

IBS NETWORKING: UM ESTUDO DE CASO

Liliana Sofia Granja Marques

Projeto de Mestrado em Gestão

Orientadora:
Mestre Alzira Duarte, ISCTE Business School, Departamento de Recursos Humanos e
Comportamento Organizacional

Outubro 2012

IBS NETWORKING: UM ESTUDO DE CASO

Liliana Sofia Granja Marques

Projeto de Mestrado em Gestão

Orientadora:
Mestre Alzira Duarte, ISCTE Business School, Departamento de Recursos Humanos e
Comportamento Organizacional

Outubro 2012

Resumo

O século XXI trouxe uma revolução tecnológica inquestionável e com ele vieram as redes sociais virtuais, que estão presentes, de forma direta ou indireta, na vida de todas as pessoas. O *Career Service*, departamento da *ISCTE Business School*, no sentido de acompanhar esta mudança e concretizar o seu grande objetivo, que passa pela empregabilidade dos alunos, criou em 2010 a *IBS Networking*.

O grande objetivo deste estudo é analisar a eficácia e a eficiência da *IBS Networking*, bem como a satisfação dos utilizadores, tendo sempre como referência os objetivos de criação da rede: reunir a rede global de alunos; aproximar os utilizadores do mercado de trabalho; contacto ativo e permanente, bem como interação, entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma Escola (*Alumni*); motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados; auxiliar os utilizadores a desenvolver as suas carreiras e redes de relações profissionais; e por fim, permitir um contacto constante com antigos alunos.

Recorreu-se ao método do estudo de caso, tendo sido realizada uma entrevista à Gestora da Rede e aplicados dois questionários aos utilizadores da rede: empresas e antigos e atuais alunos.

Após a análise dos mesmos foi possível aferir que tanto os utilizadores como a Instituição, estão satisfeitos com a *IBS Networking*. Além da satisfação, foi possível identificar tendências de utilização desta rede social, bem como questões relacionadas com o futuro da mesma.

Palavras-chave: *IBS Networking*, Redes Sociais, Internet, Evolução tecnológica

Classificação JEL: M15 - IT Management; O15 – Human Resources

Abstract

The twenty first century has brought an unquestionable technological revolution and with it came the virtual social networks, which are present either directly or indirectly, in everyone's lives. *Career Service*, a department of *ISCTE Business School*, in order to follow this change and accomplish their ultimate goal, which is the employability of students, created the *IBS Networking* in 2010.

The main objective of this study is to analyze *IBS Networking* effectiveness and efficiency, and user satisfaction, having in mind the objectives for setting up this network: to meet the global network of students; to bring users closer to the labor market, active and permanent contact, as well as interaction, between employers, *ISCTE Business School* students and alumni of the same school; to motivate users to have their data permanently updated; to help users develop their careers and professional networks of relationships, and at last to enable a constant contact with the alumni.

The research method is the case study, having been conducted an interview with the Network Manager and applied two questionnaires for network users: companies as well as current and former students.

After its analysis it was possible to recognize that both users and the Institution are satisfied with *IBS Networking*. Besides this satisfaction, it was possible to identify trends in using this social network, as well as issues related to its future.

Key-words: *IBS Networking*, Social Networks, Internet, Technological evolution

JEL Classification: M15 - IT Management; O15 – Human Resources

Agradecimentos

Chegar até este ponto, até ao momento de agradecer a quem foi mais importante, foi um longo caminho. Chegar até aqui seria impossível sem algumas pessoas:

- Em primeiro lugar, a Professora Alzira Duarte. Pela segunda oportunidade, pela ajuda e orientação, bem como pelo conhecimento transmitido;
- Em segundo lugar, o *Career Service*, em especial a Nádía Leitão. Pela ajuda e paciência ao longo do percurso de conceção deste estudo;
- Antigos Alunos, Alunos atuais e Empresas, pelas respostas aos questionários aplicados;
- Os meus Pais, porque sem eles não chegaria onde cheguei;
- Todos os restantes amigos e familiares, pelas palavras de encorajamento e carinho ao longo deste percurso.

Índice	
Resumo	III
Abstract	IV
Agradecimentos	V
Índice	VI
Introdução	1
Capítulo I – Enquadramento Teórico	4
1.1. Evolução Tecnológica	4
1.1.1. Internet	5
1.1.2. <i>World Wide Web</i>	6
1.2. Redes Sociais.....	8
1.2.1. Redes Sociais na Internet	10
1.2.2. Redes Sociais nas Empresas	11
1.2.3. Redes Sociais nas Universidades	13
1.3. Usabilidade das Redes Sociais	14
1.4. Satisfação dos utilizadores.....	16
1.5. <i>A IBS Networking</i>	18
1.5.1. 2ª Edição da <i>IBS Networking</i>	19
1.5.2. Estatísticas da <i>IBS Networking</i>	20
Capítulo II – Conceptualização da Problemática	24
2.1. Formulação do Problema.....	24
2.2. Questões de Investigação.....	24
Capítulo III – Metodologia	26
3.1. Tipo de Estudo.....	26
3.2. Amostra	27
3.3. Instrumentos para recolha de dados.....	27
3.4. Análise de dados	30
3.5. Procedimento de recolha de dados	30
Capítulo IV – Apresentação e Análise dos Dados	32
4.1. A perspetiva da Instituição	32
4.1.1. Criação da rede	32
4.1.2. Utilizadores da rede	32
4.1.3. Utilização da <i>IBS Networking</i>	33
4.1.4. Evolução da rede	35

4.2. A perspectiva das empresas.....	35
4.2.1. Caracterização da Empresa e Conhecimento da rede.....	35
4.2.2. Satisfação e objetivos de utilização.....	37
4.2.3. Utilização da rede.....	41
4.2.4. Evolução da rede.....	47
4.3. A perspectiva dos antigos e atuais Alunos.....	47
4.3.1. Caracterização dos alunos e Conhecimento da rede.....	47
4.3.2. Satisfação e objetivos.....	51
4.3.3. Utilização da rede.....	54
4.3.4. Evolução da rede.....	59
Capítulo V – Discussão dos Resultados e Conclusões.....	61
5.1. Criação da rede.....	61
5.2. Utilizadores da rede.....	61
5.3. Utilização da rede.....	64
5.4. Evolução da rede.....	68
5.5. Cumprimento dos objetivos de criação da <i>IBS Networking</i>	69
5.6. Limitações deste estudo.....	74
Referências Bibliográficas.....	76
Anexos.....	79
Anexo I – Tabela de organização das dimensões orientadoras da entrevista.....	80
Anexo II – Guião da Entrevista.....	82
Anexo III – Análise de conteúdo da entrevista.....	86
Anexo IV – Tabela de organização das dimensões orientadoras do questionário aplicado a empresas.....	96
Anexo V – Questionário aplicado a empresas.....	99
Anexo VI – Tabela de organização das dimensões orientadoras do questionário aplicado a alunos e antigos alunos.....	109
Anexo VII – Questionário aplicado a alunos e antigos alunos.....	112
Anexo IX – Tratamentos dos questionários aplicados – Empresas.....	122
Anexo X – Tratamentos dos questionários aplicados – Antigos e atuais alunos.....	134

Índice de Figuras

Figura 1 - Quadro da Usabilidade, segundo a norma ISO 9241-11 (1998), página 3	15
Figura 2 – TOP 10 das empresas que empregam mais alunos IBS	20
Figura 3 – Alunos por área de atividade principal.....	21
Figura 4 – Empresas registadas por setor de atividade.....	21
Figura 5 – Alunos por grau académico obtido na IBS	21
Figura 6- Anúncios publicados nos últimos 6 meses	22
Figura 7 – Anúncios por requisito de grau académico	22
Figura 8 – N° de entradas (logins) de alunos na <i>IBS Networking</i>	22
Figura 9 – Top das empresas pelas quais os alunos mais manifestaram interesse	23
Figura 10 – Utilização de redes sociais para objetivos de recrutamento.....	36
Figura 11 – Finalidade principal da <i>IBS Networking</i>	37
Figura 12 – Objetivos principais de registo na <i>IBS Networking</i>	38
Figura 13 – Grau de satisfação das empresas com a <i>IBS Networking</i>	38
Figura 14 – Grau de inovação da <i>IBS Networking</i>	39
Figura 15 – Dinamismo e Interatividade da <i>IBS Networking</i> segundo as empresas inquiridas	41
Figura 16 – Média de anúncios publicados por ano	42
Figura 17 – Tratamento da lista recebida de possíveis candidatos recebida	43
Figura 18 – Alunos que manifestaram interesse pelas empresas.....	45
Figura 19 – Grau de importância das estatísticas que constam na rede	46
Figura 20 – Habilitações académicas dos antigos e atuais alunos.....	48
Figura 21 – Posição atual dos antigos e atuais alunos na <i>IBS Networking</i>	50
Figura 22 – Finalidade principal da <i>IBS Networking</i> segundo antigos e atuais alunos..	51
Figura 23 – Objetivo principal pelo qual os antigos e atuais alunos estão registados na rede	52
Figura 24 – Grau de satisfação de antigos e atuais alunos com a <i>IBS Networking</i>	52
Figura 25 – Grau de inovação da <i>IBS Networking</i>	53
Figura 26 – Grau de dinamismo e interatividade da rede.....	54
Figura 27 – Antigos e atuais alunos contactados por empresas através da rede	55
Figura 28 – Razão principal pela qual manifestaram interesse	56
Figura 29 – Números de anúncios que os antigos e atuais alunos responderam.....	57

Introdução

Atualmente a utilização da Internet, e em especial de redes sociais virtuais, tornou-se um facto comum para a grande maioria das pessoas, situação esta que surgiu no desenrolar de uma revolução tecnológica cada vez mais rápida e contaminante.

Especificamente, em Portugal e segundo o *Estudo Os Portugueses e as Redes Sociais 2011*, realizado pela *Marktest Consulting*, a “(...) utilização da Internet em Portugal aumentou 9 vezes nos últimos 15 anos, passando de uma penetração de 6,3% em 1997 para 59% em 2011”. No ano de 2009 foi ultrapassado o número de não utilizadores de Internet pelo número de utilizadores, perfazendo um total de 4,9 milhões de indivíduos no Continente a utilizarem a Internet.

No Mundo, e segundo o mesmo estudo, a penetração da Internet ronda os 26%, superando 1,8 mil milhões de utilizadores. No entanto, segundo Castells (2008) ainda existem várias regiões do mundo e diversos segmentos de população que não têm acesso a novas tecnologias e conseqüentemente não utilizam Internet.

No que toca a redes sociais e especificamente em Portugal, (*Marktest Consulting*, 2011), 34,5% da população Portuguesa costuma utilizar redes sociais, enquanto que a restante (65,5%) não utiliza este tipo de redes. A rede social mais utilizada pelos Portugueses é o *Facebook*.

No seguimento desta evolução tecnológica e utilização de redes sociais, o *Career Service*, Departamento da *ISCTE Business School* que visa essencialmente contribuir para a empregabilidade dos alunos, criou em 2010 a *IBS Networking*, uma rede social que visa em primeira mão reunir a rede global de alunos, bem como aproximar os seus utilizadores do mercado de trabalho. Esta rede social permite um contacto ativo e permanente, bem como interação, entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma Escola (*Alumni*).

Uma vez que esta rede social é bastante recente e ainda não existe qualquer tipo de estudo sobre a mesma, procurou-se estudar a perspetiva das três partes envolvidas: Instituição, Empresas e Antigos e atuais alunos da *ISCTE Business School*, a nível de satisfação em relação à rede bem como tendências de utilização da mesma.

De forma a serem estudadas as tendências de utilização e também os graus de satisfação dos utilizadores da *IBS Networking*, foi utilizado o método do estudo de caso, onde foi aplicado uma entrevista à Gestora da *IBS Networking*, e questionários aos utilizadores desta rede social, empresas e antigos e atuais alunos, permitindo assim responder ao problema e questões de investigação definidos.

Desta forma, o presente estudo encontra-se estruturado em cinco capítulos principais, sendo eles: Enquadramento teórico, Problemática, Método, Apresentação e análise dos dados e Discussão dos resultados.

Desta forma, no primeiro capítulo – Enquadramento teórico – é feito um pequeno enquadramento relativo à evolução tecnológica que se vive nos dias de hoje. Neste seguimento é realizada uma descrição da evolução da Internet e consequentemente da *World Wide Web*. De seguida é abordado o tema das redes sociais sob diversas perspetivas, bem como analisado o tema das redes sociais na Internet. Ainda no que toca a redes sociais, será abordado o tema da usabilidade, eficácia e eficiência das mesmas, bem como da satisfação dos utilizadores. Por fim e ainda no enquadramento teórico é apresentada a *IBS Networking*, segundo dados e notícias que constam na imprensa e na própria rede.

O segundo capítulo engloba a descrição do problema deste estudo, bem como as consequentes questões de investigação que advêm do problema em causa.

O terceiro capítulo, o método, expõe o tipo de estudo escolhido, a amostra, os instrumentos que foram utilizados no sentido de serem recolhidos os dados, a explicação dos procedimentos de recolha e análise de dados.

O quarto capítulo – Apresentação e análise dos dados – centra-se na apresentação e análise da entrevista realizada à Gestora da Rede, tendo em conta as seguintes dimensões: Criação da rede, Utilizadores da rede, Utilização da *IBS Networking* e Evolução da rede. Além dos dados referentes à entrevista realizada, são também apresentados e analisados os dados referentes aos questionários aplicados a empresas (segundo as dimensões: Caracterização da empresa e conhecimento da rede, Satisfação e objetivos de utilização, Utilização da rede e Evolução da rede) e antigos e atuais alunos (segundo as dimensões: Caracterização dos alunos e conhecimento da rede, Satisfação e objetivos de utilização, Utilização da rede e Evolução da rede).

Por fim, o quinto e último capítulo – Discussão dos resultados e Conclusões – visa enunciar as conclusões deste estudo, tendo em vista a resposta ao problema e questões de investigação inicialmente colocadas. Além disso, visa também apresentar as limitações deste estudo, bem como apresentar sugestões de estudos futuros relacionados com a *IBS Networking*.

Capítulo I – Enquadramento Teórico

De acordo com Puck e Paul (2009), a Internet mudou a forma como fazemos muitas coisas. O rápido aumento do uso da Internet resultou igualmente num aumento de pesquisa de informação sobre empregos, entre todos os segmentos da população. Trabalhadores e Empregadores são confrontados com a necessidade de obter, mutuamente, informações pertinentes e verídicas.

1.1. Evolução Tecnológica

Segundo Barbosa *et al.* (2010), o Mundo está a viver uma revolução e transformação tecnológica e social, nunca antes vista. Castells (2002) considera que a atual revolução tecnológica é caracterizada pela aplicação de conhecimento, bem como de informação, na produção de novos conhecimentos e mecanismos de processamento/comunicação de novas informações. Este é um ciclo de realimentação entre a inovação e o seu próprio uso.

O mesmo autor refere que a atual revolução tecnológica é caracterizada por cinco características fundamentais: a informação é a matéria-prima da revolução tecnológica; tem uma elevada capacidade de penetração; existe subjacente uma lógica de redes que se formam; é baseada em flexibilidade bem como na sua capacidade de reconfiguração, aspeto fundamental na rápida mudança da envolvente; e por fim, existe uma convergência de tecnologias específicas para uma consequente integração do sistema.

Para O'Reilly (2011), o que é diferente hoje em dia é a velocidade com que o conhecimento se propaga: notícias, entretenimento e opiniões, são difundidas através de redes sociais, *sites* e motores de pesquisa.

Os autores Powel e Ghauri (2009) referem que a revolução da informação, bem como a revolução tecnológicas e as novas tecnologias, têm grande impacto na produção, distribuição, gestão e marketing, além de ter igualmente um grande impacto ao facilitar a comunicação. Os mesmos autores referem que a revolução tecnológica facilita e promove a globalização, bem como o crescimento económico global.

Com a evolução da tecnologia, surgiu a Internet, que acelerou a mudança, fazendo com que a informação esteja acessível a todo o globo, modificando barreiras geográficas mas sem acabar com as mesmas (Cardoso, 2003).

1.1.1. Internet

A criação da Internet e o seu conseqüente desenvolvimento nas últimas três décadas do século XX, e segundo Castells (2002), resultou de várias situações: estratégia militar, cooperação de grupos científicos, uma iniciativa de inovar tecnologicamente, bem como a inovação contra cultural. Para Cardoso (2003) a Internet foi o resultado da conjugação de três factores: investimento na investigação científica de temas relacionados com a Internet, intervenção e participação de empresas privadas no progresso e evolução tecnológica e cooperação entre utilizadores da Internet.

Segundo Schiller (2002), a designação Internet começou a ser utilizada nos anos 80, sendo hoje em dia, uma tecnologia de domínio comum. Cardoso (2003) considera que a Internet é, antes de mais, uma tecnologia. Segundo o mesmo autor, a Internet foi em 1969 uma tecnologia com um carácter completamente inovador, sendo que o continuou e continua a ser nas décadas que se seguiram, dado que as atenções de investigadores, utilizadores e empresas ficaram concentradas na mesma.

A cultura da Internet é a cultura dos criadores e utilizadores da Internet (Castells 2001), sendo que as pessoas têm, segundo Cardoso (2003), diferentes percepções sobre a mesma. O mesmo autor refere que a cultura da população tem um papel ativo e fundamental na forma como a mesma apropria a tecnologia. A Internet tem um papel influenciador, no entanto também é influenciada pelo que acontece por todo o mundo.

Segundo o mesmo autor, a cultura associada à Internet foi definida sobre três aspectos fundamentais: democratização de acesso, comunicação a partir de baixo e diversificação de público, oposto a um público de massa. Além disso, a interatividade é uma característica distintiva da Internet.

Hoje, a Internet tem a capacidade de distribuir informação ao longo de toda a atividade humana (Castells, 2001). Para Schiller (2002), grande parte da importância da Internet resulta de uma versatilidade que está a crescer, mas em grande parte resulta da capacidade de apoiar e alargar a disseminação dos meios de comunicação.

Na base da constituição da Internet, um novo salto tecnológico permitiu a difusão da mesma na sociedade em geral: a *World Wide Web*. Segundo Castells (2002) aqui organizam-se os conteúdos das diversas páginas da Internet, categorizados pelo tipo de

informação, ao invés da localização. Esta situação permitiu aos utilizadores uma fácil procura de informações que procuravam.

Também Schiller (2002) indica que a chegada repentina da Internet é, regra geral, associada ao crescimento e difusão da *World Wide Web*. O mesmo autor refere que a *World Wide Web* permite chegar mais facilmente a todos os recursos da Internet.

1.1.2. World Wide Web

Assim como a disseminação da alfabetização e dos livros impressos levaram à Era Moderna, a capacidade ainda maior para a transmissão de conhecimento através da *World Wide Web (WWW)*, está a impulsionar o Mundo para um futuro diferente: são criadas grandes quantidades de dados e armazenadas em aplicações que usam algoritmos inteligentes para extrair o significado da informação (O'Reilly 2011). Como referido na obra de Publishing (2010) a *World Wide Web* tornou a comunicação sem fronteiras, uma vez que derrubou barreiras de tempo e lugar.

A *World Wide Web* surgiu em 1991, sendo que o ano de 1993 é considerado o ano da viragem: é considerada de livre acesso e sem qualquer custo associado e surge o primeiro *Web Browser* que permite uma navegação entre páginas sem que exista qualquer dependência de ligações entre elas (Publishing, 2010).

Como uma das suas características, a *World Wide Web* é heterogénea, não apenas na natureza do conteúdo, mas na tecnologia e agentes utilizados para fornecer e formar esse conteúdo. Embora a heterogeneidade da *World Wide Web* seja uma das vantagens importantes, em que é flexível e adaptável, é também um dos seus pontos fracos, na medida em que não existe controlo do previsto (Harper e Chen 2011).

Ao longo do tempo a *World Wide Web* foi evoluindo. Com a *Web 1.0* existiu uma disponibilidade súbita e explosiva de informação por via electrónica, com acesso a inúmeras páginas da *Web* (Reh, 2011). Aqui os autores profissionais, grupos e organizações criavam conteúdos com base no que achavam ser as necessidades do público-alvo. Segundo Reh (2011), os utilizadores liam informações, utilizando diferentes métodos de pesquisa. No entanto os conteúdos disponibilizados eram limitados, uma vez que os utilizadores podiam ler e interagir com *sites*, mas não os podiam personalizar (Reid, 2008).

