diariamente.
- Semanalmente.
- Mensalmente.
- Trimestralmente.
- Apenas quando acrescenta algo ao curriculum.
- Não se encontra actualizado.

5.2.3 Com que frequência é contactado com propostas profissionais através das plataformas de recrutamento online?

- Semanalmente.
- Mensalmente.
- Semestralmente.
- Anualmente
- Nunca houve qualquer contacto.

5. Quem acha que tem mais valias em fazer parte de uma plataforma de recrutamento online?

- Todas as pessoas que se encontrem no mercado de trabalho
- Todas as pessoas que queiram entrar no mercado de trabalho.
- Todas as pessoas que se encontrem e que queiram entrar no mercado de trabalho.
- Todos os profissionais que trabalham na minha área.
- Só a profissionais da área de \_\_\_\_\_
- Ninguém.

7. No curso em que se encontra acha importante a utilização de plataformas de recrutamento online? Por favor responda classificando numa escala de 1 a 10, em que 1 não concorda nada e em que 10 concorda plenamente.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------------

Não concordo nada

Concordo plenamente

**Obrigada pela atenção e tempo disponibilizado!**