A *Web* que se seguiu, *Web 2.0*, surgiu em 2004, segundo Barbosa *et al.* (2010), como um novo paradigma da *Web*, através de uma sessão de *brainstorming* entre Tim O'Reilly e a *MediaLive International*. Enquanto que na *Web 1.0* o foco estava no relacionamento e estabelecimento de redes de pessoas (Barbosa *et al.*, 2010), a *Web 2.0* é uma evolução natural da tecnologia e do conhecimento, envolvendo interação, participação e *feedback* (Reh, 2011), onde os utilizadores passaram a ser autores e criadores de conteúdo. Além de um grande avanço tecnológico, a segunda geração da *Web* permitiu maior interatividade entre utilizadores e informação, bem como, uma geração de plataformas que permitem aos utilizadores criar e trocar os seus próprios conteúdos (Reid, 2008).

De acordo com Barbosa *et al.* (2010), a *Web 2.0* aglomera uma quantidade e variedade distinta de conceitos também eles diferentes. Na *Web 2.0* e segundo os mesmos autores, existe uma maior ênfase e incidência no conteúdo que é gerado pelo utilizador, além de outras mudanças, tais como: existiu um aumento da partilha de diversos conteúdos, um esforço de colaboração por parte dos utilizadores que é feito através das diversas redes sociais existentes, diferentes e inovadoras formas de interação entre utilizadores através de aplicações que são baseadas na *Web*, e por fim a *Web* é utilizada como uma plataforma que gera e consome conteúdos de forma constante.

Atualmente já estamos na era da *Web 3.0*. Com a *Web 3.0* irá existir cada vez mais uma evolução dos conteúdos, uma vez que são atribuídos significados aos dados, trazendo novos desafios para os mercados e novos benefícios para os utilizadores (Reh, 2011 e Reid, 2008). Reid (2008) afirma que a terceira geração da *Web* vai envolver mais dados sobre cada indivíduo e a sua relação com o mundo real: essas informações são cruzadas e analisadas de uma forma que atualmente se considera inimaginável.

Segundo Reh (2011), a *Web 3.0* além de identificar as necessidades das pessoas, também irá conseguir medir como os utilizadores encontraram os produtos, serviços ou organizações e o que eles sentem sobre isso. A *Web* vai ser integrada ainda mais com o mundo real, possibilitando uma interação e cooperação no trabalho entre computadores e humanos (Publishing, 2010). Para Barbosa *et al.* (2010) as aplicações referentes a inteligência coletiva, deixaram de ser guiadas apenas pelos seres humanos que introduziam os dados pela via tradicional (teclado), para passarem a complementar-se com sensores que irão facilitar a construção e troca de dados.

De forma conclusiva, a *World Wide Web* está em constante mudança evolutiva (Harper e Chen, 2011).

1.2. Redes Sociais

Castells (2008) afirma que entrámos num modelo cultural de organização e interação social. Este modelo resultou da convergência do progresso histórico e da evolução e mudança que existiu a nível da tecnologia. O Mundo está hoje construído em torno de redes sociais. Um estudo de Stanley Milgram do ano 1967, referido por Lopes e Cunha (2011) indica que se verifica com regularidade que, quando conhecemos uma pessoa nova, se chega à conclusão que existe uma terceira pessoa comum a ambos.

Segundo Wasserman e Faust (1994), citado por Zhou *et al* (2011) uma rede social consiste num conjunto finito ou conjunto de atores e a relação ou relações definidas entre eles. No caso das redes sociais humanas, os atores referem-se a pessoas individuais, enquanto as relações podem ser interpretadas de várias formas. Lopes e Cunha (2011) consideram que as redes sociais nas quais estamos inseridos são determinantes dos comportamentos que temos e também dos vários sucessos que temos ao longo da vida. Quanto à sua representação, as redes sociais podem ser representadas graficamente, através do sociograma. Esta representação gráfica das redes sociais ajuda a compreender o funcionamento de cada rede (Lopes e Cunha, 2011).

Para Gardner (2011), *Networking* é um conceito relacionado com organizações e indivíduos que juntam forças e/ou constroem relacionamentos com outras organizações e indivíduos para partilhar conhecimento, experiência e aprender mais, tendo em mente objetivos comuns. A criação e continuidade de uma rede social requer esforço, planeamento, visão e recursos.

Na sua essência, as redes sociais são dinâmicas e evoluem ao longo do tempo, sendo que esta dinâmica pode ser considerada de duas formas: a dinâmica do comportamento dentro de uma estrutura de rede e a evolução da própria rede ao longo do tempo (Zhou *et al.* 2011). Este dinamismo é associado a características de flexibilidade e adaptabilidade que são essenciais para sobreviver e prosperar em ambientes de rápida mutação, como o que estamos a viver agora.

Numa rede, os seres humanos têm tendência para se associar a pessoas semelhantes sendo este comportamento designado por homofilia, segundo Lopes e Cunha (2011).

Tendo em conta estes autores, a tendência para este comportamento homofílico resulta essencialmente do ser humano se sentir mais à vontade com indivíduos semelhantes e onde existe uma partilha, não apenas de características físicas, mas ainda de valores e ideias. Segundo os mesmos autores, existem dois tipos de homofilia: homofilia de estatuto e homofilia de valores. Enquanto a primeira se refere ao estatuto social, o segundo tipo refere-se a valores, atitudes e crenças que os indivíduos partilham entre si. No entanto é necessário salientar, que as pessoas não desempenham todas o mesmo papel dentro de uma rede.

Para Lopes e Cunha (2011), os indivíduos tendem a relacionar-se em subgrupos pequenos (a dimensão média de uma rede social ideal contém cerca de 150 contactos), estando assim limitados relativamente à dimensão e diversidade das redes sociais que são construídas e desenvolvidas ao longo da vida. Os mesmos autores referem que, geralmente percebemos as redes sociais com um tamanho consideravelmente grande, no entanto a dimensão das redes sociais é mais restrita do que a que geralmente consideramos, devido aos recursos cognitivos e mentais que possuímos e que são limitados. Neste seguimento, o capital social que possuímos deve ser gerido como um recurso bastante relevante e escasso, uma vez que o tempo e o esforço de relacionamento que possuímos são limitados.

Segundo os autores acima referidos, existem sete conceitos fundamentais para a obtenção de sucesso social dentro de uma rede: Centralidade, relação com poucos ou muitos atores de uma rede social; Endocentralidade, onde o indivíduo é escolhido, eleito por poucos ou muitos atores de uma rede social; Exocentralidade, onde o indivíduo escolhe o contacto com muitos ou poucos atores de uma rede social; Força dos laços, que dependem da frequência e intensidade emocional e podem ser laços fortes ou laços fracos; Intermediação, onde o indivíduo se encontra como elemento facilitador de dois atores que se procuram; Broker, grau de controlo da relação de outros dois atores de uma rede social; e por fim, Densidade da rede, grau de relacionamento entre os atores de uma rede social.

Uma nova forma social, a sociedade em rede, está a ser constituída em redor do planeta, embora de diversas formas e com diferenças consideráveis nas suas consequências para a vida das pessoas, dependendo da história, cultura e instituições (Castells, 2001).

1.2.1. Redes Sociais na Internet

Para os autores Cardoso e Lamy (2011), as redes sociais *online* existem a partir do momento em que os indivíduos são ativos e interagem na Internet. As novas tecnologias de informação e comunicação permitem que as redes globais, de forma seletiva, liguem tudo e todos em todo o Mundo (Castells 2008). Vicknair *et al.* (2010) referem que o uso das redes sociais *online* é hoje um fenómeno generalizado.

Segundo Oliveira, Cardoso e Jorge (2004), citados por Publishing, C. (2010), referem que perante a Internet estamos perante uma tecnologia social, onde milhões de pessoas interagem entre si, criando consequentemente novas dimensões de relação social e construindo novas formas de organização social. A Internet não é apenas um tecnologia ilimitada de acesso e produção de informação.

Vicknair *et al.* (2010) referem que a utilização de redes sociais oferece aos seus utilizadores saídas de socialização e permitem a utilização de um perfil como uma forma de autoexpressão, criando assim uma esfera social de contactos.

Lopes e Cunha (2011) referem que hoje em dia milhões de utilizadores visitam diariamente páginas electrónicas de *Networking*. Hoje em dia, *sites* como o *LinkedIn*, o *Facebook* e outros, são bastante populares para a maioria das pessoas e são indispensáveis à vida das mesmas o que resultou na criação de uma indústria.

O *LinkedIn* (disponível em <http://www.linkedin.com>) é uma rede social profissional fundada em 2002 e tem como objetivo ajudar o utilizador a encontrar conexões que fortaleçam e expandam a sua rede de contactos profissionais. Segundo Berkshire (2005) esta rede social é uma das mais utilizadas atualmente por profissionais. Quanto à rede social *Facebook* (disponível em <https://www.facebook.com>), esta tem como objetivo dar poder às pessoas de partilhar informações e tornar o mundo um lugar mais aberto e conectado. Outras redes sociais como o *Twitter* (disponível em <http://twitter.com/>) e o *MySpace* (disponível em <http://www.myspace.com/>), têm também elas como objetivos: comunicação e interação entre os utilizadores. Existem bastantes tipos de redes sociais e algumas delas com temas específicos, como por exemplo, pessoas que gostam de animais, pessoas bonitas, pessoas ricas, entre outras.

Para Cardoso e Lamy (2011), as redes sociais virtuais trouxeram a possibilidade de debate aberto, onde todas as pessoas com as competências de literacia e os meios necessários, sejam capazes de participar na criação e disseminação de informação.

Castells (2008) considera que os utilizadores da Internet se juntam a redes ou a grupos *online* dado que têm interesses e valores que partilham, e dado que têm interesses que são multidimensionais, também têm estes interesses enquanto membros de comunidades na Internet.

Para Lopes e Cunha (2011), os princípios que estabelecem e guiam as relações entre pessoas na vida real são os mesmos que na forma *online*, apesar das relações sociais se alterarem em função dos canais de comunicação pelas quais são realizadas. Em vários casos, o estabelecimento de relações na Internet pode inclusive amplificar as diferenças que existem, de forma natural, entre os indivíduos.

As redes sociais virtuais fazem parte da nova morfologia da sociedade e a evolução da tecnologia de informação fornece a base para a expansão e para a sua penetrabilidade na estrutura social (Castells, 2008).

No entanto, e apesar de todos os benefícios que possam advir, Lopes e Cunha (2011) consideram que além da *Web* também existem outros métodos de comunicação bastante relevantes, salientando que não é na Internet que está a informação mais relevante para garantir o sucesso das pessoas e também não é de fácil acesso a todas. A informação que está disponível na Internet e conseqüentemente a todos os indivíduos, tem um valor diferenciado.

1.2.2. Redes Sociais nas Empresas

Para Andriole (2010) blogs, *sites*, mundos virtuais e redes sociais podem hoje em dia permitir que as empresas, de uma forma rentável, aumentem a vantagem competitiva bem como a sua produtividade. Para Berkshire (2005) os serviços *online* e mais especificamente as redes sociais, oferecem vantagens nos procedimentos de recursos humanos. Andriole (2010) refere que algumas empresas bloqueiam o acesso a redes sociais por parte dos funcionários, no entanto outras estão a criar os seus próprios *sites* de redes sociais.

Complementarmente, o mercado de trabalho é hoje um mercado aberto e sem qualquer restrição geográfica (Cappelli, 2009). O mesmo autor refere que num ambiente de competição feroz por colaboradores talentosos, as atuais empresas terão que ter domínio sobre a ciência de recrutar *online*.

Vicknair *et al.* (2010) e Berkshire (2005) referem uma tendência atual e recente para os empregadores e recrutadores é a utilização de redes sociais para a seleção de candidatos como parte do processo de contratação de colaboradores. Segundos estes autores, as empresas estão também, a utilizar cada vez mais as redes sociais como uma ferramenta de triagem para os candidatos a emprego.

Cappelli (2001) refere que antigamente e para cargos de alto nível, a grande maioria das vezes existia a necessidade de se contratar *headhunters*, o que era bastante dispendioso. Agora, segundo o autor, pesquisando na Internet e nas redes sociais, existe a possibilidade de se pesquisarem candidatos de todos os níveis e analisar os seus perfis, além de que é possível entrar em contacto com os mesmos de forma bastante rápida. O autor refere que aquando da identificação de um bom candidato a velocidade de contacto é essencial, devido à grande quantidade de empresas concorrentes. Além da velocidade, para este autor, a flexibilidade e a criatividade são essenciais na hora de recrutar nas redes sociais.

Para Vicknair *et al.* (2010) o uso de redes sociais por parte das empresas permite às mesmas a conexão com uma ampla rede de candidatos talentosos e com competências, inseridos em comunidades de nicho. Além de que, e segundo Cappelli (2001) existe uma grande redução de custos ao recrutar *online*, ao invés dos elevados custos dos meios tradicionais.

Importa no entanto referir, tal como Berkshire (2005) concluiu, que as redes sociais têm bastante potencial como forma de recrutamento, mas não devem ser utilizadas como forma única de recrutar um profissional. A autora refere que a tecnologia deverá servir de apoio, mas deverá ser essencialmente apoiada por profissionais com experiência em recrutamento. Segundo a mesma, as redes sociais deverão ser vistas como forma de apoiar e melhorar, mas não substituir os métodos de recrutamento que são utilizados tradicionalmente. Também Cappelli (2011) referiu que o toque humano é ainda indispensável nos processos de recrutamento.

Em suma, as redes sociais estão a ser cada vez mais utilizadas pelas empresas na hora de recrutar. No entanto Cappelli (2001) refere que a revolução no recrutamento ainda agora começou: com o avanço constante que existe na tecnologia, será permitido às empresas que realizem ainda mais o ciclo de contratação de forma *online*, tornando-se cada vez mais eficientes na procura e retenção de colaboradores talentosos.

1.2.3. Redes Sociais nas Universidades

Papp (2009) refere que várias Universidades estão claramente na vanguarda no que toca ao uso da tecnologia. No entanto, todas as Instituições de Ensino deverão se adaptar a esta evolução tecnológica, segundo o autor.

Gómez *et al.* (2012) referem que a utilização de redes sociais penetrou de forma profunda nas rotinas diárias dos alunos de Universidade, sendo que o consumo de redes sociais na população de estudantes é bastante elevado. Os mesmos autores referem que os estudantes de hoje em dia foram e estão a ser educados já com uma influência muito grande da Internet e dos meios audiovisuais. Também Maietta (2012) refere esta tendência, indicando ainda que o número de universitários a utilizar as redes sociais para fins profissionais está a aumentar de forma rápida, sendo que o grande objetivo é a procura de emprego. Segundo o autor esta situação acontece porque existem atualmente tendências de desemprego e a competição por um emprego é acrescida, especialmente no segmento dos estudantes universitários.

Também Maietta (2012) refere ainda que é inegável o potencial que a tecnologia, e mais propriamente as redes sociais, para encontrar um emprego.

Ainda Vicknair *et al.* (2010) referem que a utilização de redes sociais *online* nas universidades é uma ocorrência comum e que as mesmas podem ser usadas para a procura de emprego e *networking* profissional. No entanto, estes autores referem que algumas informações que são publicadas pelos alunos em redes sociais, podem ter um impacto negativo na procura de emprego e entrada dos mesmos para o mercado de trabalho.

Papp (2009) refere que dado a comunicação *online* se ter tornado completamente comum nos dias de hoje, as Universidades estão a explorar as potencialidades e possibilidade que possam advir do mundo virtual.

Goméz *et al.* (2012) referem que as redes sociais deram possibilidade, aos estudantes, e também o poder, de partilhar, criar, informar e comunicar. Além disso as redes sociais são elemento essencial na vida e no dia-a-dia dos estudantes e são o espaço ideal para a troca de informação de forma simples e rápida, segundo os mesmos autores.

Para Goméz *et al.* (2012) as redes sociais possuem um vasto potencial para a esfera educacional em conjunto com um uso social, como um espaço de partilha. Além de redes sociais de diversão, existem ainda as redes sociais profissionais. Para Maietta (2012) estes *sites* sociais têm valor no sentido em que é possível construir uma rede virtual com base nas relações que existem e são de confiança, no mundo *offline*. No entanto, e segundo Vicknair (2010) muitos alunos colocam o seu perfil como privado e só disponível para visualização com o seu consentimento.

De forma conclusiva e tendo em conta Goméz *et al.* (2012) os jovens de hoje em dia estão, com a utilização de redes sociais, a assimilar competências tecnológicas e de comunicação, competências estas que são essenciais nos dias que correm. Desta forma deve-se no futuro, segundo os autores, considerar o uso académico de redes sociais junto dos alunos universitários.

1.3. Usabilidade das Redes Sociais

A usabilidade de uma rede social é um aspeto fundamental a reter. Existem várias definições de usabilidade. Segundo a *International Organization for Standardization*, mais especificamente a ISO 9241-11 (1998), usabilidade refere-se à medida em que um produto pode ser utilizado por utilizadores específicos com eficácia, eficiência e satisfação, num determinado contexto específico. Neste caso a usabilidade das redes sociais referir-se-á utilização eficaz, eficiente e com satisfação dos utilizadores, de redes sociais específicas. Também Lindgaard e Dudek (2003) referem que os três pilares da usabilidade são a eficácia, a eficiência e a satisfação.

Segundo a ISO 9241-11 (1998), o grande objetivo de medir a usabilidade é permitir que os utilizadores alcancem determinadas metas e atendam a necessidades exclusivas de um contexto também ele específico. Segundo esta norma, o nível de usabilidade alcançado depende de circunstâncias específicas em que um produto ou serviço é utilizado. Neste caso, o nível de usabilidade de uma rede social, depende das circunstâncias específicas em que a mesma é utilizada.

A mesma norma refere que são requeridos cuidados ao generalizar os resultados de uma qualquer medição de usabilidade para um outro contexto que não o utilizado, e onde podem existir diferentes tipos de utilizadores, tarefas ou ambientes. A norma indica ainda que a escolha das medidas para medição da usabilidade é necessária para fornecer pelo menos uma medida para a eficácia, a eficiência e a satisfação do utilizador, ou seja, a fim de especificar ou medir a usabilidade é necessário identificar objetivos e fazer uma decomposição da eficácia, eficiência e satisfação e ainda os componentes do contexto de utilização em subcomponentes com atributos mensuráveis e verificáveis, tal como demonstra a figura seguinte (figura 1):

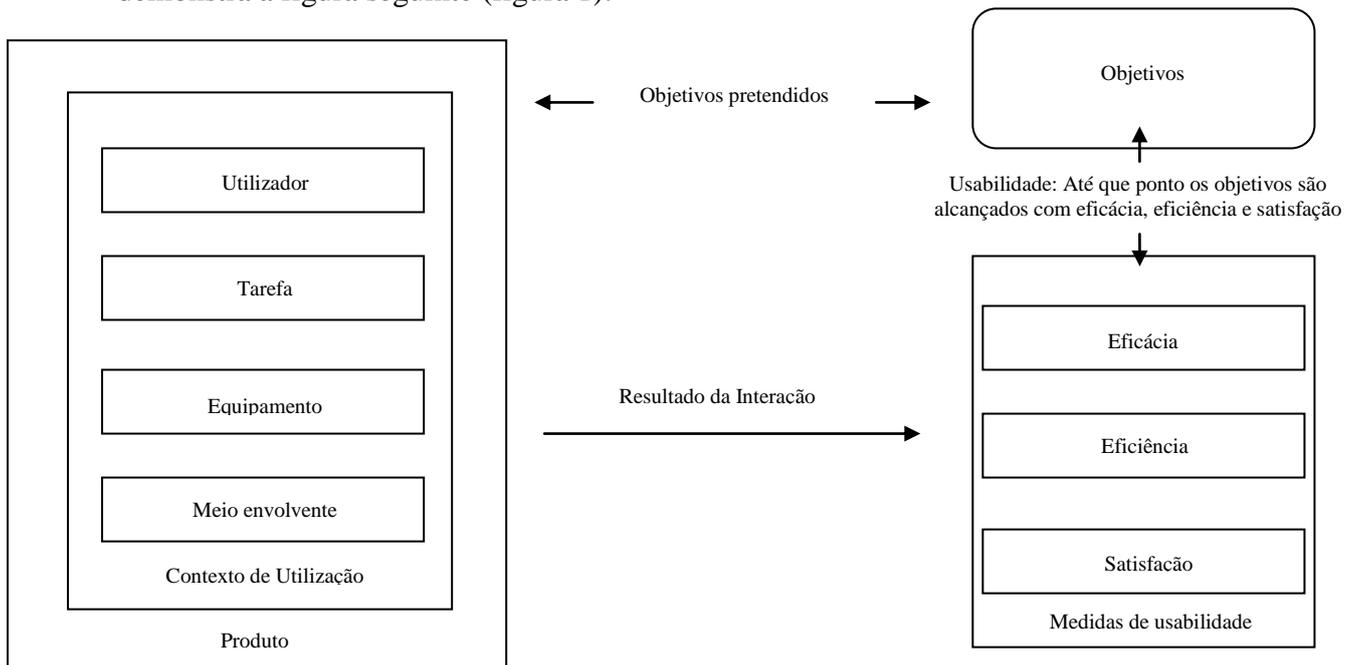


Figura 1 - Quadro da Usabilidade, segundo a norma ISO 9241-11 (1998), página 3

Para Tractinsky *et al.* (2000), existe uma relação estreita entre a percepção estética dos utilizadores e a percepção de usabilidade que têm de um sistema, ou seja, aquilo que é visto como “bonito” é consequentemente utilizável.

Segundo Lindgaard e Dudek (2003) a preocupação com a usabilidade faz parte integrante da experiência do utilizador, embora a usabilidade seja avaliada de maneira independente dos aspetos afetivos da satisfação dos utilizadores. Segundo estes autores, a experiência do utilizador na utilização da Internet depende do tipo de *site*, a finalidade com que o utilizador tem em mente ao interagir no *site*, a quantidade de tempo à disposição do utilizador, o seu quadro mental quando visita o local e muitos outros.

Robalo (1995) sublinha que os dois termos, eficácia e eficiência não são iguais, embora sejam muitas vezes confundidos. Relativamente à eficácia, a norma ISO 9241-11 (1998) refere que medidas de eficácia relacionam as metas ou submetas dos utilizadores para a exatidão e integridade com que estes objetivos podem ser alcançados. Robalo (1995) refere que a eficácia está relacionada com o que fazer numa situação, ou seja, está relacionada com o facto de um objetivo ser ou não ser atingido, tendo ainda em consideração se esse é de facto o objetivo a atingir.

Quanto à eficiência a norma ISO 9241-11 (1998) refere que medidas de eficiência relacionam o nível de eficácia alcançada com o dispêndio de recursos (como por exemplo, recursos mentais, físicos, de tempo, materiais ou de custo financeiro). Robalo (1995) sublinha que eficiência está relacionada com a forma como se obtêm os resultados pretendidos, ou seja refere-se à melhor forma de atingir o objetivo pretendido.

A norma ISO 9241-11 (1998) refere ainda que de forma a se determinar o nível de usabilidade que é alcançado, precisa-se de primeiramente medir o desempenho e a satisfação dos utilizadores. Segundo a norma, estas medidas de desempenho e satisfação dos utilizadores podem fornecer uma base para a comparação da usabilidade de produtos que possuem diferentes características técnicas mas que são utilizados no mesmo contexto. Adotando esta informação para o tema das redes sociais, as medidas de desempenho e satisfação dos utilizadores das mesmas, podem proporcionar uma base para a comparação da usabilidade de várias redes sociais que possuem entre si diferentes características técnicas e são utilizadas com a mesma finalidade.

Para Ward e Marsden (2004) que os utilizadores reagem fortemente a falhas graves de usabilidade. Os autores referem que na avaliação da usabilidade é necessário detetar as reações dos utilizadores a estímulos bastantes subtis. Um exemplo referido pelos mesmos, refere a avaliação da usabilidade de *site* na *web*: os *designers* dos mesmos deverão estar interessados em determinar com qual das opções alternativas é mais provável atrair, manter ou afastar a atenção dos utilizadores.

1.4. Satisfação dos utilizadores

Segundo a ISO 9241-11 (1998), a satisfação dos utilizadores mede a extensão em que os mesmos estão livres de sensações de desconforto. A norma refere que a satisfação pode

ser especificada e medida pela avaliação subjetiva de diferentes escalas ou pela extensão em que os objetivos de usabilidade específicos foram cumpridos. Também os comentários positivos ou negativos registados durante a utilização podem ser considerados medidas de satisfação, segundo a norma em questão. Para Lindgaard e Dudek (2003) a satisfação do utilizador é a soma subjetiva da experiência interativa de utilização. Segundo estes autores, conceitos relacionados com estética, emoção, expectativa, simpatia e facilidade de uso influenciam a experiência interativa do utilizador. No entanto variam de acordo com o tipo de experiência e utilizador.

Os mesmos autores referem que a satisfação do utilizadores é uma construção complexa que compreende várias componentes afetivas, assim como a existência de uma preocupação para a facilidade de utilização. As expectativas que os utilizadores têm *a priori* desempenham ainda um papel importante na formação da satisfação dos vários utilizadores.

Bailey e Pearson (1983) referem que a satisfação de um utilizador com determinada situação resulta de uma soma de sentimentos ou atitudes em direção a uma variedade de fatores que afetam essa situação. Os autores referem ainda que a satisfação é a soma das reações positivas e negativas a determinado conjunto de fatores. Para estes autores, existem claramente uma série de determinados fatores que afetam a satisfação do utilizador do computador. Chin e Lee (2000) referem ainda que a satisfação do utilizador final pode ser definida como a avaliação global afetiva que o utilizador tem sobre a sua experiência.

Também Ives *et al.* (1983) deram o seu contributo no estudo da satisfação do utilizador, mais propriamente, no estudo da satisfação dos utilizadores com sistemas de informação. Estes autores definem a satisfação do utilizador de informação como a medida em que este utilizador acredita que o sistema informativo que está disponível atende às suas necessidades em termos de informação. Estes autores referem que um sistema de informação que consiga atender às necessidades dos utilizadores vai reforçar a satisfação dos mesmos, ao invés de um sistema de informação que não forneça as informações necessárias e que vai gerar insatisfação nos seus utilizadores.

Relativamente à medição da satisfação, Chin *et al.* (1988) referem que existem tipos de perguntas que não são adequadas para questionários que avaliam a satisfação dos utilizadores. Questionários com perguntas fechadas não são suficientes em sistemas de

avaliação da satisfação, dado que não permitem que se identifiquem os novos recursos que são necessários. Questionários com perguntas abertas foram sugeridos, no entanto os autores concluíram que os utilizadores preferem adjetivos concretos para avaliar. Os autores referem ainda que perguntas de avaliação que sejam específicas parecem ser mais precisas do que questões que se referem à satisfação global do utilizador. Também Chin e Lee (2000) desenvolveram estudos acerca da melhor forma de medir a satisfação dos utilizadores, sendo que referem como as melhores escalas de avaliação são as de tipo *likert* ou escalas de diferencial semântico.

Chin e Lee (2000) realizaram estudos acerca da experiência do utilizador e referem que as expectativas e os desejos dos utilizadores têm ambos impacto na satisfação global dos mesmos. A diferença entre as expectativas anteriores à utilização e as percepções após a utilização junto com a avaliação do utilizador acerca das discrepâncias entre ambas, resulta num impacto direto e multiplicador sobre a satisfação geral.

Estes autores referem que não é apenas o ajuste entre as expectativas prévias e os resultados subsequentes (aqueles que acontecem após a utilização) que têm impacto na satisfação, mas também a forma como o sistema atende aos desejos originais do utilizador final. Ou seja, um sistema que supera as expectativas e não supera necessariamente as necessidades desejadas, pode gerar sentimentos de insatisfação por parte do utilizador final. O utilizador poderá ainda se sentir insatisfeito se o desempenho não for o esperado, independentemente do desejo.

Por fim, importa abordar ainda os estudos de Rushinek e Rushinek (1986) relativamente à satisfação dos utilizadores. Estes autores referem que os utilizadores percebem quais as vantagens de um sistema e que efeito essas percepções têm sobre a satisfação geral dos mesmos. No estudo realizado, os autores concluíram que um bom tempo de resposta é o fator mais importante de satisfação de um utilizador, sendo que os utilizadores não gostam de esperar que o sistema responda. O número de sistemas e de utilizadores é o segundo indutor de satisfação mais importante. O terceiro e quarto fator mais importante para a satisfação dos utilizadores, é atender às expectativas dos mesmos e o custo-benefício, respetivamente.

1.5. A IBS Networking

A plataforma *IBS Networking* surgiu em Janeiro de



2011 (criada originalmente no ano 2010) sob a alçada do *Career Service*, um departamento da *ISCTE Business School* que visa apoiar e integrar os alunos da Escola no atual mercado de trabalho. O grande objetivo desta rede social é reunir a rede global de alunos, bem como aproximar os seus utilizadores do mercado de trabalho. Esta rede permite um contacto ativo e permanente, bem como interação, entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma Escola (*Alumni*).

Além destes objetivos, pretende-se motivar os utilizadores (alunos atuais, antigos alunos e entidades) para que tenham os seus dados permanentemente atualizados, auxiliar os utilizadores (alunos atuais e antigos alunos) a desenvolver as suas carreiras e conseqüentemente a sua rede de relações profissionais, e por fim, permitir um contacto constante com antigos alunos, que são elementos importante e valiosos para o progresso da Escola.

No sentido de promover a *ISCTE Business School* é ainda possível a partilha de informações sobre as atividades da Escola, bem como, a distinção de talentos formados na *IBS* que ocupam posições de destaque no mundo empresarial.

Para as entidades registadas é possível a publicação de anúncios de recrutamento, a pesquisa de *curricula* e informação sobre determinados alunos e perfis específicos que necessitem em determinado momento (caso haja autorização para consulta), bem como o contacto direto com alunos atuais a antigos alunos.

Para os alunos atuais e antigos alunos, através da plataforma é possível que os membros registados forneçam *feedback*, dando sugestões sobre os conteúdos publicados bem como atualizarem o seu *curriculum* e pesquisar ofertas de emprego.

1.5.1. 2ª Edição da *IBS Networking*

Após a 1ª Edição da *IBS Networking*, criada em 2010, surgiu a necessidade de efetuar algumas mudanças na rede. Assim, em junho de 2012 a *IBS Networking* foi renovada com o objetivo de permitir aos utilizadores da mesma um maior aproveitamento da rede, maior contacto entre utilizadores, bem como facilidade e rapidez no que toca a acessos de informação.

Mais especificamente, nesta 2ª Edição da *IBS Networking* foram introduzidas melhorias a nível de: preenchimento do perfil pessoal de cada aluno e antigo aluno, privacidade de

perfis, idioma de apresentação do perfil, colocação de *links* de perfis sociais (presentes no *LinkedIn* e no *Facebook*), possibilidade de se candidatar automaticamente a anúncios, disponibilidade de *curriculum vitae* na opção *Pesquisar finalistas*, procura de ex-alunos por filtros, envio de *e-mail* à turma, visualização de todos os anúncios ativos ou só aqueles em que os alunos são candidatos e por fim, opção de manifestar interesse por uma empresa.

1.5.2. Estatísticas da *IBS Networking*

Relativamente às estatísticas que estão disponíveis na *IBS Networking* (disponível em http://ibsnetworking.iscte-iul.pt/index.php?pt=stats&op=OP_STATS#this), podemos ver, em primeiro lugar o TOP 10 das empresas que empregam mais alunos da *ISCTE Business School*. Em primeiro lugar surge o *ISCTE – Lisbon University Institute* com 90 alunos. Esta não é uma situação normal, no entanto acontece porque esta informação é adquirida no momento de registo de experiência dos alunos no seu perfil, sendo que os atuais alunos colocaram a Instituição de ensino como experiência profissional. Em segundo lugar surge o *Grupo Banco Espírito Santo* com 64 alunos e por fim o *Grupo Caixa Geral de Depósitos* com 51 alunos (figura 2).

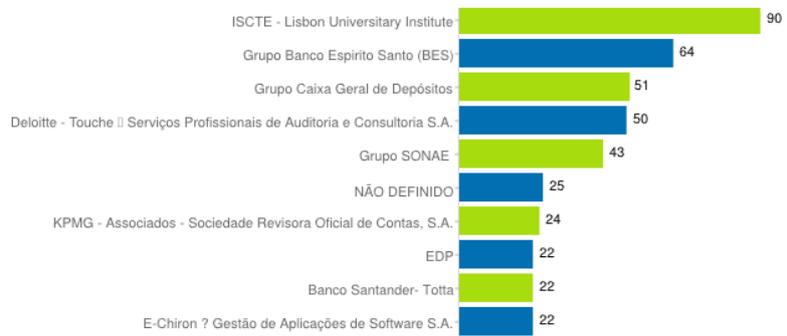


Figura 2 – TOP 10 das empresas que empregam mais alunos IBS

Na figura seguinte é possível verificar os alunos por área de atividade profissional, sendo a Consultoria – Auditora a área predominante (figura 3).

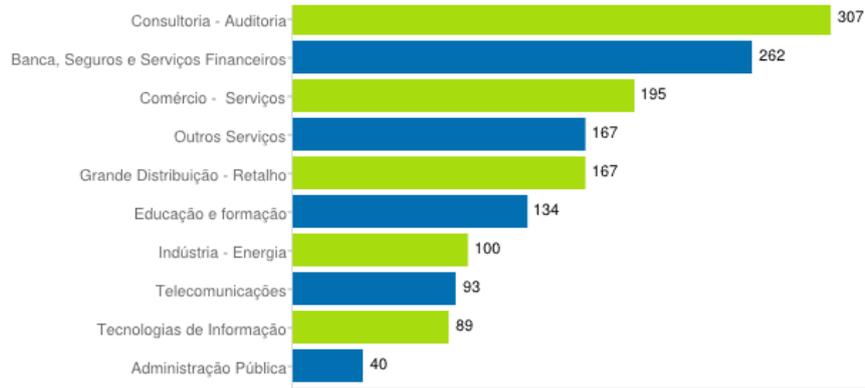


Figura 3 – Alunos por área de atividade principal

Quanto às empresas que estão registadas na *IBS Networking*, e segundo informações do próprio *site*, a grande maioria das empresas é do setor do Comércio e Serviços, seguido do setor da Consultoria e Auditoria e do sector das Tecnologias de informação (figura 4).

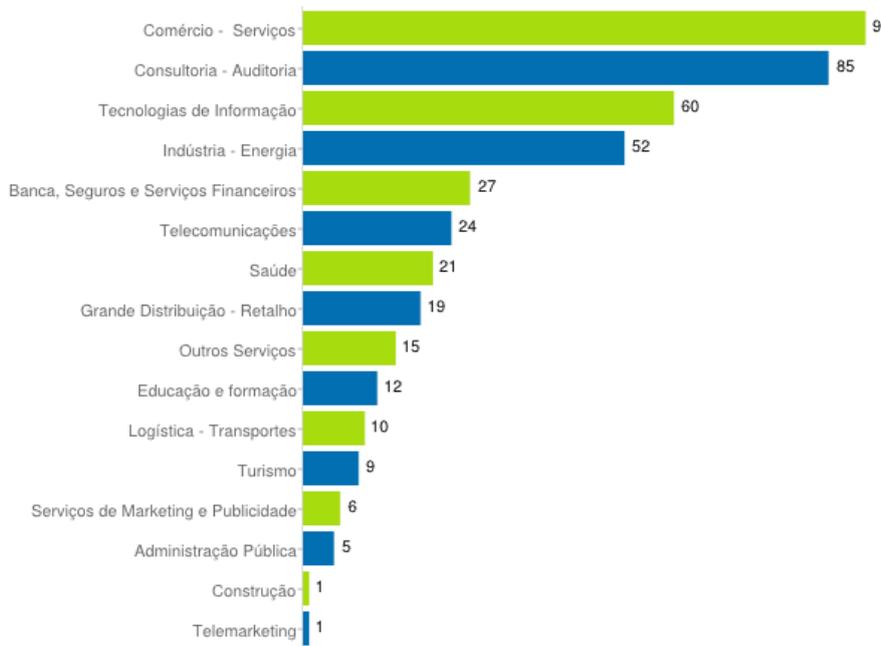


Figura 4 – Empresas registadas por setor de atividade

A grande maioria dos antigos e atuais alunos são licenciados, existindo desta forma menos mestres e ainda nenhum doutorado (figura 5).

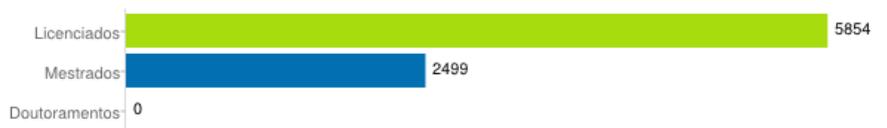


Figura 5 – Alunos por grau académico obtido na IBS

Relativamente a anúncios publicados na *IBS Networking*, pode-se observar que o mês de abril e o mês de maio deste ano, foram os meses com mais anúncios publicados. Em março e agosto, foram os meses em que existiram menos anúncios publicados (figura 6).

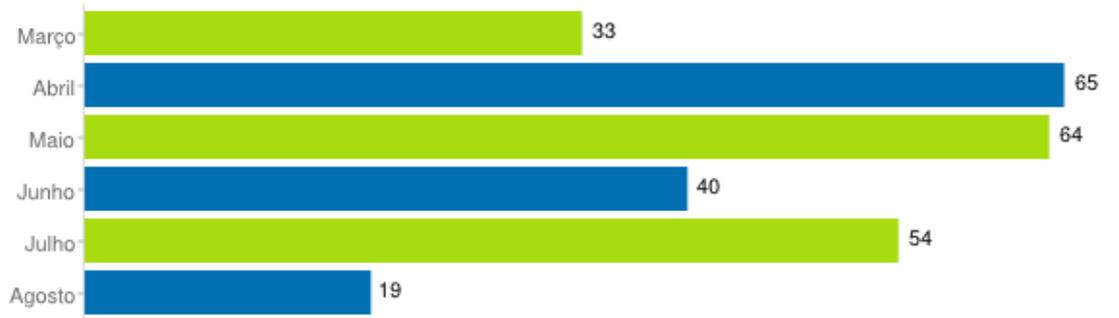


Figura 6- Anúncios publicados nos últimos 6 meses

Os anúncios publicados, requerem na maioria alunos licenciados, seguidos de alunos com mestrado, alunos com doutoramento e alunos com pós-graduação/especialização, tal como se pode ver na figura abaixo (figura 7).

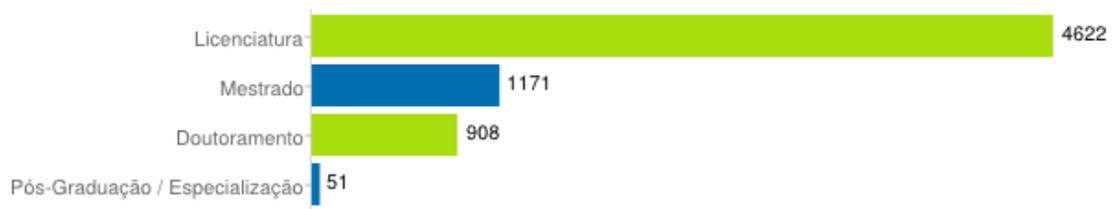


Figura 7 – Anúncios por requisito de grau académico

Nos últimos 12 meses, 52 189 alunos entraram no *site* da *IBS Networking*, nos últimos 6 meses, 34 044 alunos entraram neste *site* e nos últimos 3 meses existiram 14 707 logins (figura 8).



Figura 8 – N° de entradas (logins) de alunos na *IBS Networking*

Por fim, pode-se verificar na figura seguinte, que a *Accenture*, a *EDP* e a *Galp Energia, SA*, foram as três empresas que arrecadaram mais manifestações de interesse por parte dos alunos registados na *IBS Networking* (figura 9).

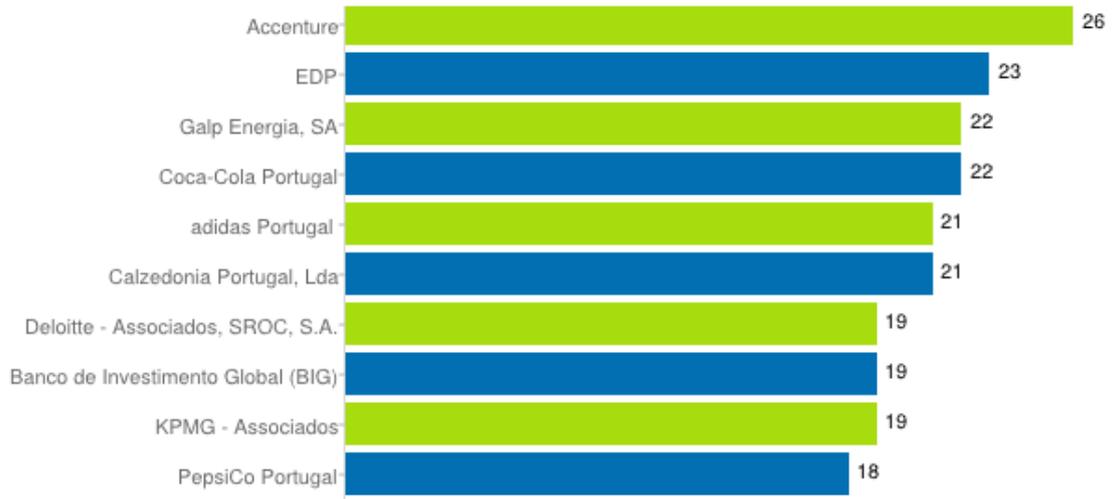


Figura 9 – Top das empresas pelas quais os alunos mais manifestaram interesse

Importa referir que, no perfil das empresas registadas, as estatísticas são diferentes, constando: anúncios publicados pela empresa por ano, alunos que manifestaram interesse na empresa, alunos na *IBS Networking* por área de atividade profissional, alunos por grau académico obtido na IBS e por fim, número de entradas (*logins*) de alunos na *IBS Networking*.

Capítulo II – Conceptualização da Problemática

Como resultado da revisão de literatura efetuada e do contexto de análise apresentado, apresenta-se de seguida a formulação do problema bem como as consequentes questões de investigação. Segundo Reto e Nunes (1999) na execução de um projeto científico, o momento mais importante é a formulação do problema de investigação do mesmo.

2.1. Formulação do Problema

O Século XXI trouxe uma revolução tecnológica inquestionável e com ele vieram as redes sociais virtuais, que estão presentes, de forma direta ou indireta, na vida de todas as pessoas.

Neste seguimento, o *Career Service*, departamento presente na *ISCTE Business School*, criou, em 2010, a *IBS Networking*. “(...) com a evolução das redes sociais, com o *Facebook*, o *LinkedIn*, etc., queríamos estar mais próximos dos alunos, então foi a ideia de criar um *site* só para nós (...)” (Gestora da *IBS Networking*).

O grande objetivo deste estudo é analisar a eficácia e a eficiência da *IBS Networking* (tendo em conta a segunda edição da rede), bem como a satisfação dos utilizadores, tendo sempre como referência os objetivos de criação da rede: reunir a rede global de alunos; aproximar os utilizadores do mercado de trabalho; contacto ativo e permanente, bem como interação, entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma Escola (*Alumni*); motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados; auxiliar os utilizadores a desenvolver as suas carreiras e redes de relações profissionais; e por fim, permitir um contacto constante com antigos alunos.

Para a concretização deste objetivo é importante analisar a comparar a perspetiva das três partes envolvidas: Perspetiva da Instituição, Perspetiva das Empresas registadas e Perspetiva dos antigos e atuais alunos registados.

2.2. Questões de Investigação

Após a definição do problema de investigação, importa definir as questões de investigação subjacentes.

Em primeiro lugar, importa analisar questões relacionadas com a criação da rede, identificar e caracterizar os utilizadores da rede, perceber o grau de utilização da plataforma, detetar limitações da rede e analisar o futuro da rede, tendo em conta a perspetiva da Instituição, representada pela Gestora da *IBS Networking*.

Em segundo lugar, identificar o grau de eficácia e eficiência da rede, bem como tendências e utilização e satisfação, junto das empresas registadas na *IBS Networking*. Desta forma, pretende-se caracterizar as empresas inquiridas bem como a forma como conheceram a rede, perceber o grau de satisfação e cumprimento de objetivos das empresas, caracterizar a utilização da rede a diferentes níveis e saber questões relacionadas com a evolução da *IBS Networking*.

Por fim, identificar o grau de eficácia e eficiência da rede, bem como tendências de utilização e satisfação, junto dos antigos e atuais alunos da *ISCTE Business School*, registados na *IBS Networking*. Desta forma, pretende-se caracterizar os antigos e atuais alunos inquiridos, bem como a forma como conheceram a rede, perceber o grau de satisfação e cumprimento de objetivos na utilização da rede, caracterizar a utilização da rede a diferentes níveis e saber questões relacionadas com a evolução da *IBS Networking*.

Capítulo III – Metodologia

Após a elaboração do enquadramento teórico e da formulação do problema, importa agora definir a metodologia de recolha de dados que serão a base fundamental do estudo em questão. Reto e Nunes (1999) referem que após a definição clara do problema de investigação, o dispositivo metodológico irá permitir a inferência dos dados recolhidos.

De seguida, serão então descritos os seguintes pontos: Tipo de estudo em questão, Amostra recolhida, Instrumentos utilizados na recolha de dados, Procedimento de análise dos dados recolhidos, bem como, Procedimento de recolha dos dados.

3.1. Tipo de Estudo

Tendo em conta o problema em causa, bem como as questões de investigação e uma vez que se trata de compreender uma realidade atual, o método que mais se adequa é o Estudo de Caso. Segundo Yin (2009), o Estudo de Caso permite a investigação de fenómenos atuais inseridos no seu próprio contexto. Este método é aplicável quando as fronteiras existentes entre determinado fenómeno e o seu contexto não se encontram especificadas e evidentes. O autor refere ainda que neste método se recorre a fontes de evidência múltiplas.

Neste estudo recorreu-se ao Estudo de caso uma vez que se pretende investigar a rede *IBS Networking*, uma rede atual, no seu contexto de atuação e desenvolvimento. Este foi o tipo de estudo eleito, uma vez que, e segundo Reto e Nunes (1999), o problema passa por “Compreender a realidade presente”.

Segundo os mesmos autores, este método de investigação tem suscitado algumas dúvidas, nomeadamente ao nível, de falta de rigor e controlo na situação que está a ser estudada. Esta situação pode levar a: enviesamentos por parte dos investigadores, impossibilidade de a partir de um único estudo de caso de generalizar a várias situações, e ainda ao facto de ser um método que consome bastante tempo ao investigador e pode produzir relatórios de investigação ilegíveis. No entanto, estas dúvidas estão completamente dissipadas porque segundo Reto e Nunes (1999) é possível criar dispositivos de informação bastante rigorosos e ainda quantificar as variáveis em estudo. Para isso recorre-se a diversas técnicas de recolha de dados e tratamento da informação. Este é hoje considerado um método de investigação privilegiado, e por isso eleito para diagnóstico e análise da rede *IBS Networking*.

3.2. Amostra

Relativamente à amostra escolhida para este estudo, é importante ter em conta a entrevista realizada e os questionários aplicados. Ambas são amostras não aleatórias, uma vez que existiu uma seleção propositada da população em estudo. No caso da entrevista, e tendo em conta a perspetiva Institucional, foi entrevistada a Gestora da *IBS Networking*. No caso dos questionários, os mesmos foram aplicados aos antigos e atuais alunos registados na rede, bem como às empresas registadas.

Segundo a Gestora da *IBS Networking*, a rede tem (a entrevista foi realizada no dia 18 de junho de 2012, pelo que no momento de realização do capítulo metodológico estes números poderão já ser diferentes) 1439 alunos atuais, 6688 antigos alunos e 1233 empresas registadas. Os questionários foram enviados para todos os antigos e atuais alunos pelos secretariados, a pedido do *Career Service*, e foram enviados pelo próprio *Career Service* para as empresas que estavam registadas. Desta forma, a amostra é constituída por 160 antigos e atuais alunos (242 antigos e atuais alunos iniciaram o questionário, no entanto, apenas 160 dos mesmos o completaram) e por 12 empresas (18 empresas iniciaram o questionário, no entanto, apenas 12 das mesmas o completaram).

3.3. Instrumentos para recolha de dados

Uma vez que o método utilizado é o Estudo de Caso, os Instrumentos e Técnicas de recolha de dados são diversificados, sendo os mais frequentes: análise documental, entrevistas e observação (Yin, 2009).

Numa primeira fase e após a revisão literária aos temas de Evolução tecnológica, Internet e Redes Sociais, bem como uma análise rigorosa ao *site* da rede e todas as funcionalidades presentes, procedeu-se à identificação das dimensões a considerar na entrevista (Anexo I). É importante referir que após a aplicação da entrevista e análise da mesma, surgiu a necessidade de agrupar algumas das dimensões definidas, sendo que as 14 dimensões inicialmente definidas, deram origem a 4 novas dimensões (Criação da rede, Utilizadores da rede, Utilização da rede e Evolução da rede).

A conceção desta tabela deu origem ao guião da entrevista (Anexo II), a aplicar à Gestora da *IBS Networking*. Este guião demorou cerca de duas semanas a fazer e teve em conta a revisão de literatura efetuada, bem como uma análise do *site* da *IBS Networking* e seus conteúdos. Na elaboração deste guião, teve-se em conta uma série de

questões que foram previamente formuladas, no entanto e no decorrer da entrevista existiu a necessidade de colocar questões que antes não tinham sido formulados, sendo que desta forma a entrevista considera-se do tipo semi-estruturada. Este tipo de entrevista pode trazer várias vantagens e novas questões que não foram delineadas na conceção da entrevista, adicionando assim valor acrescentado à mesma.

Desta forma, o guião da entrevista começa por abordar questões relacionadas com a criação da rede, nomeadamente a nível do processo de criação, iniciativa de divulgação e objetivos de criação. Numa segunda fase, a entrevista aborda questões relacionadas com os utilizadores da *IBS Networking*, a nível da interação entre os mesmos, da motivação na utilização da rede, bem como no *feedback* dos mesmos. De seguida, a entrevista tem como objetivo abordar questões relacionadas com a utilização da rede, ao nível de: serviços que presta, gestão da rede, dinamismo da rede, bem como limitações na utilização da mesma. Por fim, a entrevista procura inquirir sobre questões relacionadas com a evolução da *IBS Networking*, ao nível do presente e do futuro.

Reto e Nunes (1999), referem que além destas formas de obtenção dos dados a utilização de questionários para a recolha dos mesmos é também ela fiável. Desta forma, foram aplicados questionários a antigos e atuais alunos registados, bem como às empresas registadas na rede, de forma a inquirir a opinião dos mesmos, a vários níveis, acerca da *IBS Networking*.

Na conceção dos questionários, além da revisão de literatura efetuada aos temas já antes enumerados, teve-se e conta, e com uma maior incidência e rigor, a entrevista realizada à Gestora da rede, uma vez que é importante analisar as expectativas dos utilizadores da rede (atuais e antigos alunos e empresas) e comparar com as informações cedidas pela Gestora da rede (perspetiva da Instituição). Além disso também foi tido em conta, novamente, as informações que constam no *site* da rede. Estes procedimentos deram origem à elaboração de duas tabelas (Anexo IV e Anexo VI) com a descrição das dimensões a analisar com a aplicação de ambos os questionários. Novamente, é importante referir que após a aplicação dos questionários, surgiu a necessidade de agrupar algumas das dimensões definidas (o questionário aplicado a empresas ficou agrupado em quatro dimensões: Caracterização da empresa e conhecimento da rede, Satisfação e objetivos, Utilização da rede e Evolução da rede; o questionário aplicado a

alunos ficou igualmente agrupado em quatro dimensões: Caracterização pessoal e conhecimento da rede, Satisfação e objetivos, Utilização da rede e Evolução da rede).

A conceção destas tabelas, deu origem a dois questionários (Anexo V e Anexo VII), um deles a aplicar a antigos e atuais alunos e outro a aplicar a empresas. Os questionários demoraram cerca de duas semanas a serem concebidos. O questionário é essencialmente composto por questões de resposta fechada, de forma a avaliar com objetividade a opinião dos utilizadores e a facilitar o tratamento estatístico dos dados recolhidos. Relativamente às escalas utilizadas, foram utilizadas escalas nominais e escalas ordinais em várias das perguntas efetuadas.

Quanto ao questionário aplicado a empresas, o mesmo visa abordar numa primeira fase, a caracterização da empresa, bem como, a identificação de dados relativos à gestão da rede. De seguida, importa saber como é que a empresa teve conhecimento da rede. A terceira etapa do questionário visa apurar os objetivos de utilização da rede, bem como a satisfação relativamente à mesma, incluindo a interatividade e dinamismo. A próxima fase do questionário procura inquirir sobre dados relativos à utilização da rede, a nível de pesquisa de candidatos e serviços que a mesma presta. Por fim, o questionário procura aferir a opinião das empresas quanto a limitações da *IBS Networking* e quanto ao futuro da mesma.

Relativamente ao questionário aplicado a antigos e atuais alunos, numa primeira fase importa caracterizar os mesmos, recorrendo a perguntas de caracterização pessoal. Tal como no questionário aplicado a empresas, importa saber como é que os inquiridos tiveram conhecimento da rede. De seguida, importa saber, e numa perspetiva de opinião pessoal, quais os objetivos de utilização da rede, bem como a satisfação relativamente à mesma, incluindo interatividade e dinamismo. A quarta etapa do questionário aborda questões relacionadas com a utilização da *IBS Networking* e com os serviços que a mesma presta. Por fim, e novamente como no questionário aplicado a empresas, importa saber a opinião dos antigos e atuais Alunos, relativamente a limitações e futuro da rede.

Com a utilização destes Instrumentos de recolha dos dados, foi atendido um dos princípios do Estudo de Caso: recorrer a múltiplas fontes de informação.

3.4. Análise de dados

Recolhidos os dados, procedeu-se à organização e análise dos mesmos. A análise dos dados recolhidos é uma etapa fundamental, uma vez que os mesmos visam responder às questões de investigação, descritas no capítulo anterior.

Relativamente à entrevista realizada à Gestora da *IBS Networking*, a entrevista foi realizada em 1h30, sendo gravada e transcrita para papel. A entrevista completa foi partilhada com a Docente Alzira Duarte, não sendo deste modo apresentada aqui. Após a realização e transcrição da entrevista, procedeu-se à análise de conteúdo da mesma. Segundo Bardin (2009) a análise de conteúdo contempla um conjunto diversificado de técnicas de análise das comunicações. Esta análise engloba um conjunto de procedimentos sistematizados e descrição do conteúdo que está presente nas mensagens analisadas. A aplicação desta técnica de análise de dados é bastante vasta e aplica-se a diversas situações de comunicação. Neste seguimento, a análise de conteúdo realizada poderá ser visualizada em anexo (Anexo III).

Quanto aos resultados de ambos os questionários aplicados, foram tratados pelo *software PAWS Statistics 18*. Segundo Maroco (2010) este *software* permite manipular, analisar e apresentar resultados que resultam das análises de dados, com uma grande utilização nas Ciências Sociais e Humanas. No entanto e segundo este autor, este *software* é aplicado a todas as áreas do saber. Neste seguimento, e tendo em conta os dados obtidos, foi realizada uma análise descritiva, tendo em vista caracterizar e descrever a utilização da *IBS Networking* por parte de alunos e empresas.

3.5. Procedimento de recolha de dados

No que diz respeito ao procedimento de recolha dos dados, e numa primeira fase, a entrevista com a Gestora da rede foi agendada com a própria por via de *e-mail*. A realização da entrevista decorreu no dia 18 de junho de 2012, no gabinete do *Career Service*, tendo sido gravada através de meios electrónicos com o consentimento da entrevistada.

Relativamente aos questionários concebidos, os mesmos foram aplicados *online* através do *site SurveyMonkey*. Quanto ao questionário aplicado a empresas, foi enviado para os *e-mails* das empresas que estão registadas na rede. Este envio foi realizado por parte da Gestora da rede, para 1233 empresas, o número total de empresas registadas. No *e-mail*

enviado constava, além do *link* de acesso ao questionário, uma breve descrição do estudo em questão (Anexo VIII). Relativamente ao questionário aplicado a antigos e atuais alunos, o mesmo foi enviado para os utilizadores através dos secretariados da *ISCTE Business School*. Tal como na situação anterior, o *e-mail* enviado continha o *link* de acesso ao questionário, bem como uma breve descrição do estudo em questão. Ambos os questionários estiveram *online* durante duas semanas.

Capítulo IV – Apresentação e Análise dos Dados

Realizado o enquadramento teórico dos temas em análise, a formulação do problema e consequentes questões de investigação, bem como a metodologia de investigação, importa agora apresentar os dados obtidos com a aplicação da entrevista à Gestora da rede, e dos questionários aplicados a empresas e antigos e atuais alunos registados.

4.1. A perspetiva da Instituição

A perspetiva da Instituição tem em conta a entrevista realizada à Gestora da *IBS Networking*. Neste seguimento a entrevista será apresentada segundo as dimensões redefinidas: Criação da rede, Utilizadores da rede, Utilização da rede e Evolução da rede.

4.1.1. Criação da rede

A *IBS Networking* surgiu em 2010, surgindo esta ideia no *Career Service*, como já foi referido. A conceção técnica da plataforma ficou a cargo de uma empresa informática com a qual o ISCTE trabalha e é essa mesma empresa que assegura todo o apoio informático à rede. Segundo a Gestora, a *IBS Networking* “(...) vai de encontro ao que os alunos querem hoje em dia”.

Junto dos alunos a criação da rede foi divulgada através de *e-mail*, página do *Facebook*, *e-mail* dos secretariados para os delegados de turma e *Newsletter*. Junto das empresas, a *IBS Networking* foi divulgada através de um *e-mail* enviado para aquelas que constavam da base de dados do *site* do *Career Service*.

Quanto aos objetivos de criação da *IBS Networking*, a Gestora refere que o serviço básico da rede é a colocação de anúncios, no entanto refere que é muito mais do que isso. Essencialmente a criação da rede prende-se com o objetivo de criar uma rede, entre alunos, empresas e ex-alunos. A 2ª edição da rede veio ajudar a concretizar este objetivo, existindo a possibilidade de contacto entre utilizadores “Na rede sente-se *online* o que se sente de forma presencial, existe um espírito de proximidade”.

4.1.2. Utilizadores da rede

Os utilizadores da rede são empresas e antigos e atuais alunos. No momento de realização da entrevista (Junho de 2012) existiam 8127 antigos e atuais alunos, sendo

que 1439 são atuais alunos. Empresas registadas existem 1233. Quando questionada sobre a possibilidade de registo de professores da *ISCTE Business School*, a Gestora da rede refere que “Neste momento ainda não dá, ainda não colocámos essa hipótese”. Segundo a mesma, ainda não existem estatísticas da 2ª edição da *IBS Networking*, no entanto na 1ª edição existia interação na medida em que as empresas consultavam *curricula* e contactavam alunos para entrevistas.

A motivação principal dos alunos na utilização da *IBS Networking*, é a procura de emprego. Um segundo motivo, é o contacto com ex-alunos e empresas. Para as empresas, a Gestora refere que o motivo principal pelo qual se sentem motivadas a utilizar a *IBS Networking* é a pesquisa de alunos e a rapidez na pesquisa e diminuição de gastos na colocação de anúncios. Além disso, as empresas sabem que ali só pesquisam alunos do ISCTE, é um nicho de alunos. Para a Instituição o contacto com alunos, ex-alunos e empresas fica facilitado.

Os utilizadores fornecem *feedback* constante ao desenvolvimento da rede: as empresas valorizam a existência da *IBS Networking* porque não é comum e os alunos são receptivos e dão sugestões de melhoria constante. Essencialmente o *feedback* tem sido “Positivo, levam uma marca ISCTE (...)”, segundo a gestora da rede.

4.1.3. Utilização da *IBS Networking*

Relativamente à utilização da *IBS Networking*, importa primeiramente definir os serviços que a rede presta aos seus utilizadores. Segundo a Gestora da rede, aos antigos e atuais alunos a rede presta os seguintes serviços: colocação de anúncios (Quando uma vaga é colocada na *IBS Networking*, a empresa recebe automaticamente uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários para a vaga), contactos de empresas para pesquisar bem como os contactos dos membros do *Career Service*, colocação de eventos, agenda e estatísticas. Quanto aos serviços prestados a empresas, estes são: colocação de notícias, pesquisa de atualizações de dados dos alunos (na realização desta pesquisa, os alunos com melhores notas são distinguidos, uma vez que aparecem em primeiro lugar e por ordem decrescente), pesquisa de alunos *alumni*, relação de alunos que manifestaram interesse pela empresa, galeria de imagens, relação de todos os anúncios que colocaram, consulta de alunos finalistas, inscrição na feira de emprego e inscrição no *Summer Intership Program*. Ao nível da Instituição, a Gestora refere que é

possível marcar reuniões com alunos, entrevistas, divulgação de eventos, entre outros serviços.

Quanto a serviços mais específicos que a rede apresenta, pode-se referir a triagem de *curricula* (a rede não permite que um aluno que não cumpra os requisitos do anúncio se candidate ao mesmo), sendo que no *Career Service* é feita uma segunda triagem, que passa por uma segunda análise das candidaturas.

No que toca ao fórum que existe na rede, a Gestora da rede refere que o mesmo é pouco utilizado pelos alunos, não existindo interação entre os mesmos neste local específico da plataforma. Relativamente às notícias que são colocadas na plataforma, as notícias diárias provêm da imprensa, enquanto as notícias internas da IBS são colocadas com uma regularidade semanal.

Quando questionada sobre o grau de dinamismo da *IBS Networking*, a Gestora da rede refere que a rede é dinâmica e está em constante mudança, também devido à visão pioneira da escola. Quando questionada sobre a possibilidade de se efetuarem recomendações, a mesma referiu que essa hipótese ainda não foi considerada.

Relativamente às estatísticas de utilização da rede, o *Career Service* tem acesso a todas as estatísticas da rede.

As empresas vêem o perfil de todos os alunos, mas só aquilo que os alunos deixam ver (podem alterar as suas definições de privacidade). Relativamente aos finalistas é possível às empresas pesquisarem pelos seguintes critérios: licenciatura, mestrado, média, ano letivo, local onde pretendem trabalhar, línguas, nacionalidade ou vivência internacional. Já nos *alumni* é possível pesquisar por curso, mestrados internacionais e por ano letivo. Os filtros que existem foram definidos pelo *Career Service* e são aqueles que as empresas referem como os mais importantes. Ainda relativamente a questões de privacidade, os alunos não conseguem ver quem viu o seu perfil e as empresas também não conseguem ver quem entrou na sua página.

Por fim, procurou-se saber a opinião da Gestora da rede sobre as limitações da mesma. Referiu as duas principais: os alunos só podem responder a anúncios relacionados com a sua área, mesmo que tenham os requisitos e *skills* necessários para a vaga, e existe menos contacto de forma presencial.

4.1.4. Evolução da rede

Na primeira edição da *IBS Networking*, a Gestora refere que “(...) tudo o que foi planeado no início foi colocado (...)”. No início da rede não foi colocado tudo em prática (daquilo que existe agora) porque as necessidades foram surgindo com a utilização e daí nasceu a segunda edição da rede. Neste momento não existem novas ideias para a evolução da rede porque é importante adaptar as novas funcionalidades.

No entanto existe uma atualização constante da rede, sendo que a Gestora até aponta algumas ideias que poderão, eventualmente, ser colocadas em prática: internacionalizar o mais possível a plataforma com alunos de Erasmus e alunos que estejam a trabalhar fora do País, aumentar os contactos com os ex-alunos e adicionar a possibilidade de recomendações porque é um serviço que vai adicionar valor à *curricula* dos alunos. No entanto voltou a frisar “(...) não é estanque, portanto estamos sempre a evoluir”.

4.2. A perspetiva das empresas

Após conhecermos a perspetiva da Instituição, representada pela Gestora da *IBS Networking*, importa agora conhecer a perspetiva das 12 empresas que responderam ao questionário aplicado.

4.2.1. Caracterização da Empresa e Conhecimento da rede

Do total de empresas respondentes, a maioria atua no setor das telecomunicações (25%), seguido do setor das tecnologias de informação (16,7%). Com uma ponderação idêntica (8,3%) encontra-se as seguintes áreas: administração pública, consultoria e auditoria, educação e formação, grande distribuição e retalho, logística e transportes, serviços de *marketing* e publicidade e outros serviços (Anexo VIII).

A maioria das empresas tem mais de 1000 trabalhadores (41,7%), seguidas das empresas que têm entre 51 a 100 trabalhadores (25%). Com igual ponderação encontram-se as empresas com 6 a 20 trabalhadores e as empresas com 501 a 1000 trabalhadores. Conclui-se desta forma que as empresas respondentes são médias e grandes empresas. A implantação geográfica de mais de metade das empresas (58,3%) é nacional.

Relativamente às redes sociais em que as empresas estão registadas, 8 delas indicam que estão registadas na *IBS Networking*. No entanto 4 das empresas não selecionou esta

opção, situação esta que não está correta, uma vez que todas as empresas inquiridas estão registadas na *IBS Networking*. Relativamente às restantes redes sociais, 11 empresas estão registadas no *Facebook*, 11 empresas estão registadas no *LinkedIn* e 5 empresas estão registada no *Twitter*. Verifica-se desta forma que a maioria das empresas está registada nas redes sociais mais conhecidas, além do registo na *IBS Networking*.

Relativamente à utilização de redes sociais por parte das empresas inquiridas para fins de recrutamento (figura 10), e tal como podemos verificar no gráfico abaixo, 83,33% das empresas utilizam redes sociais para recrutar, enquanto 16,67% não utiliza redes sociais com esta finalidade.

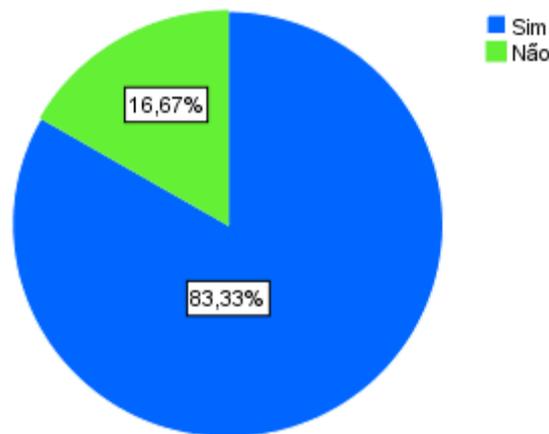


Figura 10 – Utilização de redes sociais para objetivos de recrutamento

Uma vez que apenas 10 empresas referiram que utilizavam redes sociais para recrutar, 4 delas utilizam a *IBS Networking* para recrutar, 4 utilizam o *Facebook*, 9 utilizam o *LinkedIn* e 1 delas recruta pelo *Twitter*. Desta forma verifica-se que a rede social mais utilizada pelas empresas inquiridas é o *LinkedIn*.

Quando questionadas sobre a função da pessoa responsável pela gestão do perfil da empresa na *IBS Networking*, a respostas foram divergentes ao nível da função, no entanto a maioria insere-se na área de recursos humanos. Algumas das funções enumeradas foram: Gerente, *Project Manager*, *HR Strategy Assistant*, Responsável de recrutamento, *Manager*, Coordenadora da área de recrutamento e seleção, *HR Analyst*, Técnico de Recursos Humanos, Técnica Superior, entre outras. A maioria destes profissionais (75%) está efetiva na empresa onde desenvolve funções e apenas um deles está registado na *IBS Networking* em nome individual.

Relativamente ao registo da empresa na rede, a grande maioria das empresas (83,3%) foi registada automaticamente aquando da criação da rede, isto significa que já constavam das bases de dados do *Career Service*). O *e-mail* enviado pelo *Career Service* foi a via pela qual todas as empresas conheceram a *IBS Networking*.

Quando questionadas sobre aquela que consideram ser a finalidade principal da *IBS Networking* (figura 11), 41,7% das empresas refere “Aproximar os utilizadores do Mercado de Trabalho”, seguidas das empresas que referem “Reunir a rede global de alunos” (25%) e “Publicar anúncios de emprego” (25%). 8,3% das empresas referem que a finalidade principal da rede é “Interação entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma escola.

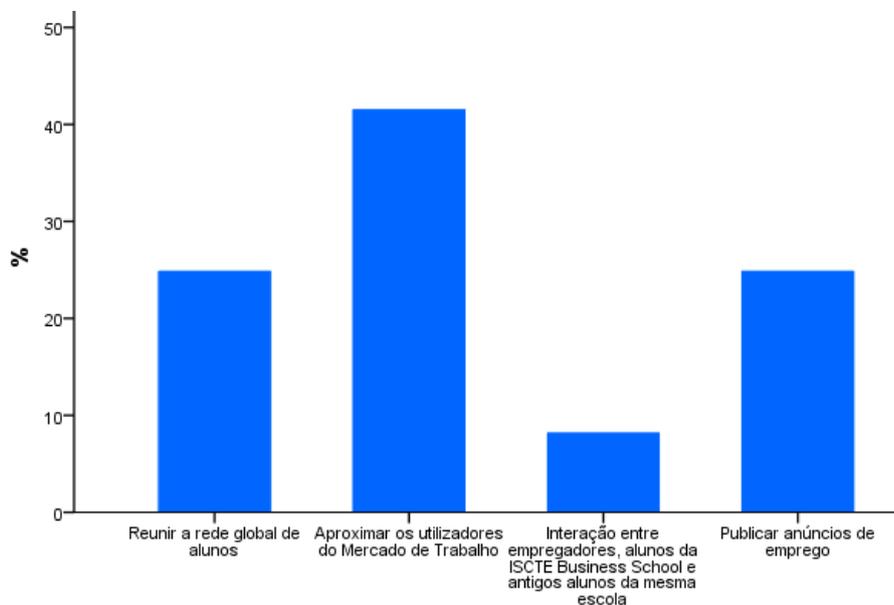


Figura 11 – Finalidade principal da *IBS Networking*

Por fim, a totalidade das empresas considera que a *IBS Networking* foi uma boa aposta da *ISCTE Business School*, sendo este facto bastante positivo.

4.2.2. Satisfação e objetivos de utilização

Relativamente aos objetivos de utilização da *IBS Networking* (figura 12), 33,3% das empresas refere que está registada com o objetivo de pesquisar possíveis candidatos à empresa. Com percentagens equitativas, 25% das empresas refere que o objetivo principal pelo qual está registada na rede é “Contacto com alunos”, enquanto os outros 25% refere que está registada com a finalidade de divulgar vagas de emprego. Com uma percentagem menos significativa (16,7%) encontra-se o objetivo “Apresentação da

empresa”. Desta forma verifica-se que a maioria das empresas utiliza esta rede específica com objetivos relacionados com recrutamento de alunos da *ISCTE Business School*.

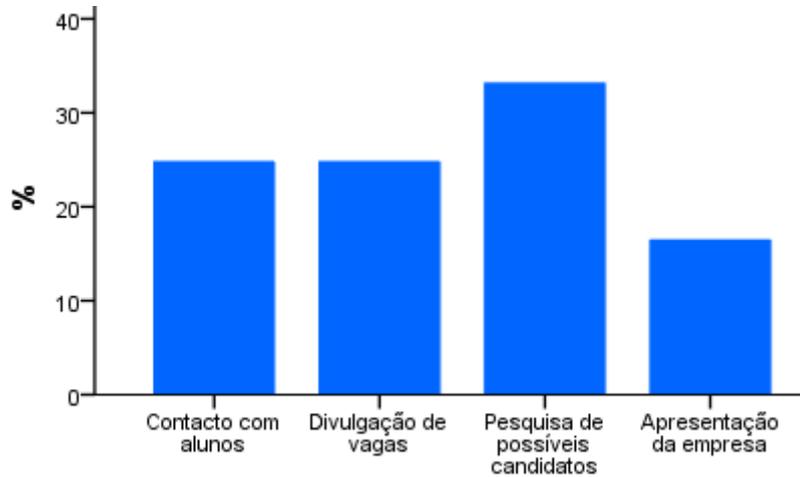


Figura 12 – Objetivos principais de registo na *IBS Networking*

Importa referir um aspeto bastante positivo: 100% das empresas afirma que o objetivo principal pelo qual está registada na *IBS Networking* está a ser cumprido.

Relativamente ao grau de satisfação das empresas com a *IBS Networking* (figura 13), a média de satisfação é de 4,7, considerando uma escala de 1 a 5, sendo que 1 corresponde a Nada Satisfeito e 5 a Muito Satisfeito, sendo que a maioria das empresas se encontra satisfeita. Desta forma, o grau de satisfação das empresas para com a *IBS Networking* é bastante elevado, sendo esta situação bastante positiva.

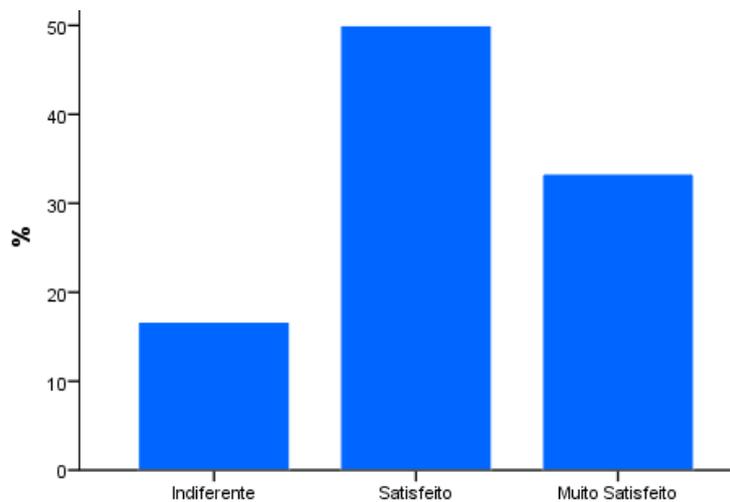


Figura 13 – Grau de satisfação das empresas com a *IBS Networking*

Tendo em conta o grau de satisfação, importa saber qual o grau de inovação que as empresas consideram que a *IBS Networking* tem (figura 14), uma vez que o grau de inovação pode influenciar o grau de satisfação dos utilizadores. Assim, 58,3% das empresas considera que a rede é Inovadora, enquanto 33,3% considera que a rede é Bastante Inovadora. Com uma percentagem menos significativa, encontra-se o nível Pouco Inovadora, sendo que o nível Nada Inovadora não foi utilizado para caracterizar a rede. Neste seguimento conclui-se que as empresas inquiridas consideram a *IBS Networking* uma rede Inovadora.

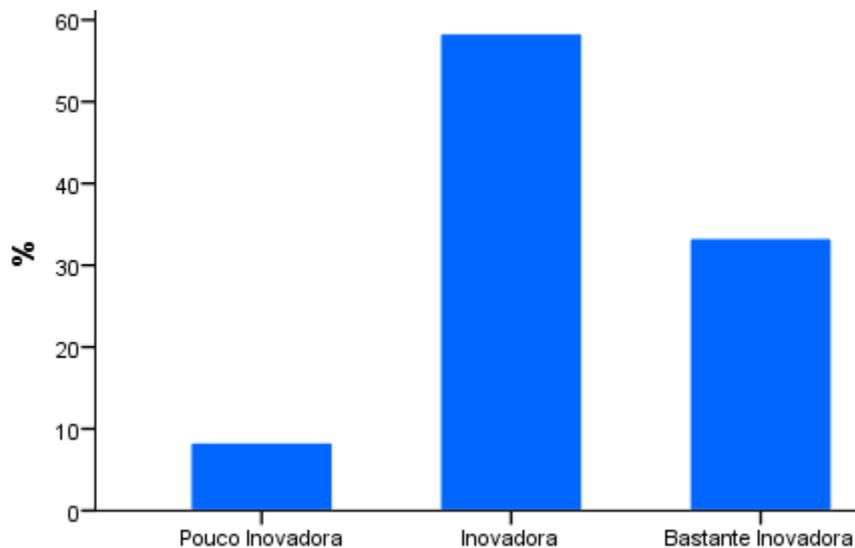


Figura 14 – Grau de inovação da *IBS Networking*

Importa ainda perceber se existe algum tipo de relação entre estas variáveis, uma vez que o grau de inovação pode, de alguma forma, influenciar o grau de satisfação das empresas. Com um *Phi* de 0,688 (considerando que com 1 existe uma relação perfeita, e 0 ausência de relação) verifica-se uma forte relação entre as variáveis, verificando-se assim que a inovação influencia a satisfação das empresas em relação à rede.

Considerando três critérios: Custos, Rapidez e Especificidades dos concorrentes, foi pedido às empresas que avaliassem os mesmos tendo em conta o recrutamento na *IBS Networking* ao invés de outros locais. Todos os critérios em questão foram classificados pela maioria dos indivíduos (41,7%) como importantes. O critério custos foi o único em que o nível Pouco Importante foi utilizado (apenas por 8,3%) das empresas. Desta forma, pode-se concluir que os critérios em questão são relevantes na altura da empresa escolher a *IBS Networking* ao invés de outros locais para recrutar.

Quando questionadas sobre a rentabilidade de recrutar na *IBS Networking*, 91,7% das empresas considera que é rentável. Esta situação está associada ao facto de não existirem custos de registo e de permanência na rede. Apenas 8,3% das empresas considera que não é rentável recrutar nesta rede social. Relacionando a questão custos com a satisfação das empresas em relação à rede, verificamos que existe uma relação forte entre elas, uma vez que o *Phi* é de 0,674. Desta forma o facto de não existirem custos associados ao registo e permanência da empresa na *IBS Networking* influencia a satisfação das empresas.

Por fim, e ainda dentro do parâmetro da satisfação e objetivos na utilização da *IBS Networking*, importa analisar o grau de dinamismo e interatividade que as empresas consideram que a rede tem (figura 15). Relativamente ao dinamismo da rede, 50% das empresas consideram que é Dinâmica. 25% das empresas inquiridas consideram que a *IBS Networking* é Pouco dinâmica, e com percentagens menos relevantes encontram-se os níveis Bastante dinâmica (16,7%) e Nada dinâmica (8,3%).

Relacionando a relação entre o grau de satisfação das empresas e o dinamismo da rede, verifica-se que existe uma relação bastante forte entre estas variáveis (*V de Cramer* de 0,839, considerando que com 1 existe uma associação perfeita, e 0 ausência de associação), ou seja o grau de dinamismo da rede influencia o grau de satisfação das empresas inquiridas.

Em relação à interatividade da rede (figura 15), a situação é exatamente igual: 50% das empresas considera que a rede é Interativa, 25% considera que a rede é Pouco interativa, 16,7% considera que a rede é Bastante interativa e 8,3% considera que a rede não é Nada interativa. Novamente, é importante ficar alerta relativamente a esta situação, uma vez que se verificam existir problemas na interatividade na rede, na perspetiva das empresas.

Relacionando estas duas variáveis, encontra-se uma associação forte entre as mesmas (*V de Cramer* de 0,839), ou seja, o nível de interatividade influencia o nível de satisfação das empresas.

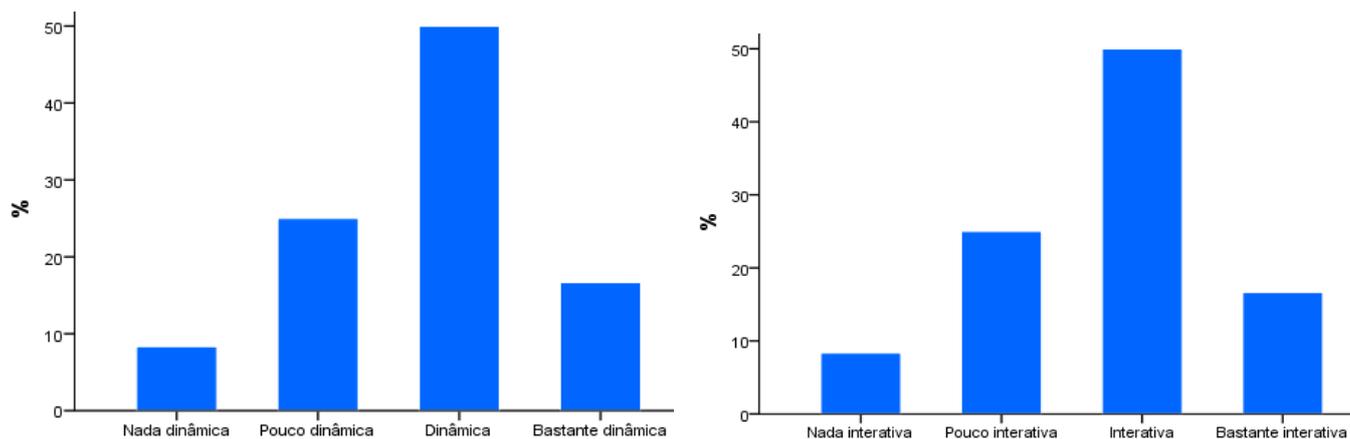


Figura 15 – Dinamismo e Interatividade da *IBS Networking* segundo as empresas inquiridas

4.2.3. Utilização da rede

De seguida, serão analisados vários aspetos relativamente à utilização da *IBS Networking* pelas empresas.

Em primeiro lugar, as empresas acedem à rede, na maioria (41,7%) todos os meses. Com percentagens equitativas (25%) existem as empresas que acedem duas a três vezes por ano e as empresas que acedem anualmente. 8,3% das empresas refere que não acede à plataforma. Relativamente à periodicidade de atualização dos dados de perfil das empresas, 33,3% atualiza os dados anualmente, enquanto outros 33,3% não atualiza os dados de perfil. 16,7% das empresas atualiza os dados mensalmente, e outros 16,7% atualiza os dados duas a três vezes por ano.

Quando colocada a questão “A empresa alguma vez entrou em contacto com um aluno ou antigo aluno, através do *e-mail* da *IBS Networking*?”, 50% das empresas afirmaram que sim, e conseqüentemente, 50% das empresas responderam que não. Das 6 empresas que responderam afirmativamente, 4 delas contactaram com o objetivo de divulgar ofertas de emprego, 1 delas contactou com o objetivo de conhecer mais aprofundadamente o aluno e 2 delas contactaram com o objetivo de capturar o aluno para a empresa. 66,7% das empresas nunca contactou um grupo restrito de alunos para a divulgação de ofertas de emprego específicas. 66,7% das empresas nunca recebeu um contacto de um aluno ou antigo aluno pelo *e-mail* da *IBS Networking*, enquanto que os restantes 33,3% já recebeu um contacto de alunos ou antigos alunos por esta via.

De seguida, importa analisar um ponto crucial do questionário aplicado: o recrutamento através da *IBS Networking*. Metade das empresas afirma já ter realizado recrutamento

através da rede, enquanto a outra metade afirma ainda não ter recrutado na plataforma. Das empresas que já recrutaram, 33,3% afirma que uma das razões é contacto intenso dos alunos com a realidade empresarial, 16,7% afirma que uma das razões se deve ao corpo de docentes de elevada reputação internacional, 66,7% afirma que uma das razões de recrutamento na IBS se deve à perspetiva e visão internacional da escola e dos alunos, e por fim, 33,3% considera que uma das razões para recrutar na IBS é a capacidade dos alunos para desenvolver carreiras profissionais sólidas.

83,3% das empresas já publicaram anúncios na *IBS Networking*. Das empresas que já publicaram anúncios na rede, 90% das mesmas publicou menos de 5 anúncios por ano (figura 16), enquanto 10% publica/publicou entre 11 a 20 anúncios por ano.

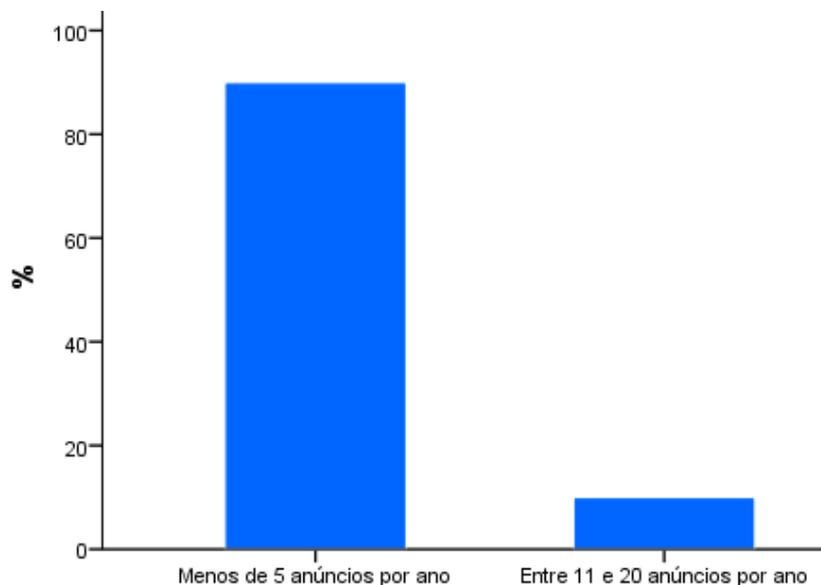


Figura 16 – Média de anúncios publicados por ano

Ainda relativamente às empresas que publicam ou já publicaram, quando o fazem recebem uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários para a função: 50% analisa ao pormenor esta lista mas não entra em contacto com todos os alunos que constam na mesma (figura 17), 40% analisa a lista ao pormenor e entra em contacto com todos os alunos que constam na mesma, e 10% refere que não recebe a lista em questão. Pode-se concluir que a lista recebida tem utilidade para a grande maioria das empresas inquiridas.

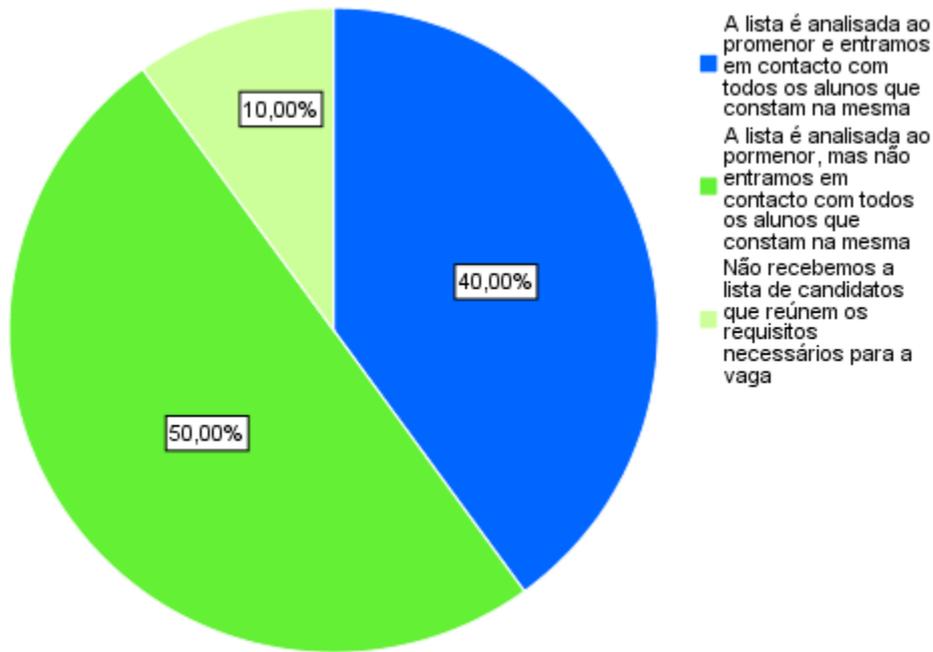


Figura 17 – Tratamento da lista recebida de possíveis candidatos recebida

Durante a utilização da *IBS Networking* poderão eventualmente existir problemas, no entanto apenas 16,7% das empresas refere que já ocorreram problemas técnicos na utilização da plataforma. Das 16,7% das empresas que referem que já ocorreu algum tipo de problema durante a utilização da plataforma, a totalidade refere que entrou em contacto com o *Career Service* que resolveu o problema. Verifica-se assim que não é comum a existência de problemas técnicos na rede e quando existem são rapidamente resolvidos.

Relacionando a ocorrência de problemas técnicos na utilização da rede com o grau de satisfação e tendo em conta um *Phi* de 0,447 verifica-se que existe uma relação mediana entre as duas variáveis, sendo que a ocorrência de problemas técnicos na utilização da *IBS Networking* influencia de alguma forma a satisfação das empresas.

De seguida, importa analisar uma função mais específica, que decorre da utilização da rede: a consulta de perfis e os filtros existentes. Da totalidade das empresas, para metade delas é frequente a consulta de perfis de alunos de forma a verificarem se algum se adequa às necessidades da empresa, sendo que a outra metade não efetua este tipo de pesquisa. Das empresas que fazem este tipo de pesquisa, 50% fá-lo mensalmente, 33,3% fá-lo duas a três vezes por ano e 16,7% fá-lo duas a três vezes por mês.

Na consulta de perfis, importa saber os critérios pelos quais é efetuada a pesquisa. Desta forma, das 6 empresas que afirmaram pesquisar candidatos na *IBS Networking*: 100% das empresas afirmam que o Curso é um critério de pesquisa, 33,3% das empresas aponta a Média como um dos critérios de pesquisa, 33,3% das empresas refere o Ano letivo como um dos critérios de pesquisa e 50% das empresas refere a Experiência Internacional como um dos critérios de pesquisa. Critérios como o Local onde pretende trabalhar, Línguas e Nacionalidade não foram apontados pelas empresas como critérios de pesquisa de alunos nesta rede social. Desta forma verifica-se que critérios académicos são mais procurados por empresas ao invés de critérios de cariz mais pessoal.

Relativamente ao grau de importância dos filtros que existem na *IBS Networking*, as empresas classificaram a sua importância numa escala de 1 Nada Importante a 5 Bastante Importante. Desta forma, apresentam-se de seguida as médias de importância dos filtros: filtro Curso com uma média de 4,83 (com um desvio de 0,408 face à média), o filtro Média com uma média de 4,17 (com um desvio de 0,753 face à média), o filtro Ano letivo com uma média de 3,83 (com um desvio de 0,753 face à média), o filtro Local onde pretende trabalhar com uma média de 3,83 (com um desvio face à média de 0,753), o filtro Línguas com uma média de 3,67 (com um desvio face à média de 0,516), o filtro Nacionalidade com uma média de 2,83 (com um desvio face à média de 0,983) e por fim o filtro Experiência internacional com uma média de 3,83 (com um desvio de 0,753 face à média). Desta forma, podemos observar que os filtros com um maior grau de importância são o Curso e a Média. Quanto aos filtros com um menor grau de importância estes são a Nacionalidade e Línguas. Novamente se verifica que os critérios académicos são mais valorizados pelas empresas inquiridas.

Ainda em relação às empresas que referiram que pesquisavam alunos na *IBS Networking*, metade destas empresas considera que deviam existir mais critérios de pesquisa, sendo que referiram “Experiência profissional” e “Atividades extracurriculares”. Na consulta de perfis na *IBS Networking*, as áreas que despertam mais atenção são o Percurso académico e o Percurso profissional, sendo que 50% das empresas considera o Percurso académico como a área que desperta mais atenção e a totalidade das empresas que pesquisam candidatos, considera o Percurso profissional como a área que desperta mais atenção.

Relativamente à disponibilidade de notícias na rede e envio de *Newsletters*, apenas 8,3% das empresas consulta com frequência as notícias que estão disponíveis na *IBS Networking*, enquanto 75% recebe a *Newsletter Career Service* e a *Newsletter IBS* por *e-mail*, mostrando-se assim interessadas em acompanhar as notícias relacionadas com a Instituição.

No que toca a outro aspeto mais específico de utilização da rede, a *IBS Networking* disponibiliza um *feed* de atualizações dos alunos e antigos alunos. 25% das empresas registadas afirma que consulta este *feed* de atualizações com uma periodicidade que varia entre diariamente, mensalmente e algumas vezes por ano.

Referente ao novo serviço da *IBS Networking*, que permite ao aluno mostrar interesse por determinada empresa (figura 18), 33,3% das empresas refere que 21 a 30 alunos já manifestaram interesse pela empresa. Com percentagens equitativas (16,7%) as empresas referem que “Ainda nenhum aluno ou antigo aluno manifestou interesse pela empresa”, “Entre 1 e 10” alunos manifestaram interesse, “Entre 11 e 20” alunos manifestaram interesse e “Mais de 40” alunos manifestaram interesse.

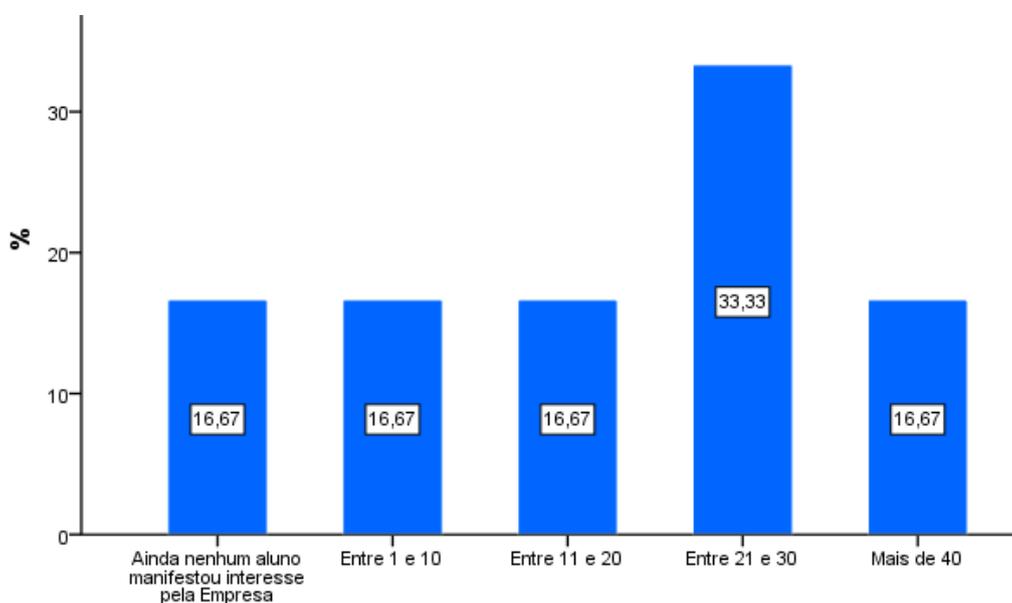


Figura 18 – Alunos que manifestaram interesse pelas empresas

Este é um facto interessante, uma vez que 66,7% das empresas procura conhecer melhor o perfil dos alunos que mostraram interesse pela empresa, verificando-se assim a importância deste novo serviço para os alunos registados, uma vez que se destacam dos alunos que não manifestaram interesse.

Ainda no que toca aos serviços que a *IBS Networking* disponibiliza, as estatísticas da rede é um desses serviços. Neste sentido é importante analisar qual a opinião das empresas relativamente a este serviço, se o considera importante ou não (figura 19). Conforme os resultados apurados a maioria das empresas (58,3%) considera que as estatísticas que constam na rede são importantes, enquanto as restantes variam de opinião entre Pouco importante e Indiferente.

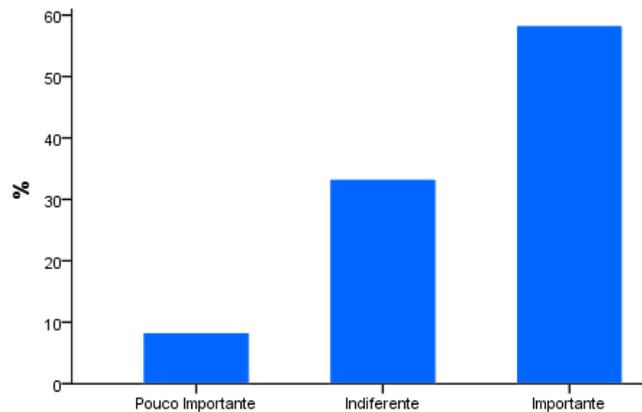


Figura 19 – Grau de importância das estatísticas que constam na rede

Ainda no decorrer dos serviços que a rede oferece às empresas no decorrer da utilização da *IBS Networking*, a triagem de *curricula* é um deles, uma vez que após o aluno se candidatar a um anúncio pela *IBS Networking*, o *Career Service* ainda irá analisar as candidaturas e fazer uma segunda triagem de *curricula*. 66,7% das empresas considera que é perceptível a existência desta triagem. Quando questionadas sobre o auxílio deste serviço em processo de Recrutamento & Seleção, 37,5% das empresas aponta a Redução de custos como fator de auxílio, 50% indica a Diminuição do volume de trabalho como razão de auxílio e por fim 87,5% das empresas aponta a Seleção dos candidatos com o melhor perfil como forma de auxílio nos seus processos de Recrutamento & Seleção.

Ainda relativamente à utilização da plataforma e relativamente à distinção de talentos da *ISCTE Business School* (realizada através do destaque dos alunos com melhores médias) um dos objetivos de criação da rede, a maioria das empresas (58,3%) considera que não é perceptível essa distinção. Nesse sentido deverão ser tomadas medidas para esta situação não se verificar.

Por fim, importa perceber se as empresas inquiridas consideram que a *IBS Networking* tem algum tipo de limitação. Desta forma, 8,3% das empresas aponta limitações a nível

técnico da plataforma, 33,3% aponta limitações a nível de conteúdo, 8,3% das empresas aponta limitações a nível de organização da plataforma e por fim, a percentagem mais relevante, 58,3% das empresas considera que a *IBS Networking* não tem qualquer tipo de limitação. A maioria das empresas não aponta limitações à rede, no entanto, é importante estar atentos às empresas que apontam limitações, de forma a uniformizar a satisfação para com a rede.

4.2.4. Evolução da rede

A nível de evolução e futuro da rede, as empresas foram questionadas sobre o grau de importância que as seguintes funcionalidades teriam para a empresa: Registo de professores, Recomendações, Salvar perfis que interessam, Visualização de alunos que viram o perfil da empresa e Conteúdos públicos (notícias, informações,...). Relativamente à funcionalidade de Registo de professores, a maioria das empresas (50%) considerou indiferente a aplicação desta funcionalidade à rede. Quanto às Recomendações, 41,7% das empresas considerou que seria importante a sua implementação na rede. Salvar perfis que interessam gerou bastante interesse por parte das empresas, uma vez que 41,7% das empresas considera Bastante importante a aplicação desta funcionalidade. Relativamente às funcionalidades Visualização de alunos que viram o perfil da empresa e Conteúdos públicos (notícias, informações, entre outros) as opiniões ficaram divididas entre o nível Indiferente (33,3% e 41,7% respetivamente) e Importante (33,3% e 41,7% respetivamente).

Quando questionadas sobre se acrescentariam outras funcionalidades à rede que não as enumeradas, a totalidade das empresas respondeu que não, demonstrando assim a sua satisfação para o estado atual da *IBS Networking*.

4.3. A perspetiva dos antigos e atuais Alunos

Por fim, e após apresentação da perspetiva da Instituição e das empresas em relação à *IBS Networking*, importa agora e por fim, analisar a perspetiva dos 160 antigos e atuais alunos inquiridos.

4.3.1. Caracterização dos alunos e Conhecimento da rede

Relativamente à idade dos antigos e atuais alunos, a grande maioria (88,1%) encontra-se no intervalo dos 18 aos 28 anos (Anexo IX). Entre os 29 e os 39 anos encontram-se

9,4% dos alunos inquiridos e com percentagens mais reduzidas encontram-se os antigos e atuais alunos com idades compreendidas entre os 40 e os 50 anos (1,9%) e com mais de 51 anos (0,6%). A maioria dos antigos e atuais alunos inquiridos são do sexo feminino (62,5%), enquanto os 37,5% restantes são do sexo masculino.

Destes 160 antigos e atuais alunos, 98,1% reside em Portugal, distribuindo-se pelos seguintes Distritos: 79,7% no Distrito de Lisboa, 16,6% no Distrito de Setúbal, 5,1% no Distrito de Santarém, 3,8% no Distrito de Leiria, e 0,6% nos Distritos de Braga, Aveiro, Faro, Região Autónoma da Madeira, Castelo Branco e Portalegre. Dos 11,9% dos antigos e atuais alunos que não residem em Portugal, distribuem-se por Espanha, China e Angola.

Relativamente às habilitações académicas (figura 20), a maioria dos antigos e atuais alunos é licenciado (51,9%), seguidos dos alunos mestres (32,5%). Com uma percentagem menos significativa, encontram-se os atuais alunos que ainda não concluíram a Licenciatura (12,5%). 3,1% Referiram que possuem outro tipo de habilitação académica, sendo esta a Pós-Graduação.

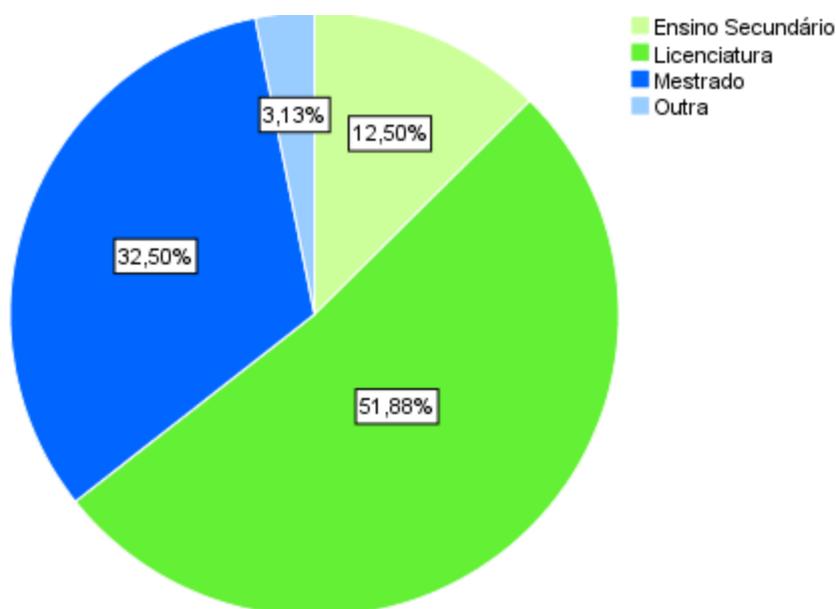


Figura 20 – Habilitações académicas dos antigos e atuais alunos

Relativamente às redes sociais que os antigos e atuais alunos, 86,3% afirmam estar registados na *IBS Networking*. No entanto, este valor deveria ser de 100% uma vez que os antigos e atuais alunos estão todos eles registados na *IBS Networking*, caso não tivessem, não teriam respondido ao questionário aplicado. 90,6% afirmam estar

registados no *Facebook*, uma rede social de entretenimento, 53,8% estão registados no *LinkedIn*, 16,9% estão registados no *Twitter* e por fim 5,6% estão registados no *My Space*. Ainda 5,6% dos antigos e atuais alunos afirma estar registados noutras redes sociais como: *Star Tracker*, *Tumblr*, *Pinterest*, *Instagram* e *Hi5*. Tal como as empresas inquiridas, a maioria dos alunos está registada nas redes sociais mais conhecidas.

Relativamente ao último curso realizado na *ISCTE Business School*, as respostas foram bastantes divergentes, encontrando-se os seguintes cursos referidos pelos alunos: Mestrado em Gestão de Recursos Humanos, Licenciatura em Gestão, Pós-Graduação em Economia da empresa e da Concorrência, Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos, SIM, Mestrado em Marketing, Mestrado em Gestão, MSC. Business Administration, Mestrado em Gestão de Serviços de Saúde, Mestrado em Gestão de Serviços e Tecnologias, Licenciatura em Finanças e Contabilidade, Licenciatura em Economia, Doutoramento em Gestão Geral Estratégia, Licenciatura em Finanças e Contabilidade, Pós-Graduação em Contabilidade, Licenciatura em Gestão e Engenharia Ambiental, Mestrado em Economia das empresas e Concorrência, Mestrado Executivo em Mercados e Activos e Financeiros, Mestrado em Economia da empresa e Concorrência, Licenciatura em Gestão de Marketing e MSC in Marketing.

Quando questionados relativamente à experiência profissional que possuem, os dados obtidos revelam que 68,1% dos antigos e atuais alunos tem experiência profissional, enquanto os restantes (31,9%) não tem experiência profissional. Dos 68,1% que têm experiência profissional, 63,3% está neste momento a exercer uma função. Ainda e relativamente aos antigos e atuais alunos que possuem experiência profissional, a função que desempenharam ou desempenham, foi encontrada por 26,6% dos alunos na rede *IBS Networking*, verificando-se assim a eficiência da rede ao nível do serviço de recrutamento.

Relativamente à posição dos antigos e alunos na *IBS Networking* (figura 21), a grande maioria (52,5%) é um atual aluno de mestrado, 28,1% são antigos alunos, 18,8% são atuais alunos de licenciatura e apenas 0,6% dos inquiridos é atual aluno de doutoramento.

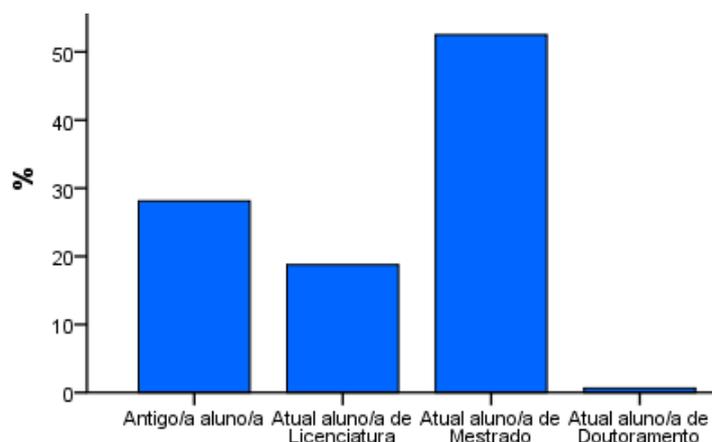


Figura 21 – Posição atual dos antigos e atuais alunos na *IBS Networking*

Relativamente aos 28,1% de antigos alunos, apenas 1 deles referiu que já publicou anúncios de emprego na *IBS Networking*, referindo que já publicou mais de 10 anúncios nesta rede.

Após caracterização dos alunos, importa saber como obtiveram conhecimento da rede *IBS Networking*. A grande maioria (94,6%) dos antigos e atuais alunos aponta o *e-mail* enviado por parte do *Career Service* como veículo de divulgação da *IBS Networking*. 12,2% dos antigos e atuais alunos aponta a *Newsletter* do *Career Service* como uma das formas de conhecimento da rede, 6,1% aponta a consulta da página de *Facebook* do *Career Service*, 2% aponta a imprensa e por fim, 0,7% indica que uma das formas de conhecimento da *IBS Networking* foi a recepção de um *e-mail* por parte do Delegado de Turma. Assim, conclui-se que a maioria dos alunos conheceu a *IBS Networking* pelo *e-mail* enviado pelo *Career Service*.

Quanto à forma de registo na *IBS Networking*, 79,4% dos antigos e atuais alunos foram registados automaticamente aquando da criação da plataforma. Os restantes 20,6% solicitaram o registo ao *Career Service*.

Tal como questionadas as empresas, importa saber qual a opinião dos antigos e atuais alunos relativamente à finalidade principal da *IBS Networking* (figura 22). A maioria dos alunos (48,13%) considera que a finalidade principal da rede é aproximar os utilizadores do mercado de trabalho, seguidos dos alunos que consideram que a finalidade principal da rede é interação entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma escola (33,8%). Com percentagens menos significativas encontram-se os antigos e atuais alunos que consideram que a finalidade

principal da rede é publicar anúncios de emprego (10,6%), desenvolver carreiras e consequentemente as redes de relações profissionais (4,4%), reunir a rede global de aluno (2,5%) e motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados (0,6%).

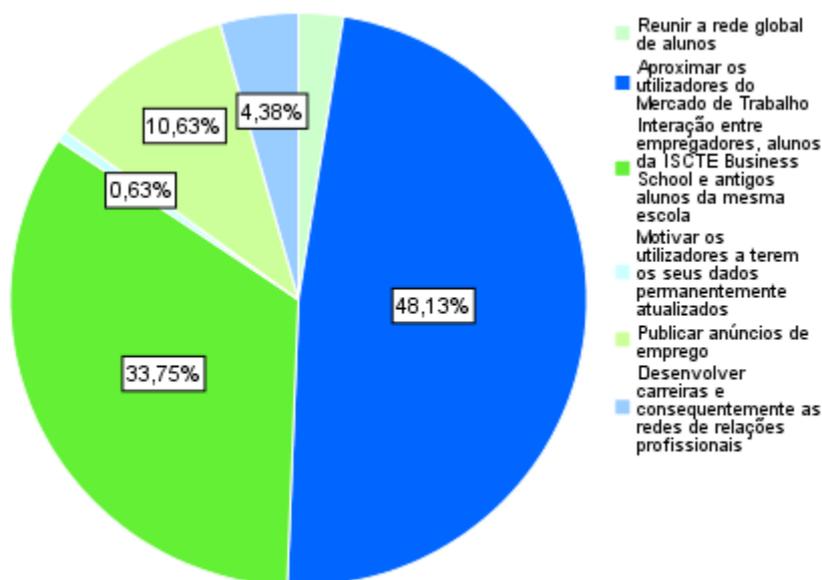


Figura 22 – Finalidade principal da *IBS Networking* segundo antigos e atuais alunos

Quando confrontados com a questão “Considera que a *IBS Networking* foi uma boa aposta da *ISCTE Business School*?”, 99,4% considera que sim, foi uma boa aposta. Apenas uma pessoa considerou que não foi uma boa aposta da escola. Na justificação foram apontadas razões como “Porque permite aos alunos e às empresas conhecerem-se mutuamente”, “É, sem dúvida, uma forma de ajudar os alunos a entrar no mercado de trabalho com sucesso e com oportunidades idênticas e justas para todos. Por essa razão, foi uma excelente aposta”, “Esta plataforma foi uma boa aposta, porque permite reunir um bom conjunto de informação sobre a atividade da IBS, bem como disponibilizar informações sobre os alunos e antigos alunos, para além da divulgação de anúncios de emprego e iniciativas junto das empresas”, entre outras opiniões (Anexo IX).

4.3.2. Satisfação e objetivos

Após a caracterização dos alunos e da forma como conheceram a *IBS Networking*, importa analisar questões relacionadas com objetivos de utilização e satisfação para com a rede. Relativamente ao objetivo principal pelo qual os alunos estão registados e utilizam a *IBS Networking* (figura 23), a grande maioria dos antigos e atuais alunos

utiliza a rede para pesquisa de empregos (68,1%). Com percentagens menos significativas encontram-se os objetivos: Acompanhar a *ISCTE Business School* (18,1%), Contacto com empresas (11,3%), Promoção pessoal (1,3%), Contacto com colegas (0,6%) e outros (0,6%). Conclui-se assim que a maioria dos alunos utiliza a rede para finalidades relacionadas com empregabilidade.

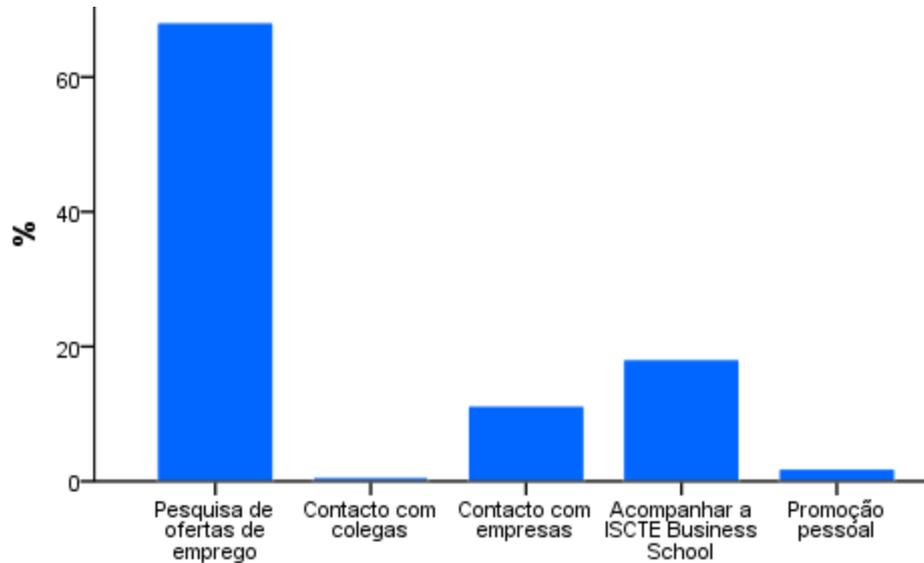


Figura 23 – Objetivo principal pelo qual os antigos e atuais alunos estão registados na rede

Relativamente ao grau de satisfação dos antigos e atuais alunos em relação à *IBS Networking* (figura 24), a grande maioria dos antigos e atuais alunos encontra-se satisfeito com a *IBS Networking*.

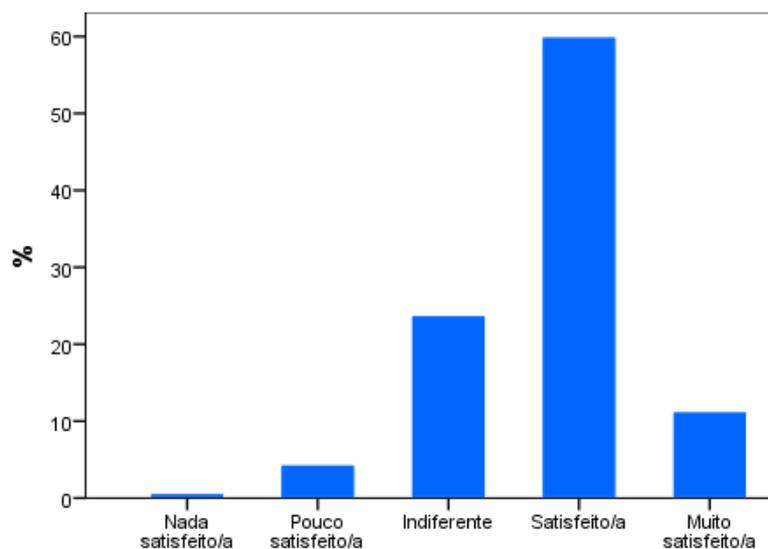


Figura 24 – Grau de satisfação de antigos e atuais alunos com a *IBS Networking*

Quanto ao grau de inovação (figura 25), os antigos e atuais alunos consideram a rede é em média 3,87 inovadora (com um desvio de 0,683) face à média. Na maioria a rede foi considerada inovadora, sendo que o grau “Nada inovadora” não foi utilizado.

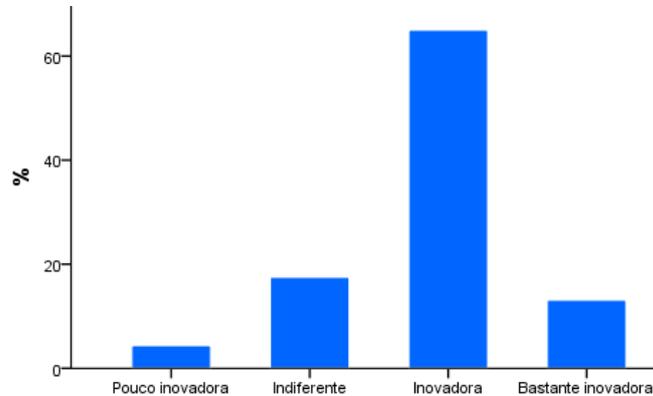


Figura 25 – Grau de inovação da *IBS Networking*

Relacionando o grau de satisfação com o grau de inovação, verifica-se que existe uma relação forte entre as variáveis, uma vez que existe um *Phi* de 0,768. Desta forma verifica-se que quanto maior o grau de inovação maior é o grau de satisfação.

Ainda em relação ao grau de satisfação, os inquiridos foram confrontados com uma série de serviços que a rede disponibiliza, sendo solicitado que os classifiquem de 1 a 5, sendo, 1 Nada satisfeito/a e 5 Muito Satisfeito/a. Desta forma, os serviços obtiveram as seguintes médias de satisfação: Candidatura a vagas de emprego 3,64 (com um desvio de 0,842 face à média), Contactos de empresas para pesquisa 3,53 (com um desvio face à média de 0,848), Contacto dos membros do *Career Service* 3,29 (com um desvio de 0,880 face à média), Eventos 3,25 (com um desvio de 0,819 face à média), Agenda 3,28 (com um desvio de 0,805 face à média), Manifestação de interesse 3,35 (com um desvio de 0,765 face à média). Os únicos serviços disponibilizados em que os utilizadores se consideram satisfeitos são Candidatura a vagas de emprego e Contacto de empresas para pesquisar. Os restantes serviços os antigos e atuais alunos consideraram, na sua maioria, que eram Indiferentes.

Ainda dentro deste parâmetro, os antigos e atuais alunos foram questionados relativamente ao facto de a *IBS Networking* ter contribuído ou contribuir de alguma forma para o desenvolvimento da carreira dos mesmos. 56,3% afirmaram que a rede contribui ou contribuiu de alguma forma para o desenvolvimento da sua carreira. Quando questionados sobre o porquê desta afirmação, as respostas foram várias (Anexo

IX) passando por “Foi onde vi o anúncio do meu emprego atual”, “No sentido em que me ajuda a ter um maior conhecimento sobre o mercado...”, “Ajudou-me a encontrar um estágio”, “Todas as minhas experiências profissionais tiveram como base o *IBS Networking*”, “Permite aos parceiros da IBS conhecerem o meu *curriculum* e com isso surgir-me uma oportunidade de emprego que desenvolva a minha carreira”, “Promovendo e divulgando o meu perfil”, entre outras opiniões.

Quando questionados acerca do grau de dinamismo e interatividade da *IBS Networking* (figura 26), os antigos e atuais alunos consideram que a rede é em média 2,76 dinâmica (com um desvio face à média de 0,566), considerando uma escala de 1 Nada dinâmica a 4 Bastante dinâmica. Quanto ao grau de interatividade, a rede foi considerada em média 2,63 interativa (com um desvio de 0,610 face à média), numa escala de 1 Nada interativa a 4 Bastante interativa. Desta forma e considerando a maioria, os antigos e atuais alunos consideram que a *IBS Networking* é dinâmica e interativa.

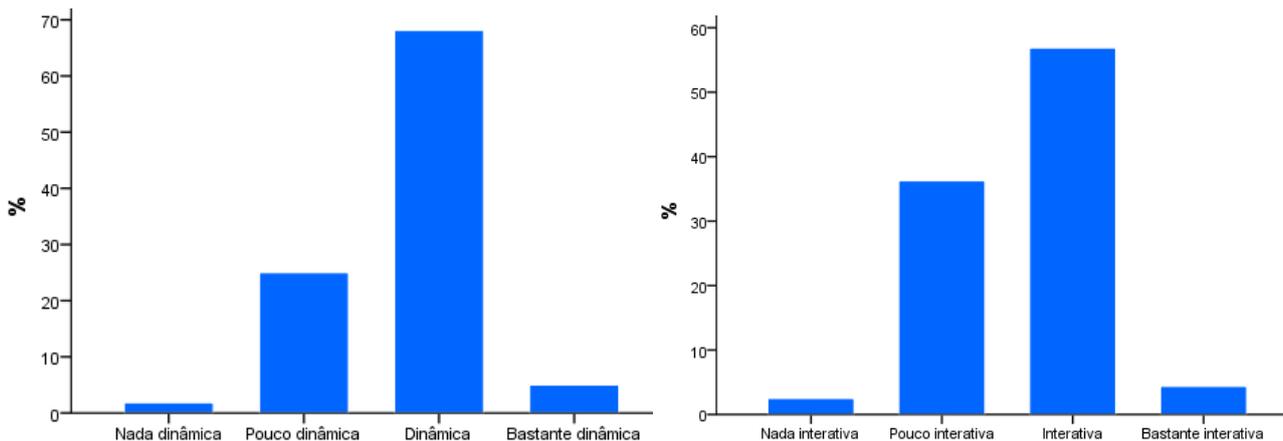


Figura 26 – Grau de dinamismo e interatividade da rede

Relacionando estas duas variáveis, verifica-se que existe uma associação forte entre as mesmas, na medida em que o grau de dinamismo está associado ao grau de interatividade (*V de Cramer* de 0,667).

4.3.3. Utilização da rede

Relativamente a questões mais específicas e relacionadas com a utilização da rede, importa primeiramente saber com periodicidade acedem os antigos e atuais alunos à rede. Assim, 33,8% dos alunos refere que acede à *IBS Networking* semanalmente, 21,9% acede mensalmente e 17,5% acede duas a três por mês. Com percentagens menos significativas encontram-se os alunos que acedem duas a três vezes por ano (10%),

todos os dias (8,1%) e anualmente (1,9%). 6,9% dos antigos e atuais alunos referem que não acedem à plataforma. Existe, desta forma, regularidade no acesso à plataforma por parte dos alunos.

Quanto à periodicidade de atualização do perfil, as percentagens mostram-se bastante equitativas: 30,6% atualiza o perfil duas a três vezes por ano, 26,9% não atualiza o perfil, 24,4% atualiza anualmente e 18,1% atualiza o perfil mensalmente. Neste momento 51,3% dos antigos e atuais alunos tem o perfil atualizado.

Relativamente à privacidade dos dados, funcionalidade criada na 2ª edição da *IBS Networking*, a maioria (54,4%) dos antigos e atuais alunos permite que todos os seus dados sejam visualizados por empresas e alunos. 25,6% dos antigos e atuais alunos refere que os seus dados não são todos públicos e 19,4% refere que todos os seus dados podem ser visualizados por empresas, mas não por alunos.

Quando questionados sobre se já foram contactos por alguma empresa através da *IBS Networking* (figura 27), 35,6% dos antigos e atuais alunos afirmaram que sim, sendo este facto bastante interessante e por isso, interessa saber qual a razão do contacto.

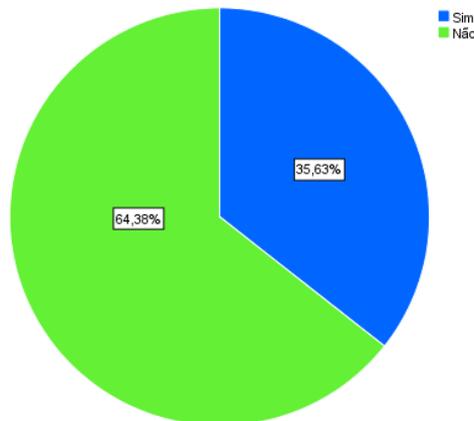


Figura 27 – Antigos e atuais alunos contactados por empresas através da rede

Dos 35,6% de alunos contactados por empresas através da rede, 32,1% deles foram contactos com a finalidade de ser divulgada uma oferta de emprego específica, 73,2% foram contactos para marcação de uma entrevista e 7,1% foram contactados para fornecer mais informações acerca de si. Desta forma, verifica-se que o grande objetivo das empresas que contactam com alunos é de marcação de uma entrevista de emprego.

De seguida os alunos foram questionados relativamente ao serviço de candidatura automática a anúncios de emprego. Apenas 21,9% dos antigos e atuais alunos tem a candidatura automática ativa, o que demonstra que os mesmos não estão a usufruir completamente dos serviços que a *IBS Networking* disponibiliza.

Relativamente a serviços de notícias que a *IBS Networking* presta, 42,5% dos antigos e atuais alunos refere que é frequente consultar as notícias que estão na *IBS Networking*, enquanto 85,6% recebe a *Newsletter Career Service* e a *Newsletter IBS*, demonstrando-se assim interessados em acompanhar a escola que frequentam ou frequentaram.

No que toca ao serviço de manifestar interesse por empresas, 55% dos antigos e atuais alunos afirmam já ter manifestado interesse por uma empresa. Referentemente a estes alunos que já manifestaram interesse importa saber qual a razão principal pela qual manifestaram interesse por determinada empresa (figura 28). A grande maioria dos antigos e atuais alunos que manifestaram interesse (63,6%), fê-lo por interesse na empresa. Com uma percentagem menor, embora significativa, 33% dos antigos e atuais alunos que manifestaram foi devia ao facto de pretenderem enviar uma candidatura espontânea.

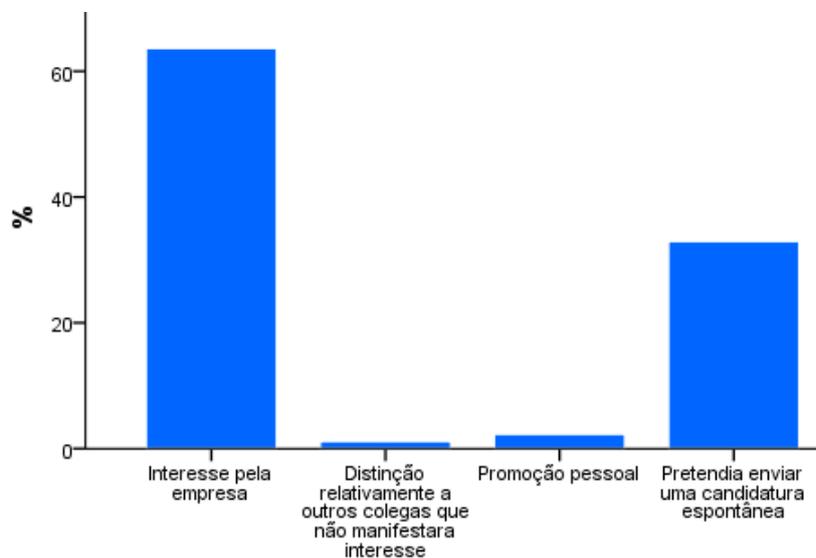


Figura 28 – Razão principal pela qual manifestaram interesse

Relativamente às estatísticas que constam na rede, a maioria dos antigos e atuais alunos considera este serviço importante, com uma média de 3,47 (e com um desvio de 0,735 face à média), considerando uma escala de 1 (Nada importante) a 5 (Muito importante).

Quanto a respostas a anúncios de emprego (figura 29), antigos e atuais alunos, 55% dos mesmos confirma que já respondeu a anúncios publicados na *IBS Networking*. 38,6% respondeu entre 1 a 5 anúncios, 31,8% respondeu entre 6 e 10 anúncios e 29,5% respondeu a mais de 10 anúncios.

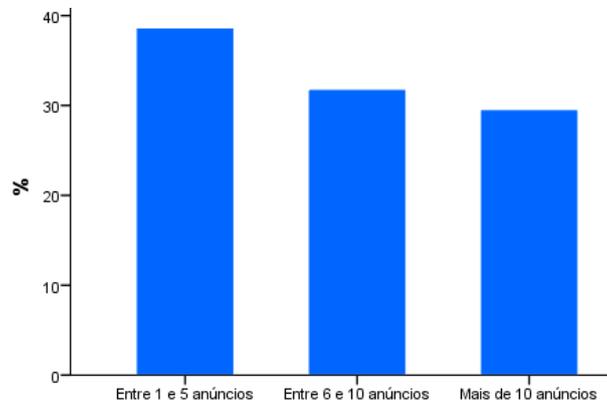


Figura 29 – Números de anúncios que os antigos e atuais alunos responderam

Dos alunos que se candidatam ou já candidataram a anúncios de emprego publicados na *IBS Networking*, 84,1% apenas se candidata a anúncios da sua área, sendo que 42% já se tentou candidatar a anúncios que o próprio *site* não permitiu essa candidatura. Nesta situação, 56,8% dos alunos enviaram a candidatura para o *e-mail* que consta no perfil da empresa, 37,8% acabou por não se candidatar ao anúncio e 10,8% entrou em contacto com o *Career Service*, o que demonstra que apesar de existir uma tentativa de triagem prévia, a maioria dos alunos candidata-se aos anúncios que lhes interessam (mesmo fora da sua área e/ou competências).

Relativamente aos contactos dos membros do *Career Service* que constam na rede, apenas 7,5% dos antigos e atuais alunos já usufruíram deste serviço ao entrar em contacto com algum dos membros deste departamento, sendo que a finalidade de contacto foi sempre o esclarecimento de dúvidas relativamente à plataforma.

Quando questionados se já entraram em contacto com alguma empresa através da *IBS Networking*, 11,3% dos antigos e atuais alunos confirmaram este contacto. 47,1% apontam como razão de contacto a procura de informações acerca de anúncios de emprego, 29,4% apontam como razão de contacto a procura de informações acerca da empresa, e 11,8% esclarecimento de alguma questão e também promoção pessoal.

Ainda em relação a questões de contacto, os antigos e atuais alunos foram confrontados com a questão “Alguma vez entrou em contacto com um aluno ou um ex-aluno através do *e-mail* da *IBS Networking*?”. 11,3% destes alunos afirmou que já entrou em contacto com colegas com a finalidade de esclarecer alguma questão.

Relativamente à divulgação de cursos de formação ou *workshops* através da *IBS Networking*, 14,4% dos antigos e atuais alunos já frequentar um evento deste tipo tendo tido conhecimento do mesmo na rede em questão. Os eventos que referiram foram: *Workshops* do *Career Fórum*, *Microsoft* e empreendedorismo, Banco de Portugal, EDP, PDP, Curso ACIG, *Workshop* com a Mazars e Dicas para entrevista de emprego.

Quanto à nova funcionalidade de enviar um *e-mail* à turma, apenas 3,8% dos inquiridos já utilizaram a mesma, representando 6 indivíduos. Destes 6 indivíduos inquiridos, 5 deles enviaram um *e-mail* à turma para enviar informações e um deles enviou um *e-mail* à turma para notificação de eventos.

No que toca ao fórum que existe na rede, apenas 2,5% dos antigos e atuais alunos utilizaram esta finalidade. Quando questionados os alunos que nunca utilizaram o fórum, a grande maioria aponta como razão o desconhecimento da existência do fórum da rede, 37,3% aponta como razão a não curiosidade em utilizar o fórum e 7,3% aponta como razão de não utilizar o fórum o facto do mesmo não ser interativo, pelo que é necessária uma revisão relativamente à forma de apresentação do fórum.

Relativamente a problemas técnicos que tenham ocorrido durante a utilização da *IBS Networking*, apenas 16,9% dos antigos e atuais alunos referem que já ocorreu algum problema técnico na rede. 68% refere que o problema foi temporário, 24% aponta que o problema acabou por nunca se resolver a ainda hoje ocorre, 8% refere que entrou em contacto com o *Career Service* que resolveu o problema e 4% refere que tentou resolver o problema e foi bem sucedido. No entanto estes problemas técnicos não afetam o grau de satisfação dos inquiridos, uma vez que as variáveis estão relacionadas de forma bastante fraca (0,177).

De forma a confrontar os antigos e atuais alunos com uma situação que a Gestora da rede referiu, os mesmos foram confrontados com a questão “Alguma vez mostrou um anúncio de emprego que constasse na *IBS Networking*, a um colega que não fosse da *ISCTE Business School*?”. 32,5% referiu que já tinha mostrado anúncios a colegas que

não pertencem a esta escola. 76,5% aponta como razão desta situação que na *IBS Networking* existem boas ofertas de trabalho, 33,3% aponta como razão o desemprego do colega e ainda 9,8% aponta como razão apenas curiosidade de mostrar determinado assunto.

Por fim, e ainda relativamente à utilização da *IBS Networking* por parte de antigos e atuais alunos, importa saber se os mesmos consideram que a rede tem algum tipo de limitação. 41,8% referem que não existem limitações, 26,1% aponta limitações a nível de conteúdo, 25,5% aponta limitações a nível técnico e 23,5% aponta limitações a nível de organização da plataforma. Novamente é importante dar atenção aos antigos e atuais alunos que referem que a rede tem limitações, sendo que enumeram algumas delas: “O facto da *IBS Networking* ter adoptado recentemente um sistema de qualificação do nível das línguas estrangeiras que muitas vezes me impossibilita de candidatar a anúncios do meu interesse”, “Quando eu envio *e-mail* para o recrutamento da empresa, muitas vezes respondem-me a marcar entrevista. No entanto, quando eu me candidato pela plataforma tenho a sensação de que a empresa não vê essas candidaturas, uma vez que nunca sou contactada a não ser que tenha a iniciativa”, “Devia ser mais prático, isto é, é necessário demasiada pesquisa para perceber como funciona e devia ser mais objetivo para conseguirmos aceder a esta base com mais facilidade”, “As novas mudanças dificultam a candidatura a anúncios” e “Menus mais simples (simplificação do *site*)”.

4.3.4. Evolução da rede

Por fim, importa analisar a opinião dos antigos e atuais alunos relativamente à evolução e futuro da rede. Desta forma, foram apresentados quatro possíveis funcionalidades da plataforma, e foi pedido para os alunos as caracterizarem relativamente ao seu grau de importância. No que toca ao Registo de professores, antigos e atuais alunos consideraram na sua maioria (48,1%) que seria importante. Relativamente à funcionalidade de recomendações, 51,9% considerou esta funcionalidade importante. Quanto à visualização de empresas que viram o seu perfil 53,1% dos antigos e atuais alunos consideraram esta funcionalidade muito importante. Por fim, quanto a conteúdos públicos, como notícias ou informações, 60% dos alunos considera esta funcionalidade importante. Assim, verifica-se que a funcionalidade que os alunos consideraram mais relevante seria a visualização de empresas que viram o seu perfil.

Quando questionados se acrescentariam outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente, 93,1% dos antigos e atuais alunos responderam que não. Dos restantes que responderam afirmativamente, referiram como novas funcionalidades “Acho importante ter sempre um *feedback* (positivo ou negativo) quando nos candidatamos aos anúncios. Mas acredito que tal informação não dependa da IBS mas sim das empresas.”, “Possibilidade de acesso aos *e-mails* das empresas para resposta a anúncios de emprego.”, “O *e-mail* da empresa que publicou o anúncio de emprego”, “Criação de desafios, que seriam discutidos no fórum e patrocinados por uma empresa.” e “Registo de experiências de atuais/antigos alunos”.

Capítulo V – Discussão dos Resultados e Conclusões

Após apresentados e analisados os resultados obtidos com a entrevista e os questionários aplicados, de forma a ser ouvidas as três perspetivas envolvidas (Instituição, empresas e antigos e atuais alunos), importa agora discutir os resultados obtidos e retirar as conclusões que daí provêm, para que as questões de investigação inicialmente apontadas sejam agora respondidas.

5.1. Criação da rede

Ambos os utilizadores, empresas e antigos e atuais alunos, consideram que a *IBS Networking* foi uma boa aposta da *ISCTE Business School*, evocando questões relacionadas na sua maioria com aumento da empregabilidade e construção de carreiras profissionais de sucesso. Esta é uma situação bastante positiva e que vai ao encontro dos objetivos do *Career Service* em termos da satisfação dos seus utilizadores.

Quando questionadas sobre qual a finalidade principal da rede, a maioria das empresas considera que é a de aproximar os utilizadores do mercado de trabalho. Quando questionados os antigos e atuais alunos sobre esta questão, a opinião é exatamente a mesma, a maioria dos mesmos refere que a finalidade principal da *IBS Networking* é aproximar os utilizadores do mercado de trabalho. Esta situação leva-nos a concluir que a finalidade desta rede social está bem definida e é identificada pelos seus utilizadores, numa opinião convergente.

5.2. Utilizadores da rede

Das empresas que responderam ao questionário, a maioria atua no setor das telecomunicações e no setor das tecnologias de informação. Verifica-se assim, que são empresas que acompanham a evolução tecnológica por se inserirem em sectores relacionados com esta evolução.

Quanto aos antigos e atuais alunos conclui-se que a maioria possui experiência profissional, sendo que a maioria destes alunos estão a exercer uma função no momento de resposta ao questionário. Concluiu-se ainda que para 26,6% dos antigos e atuais alunos a função que desempenha ou desempenhou foi encontrada na *IBS Networking*, verificando-se assim eficácia da rede ao nível da empregabilidade dos alunos.

Pelos resultados obtidos neste estudo é perceptível o impacto das redes sociais nas empresas e antigos e atuais alunos. As redes sociais têm bastante impacto tanto na vida dos antigos e atuais alunos como no desenvolvimento das empresas contempladas neste estudo uma vez que todos eles estão registados nas redes sociais mais conhecidas atualmente, além da *IBS Networking*. Além disso, 83,33% das empresas utiliza redes sociais para recrutar o que significa que as redes sociais além de terem um grande impacto no desenvolvimento das empresas têm também bastante impacto nos processos de recrutamento e seleção que desenvolvem. A rede social que mais utilizam para recrutar é o *LinkedIn*, ficando a *IBS Networking* para segundo plano.

Quanto aos objetivos de utilização da *IBS Networking* pelos utilizadores, a maioria das empresas utiliza esta rede social com a finalidade de pesquisar possíveis candidatos (entre outros objetivos, todos eles relacionados com recrutamento) para empresa (todas as empresas consideram que o objetivo principal está a ser cumprido), e a maioria dos antigos e atuais alunos utiliza a *IBS Networking* para pesquisa de anúncios de emprego. No entanto, comparando a opinião dos utilizadores com a da Gestora da rede, conclui-se que é pouco diferente na medida em que a mesma considera que os objetivos da rede é muito mais do que a colocação de anúncios de emprego, é criar uma rede entre alunos, empresas e ex-alunos. Verifica-se aqui que existe uma divergência na percepção dos utilizadores e da Instituição relativamente aos objetivos da rede.

Relativamente à satisfação dos utilizadores, a vários níveis, retiram-se algumas conclusões importantes. O grau de satisfação das empresas é bastante elevado, estando a grande maioria satisfeita com a *IBS Networking*. Quanto aos antigos e atuais alunos a grande maioria encontra-se satisfeito. Novamente, esta situação é explicada pela Gestora da rede “Temos alunos que são muito recetivos e são capazes de dizer ‘Isto está bom, mas se calhar se fizerem assim...’ ou temos alunos que criticam (são menos!) mas que criticam, criticam e nem tentam perceber o outro lado”. Desta forma compreende-se que tenha existido alguns alunos que estão ou nada satisfeitos ou poucos satisfeitos com a *IBS Networking*. Desta forma dever-se-á continuar a potenciar condições para a satisfação dos alunos, dando no entanto atenção aos antigos e atuais alunos menos satisfeitos, de forma a uniformizar o grau de satisfação.

Foi igualmente importante analisar o grau de inovação que os utilizadores consideram que a *IBS Networking* tem. A Gestora considera que a rede é completamente inovadora

Quanto às empresas inquiridas consideram que a rede é inovadora. Relativamente aos antigos e atuais alunos a maioria considera igualmente esta rede social inovadora. Verifica-se aqui uma opinião convergente entre as três perspetivas: todas elas consideram a *IBS Networking* uma rede social inovadora. Este facto prende-se com a situação de que esta é a primeira rede social construída por uma Universidade em Portugal. Outra conclusão importante é a de que o grau de inovação influencia o grau de satisfação, tanto em empresas como em antigos e atuais alunos. Ou seja, uma vez que os mesmos consideram a *IBS Networking* uma rede social inovadora sentem-se satisfeitos com esta situação, e com o facto de estarem registados numa rede social inovadora em Portugal.

Além do grau de satisfação geral em relação à *IBS Networking*, os utilizadores foram questionados relativamente ao grau de satisfação, tendo em conta vários critérios. Estes critérios foram diferentes para as empresas e para antigos e atuais alunos, uma vez que os serviços que a rede presta a ambos os utilizadores são diferentes. Todos os critérios foram classificados pelas empresas como importantes, ou seja, ao recrutar na *IBS Networking* não existem custos associados (a grande maioria das empresas considerou que é rentável recrutar na *IBS Networking*), daí o grau de satisfação das empresas (relacionando a variável custos com satisfação, conclui-se que existe uma relação forte entre as mesmas), é rápido uma vez que é uma amostra de alunos com características semelhantes e basta colocar um anúncio para a empresa receber uma lista com potenciais alunos e os alunos têm características específicas e semelhantes, sendo que a Gestora refere mesmo que uma empresa ao colocar um anúncio sabe que existe um nicho de alunos e é bastante mais fácil chegar aos alunos que se quer.

Relativamente à satisfação dos antigos e atuais alunos quantos aos serviços prestados, apenas nos serviços Candidatura a vagas de emprego e Contacto de empresas os antigos e atuais alunos se mostraram satisfeitos. Esta situação pode ser explicada pela finalidade principal da criação da rede que é a empregabilidade dos alunos (são colocados diariamente diversos anúncios de emprego) e pela criação de uma rede entre os utilizadores (estando assim disponível os contactos de todas as empresas, para que os alunos possam contactar as mesmas para diversas finalidades, como por exemplo envio de questões para trabalhos académicos, envio de candidaturas espontâneas, entre outras finalidades). Quanto aos restantes critérios foram classificados por antigos e atuais alunos como indiferentes, sendo que a explicação para esta situação poderá passar por:

os contactos dos membros do *Career Service* estão disponíveis na plataforma, no entanto os alunos já conhecem estes contactos de outras situações de relação com os mesmos, e daí não dão tanto interesse ao facto dos contactos estarem presentes; os eventos e agenda disponíveis poderão não suscitar interesse uma vez que os alunos recebem *e-mails* com os eventos que irão acontecer, daí que não os consultem na rede; por fim, a manifestação de interesse pelas empresas poderá ainda não suscitar interesse e satisfação nos antigos e atuais alunos porque é uma funcionalidade nova da plataforma e ainda não perceberam a potencialidade deste serviço, que será explicada mais adiante.

A maioria destes utilizadores considerou que esta rede social contribui ou contribuiu para o desenvolvimento da sua carreira.

Outra questão, ainda dentro do grau de satisfação dos utilizadores da rede, prende-se com o interesse em analisar o grau de dinamismo e interatividade da *IBS Networking*. Empresas e alunos consideraram na sua maioria que a rede é dinâmica e interativa. No entanto, e ao contrário do grau de satisfação e inovação, ambos os critérios tiveram empresas e antigos e atuais alunos a utilizar os níveis mais baixos (Nada dinâmica e Nada interativa) para classificar o grau de dinamismo e inovação da rede. É importante existir atenção relativamente a este aspeto uma vez que alguns utilizadores consideraram existir problemas a nível do dinamismo e interatividade da rede. No entanto esta situação pode ser explicada pela Gestora, quando questionada sobre o dinamismo da rede “É, é dinâmica. Agora é mais interativa, muito mais. Não tinha, e esse era um dos pontos fracos que a rede tinha, porque não tinha interatividade e contacto. Nisso acho que a escola também tem uma visão muito pioneira nesse aspeto, porque a rede fez um ano e mal fez um ano mudámos”. Ou seja, com a segunda edição da rede, que aconteceu recentemente, o aspeto do dinamismo e interatividade da rede foi melhorado. No entanto, alguns dos utilizadores poderão não ter dado atenção a esse aspeto.

5.3. Utilização da rede

No que toca à utilização da *IBS Networking*, pelas empresas e antigos e atuais alunos, foi possível retirar algumas conclusões. Relativamente às tendências de utilização da rede, existem questões que são similares a empresas e a antigos e atuais alunos. Desta forma, em primeiro lugar serão retiradas conclusões em relação a estas mesmas questões, e de seguida sobre questões específicas de empresas e antigos e atuais alunos.

Verificou-se que existe uma maior regularidade no acesso dos antigos e atuais alunos à plataforma do que as empresas, que acedem menos vezes. Quanto à periodicidade de atualização dos dados, a maioria das empresas atualiza os dados anualmente, enquanto os antigos e atuais alunos atualizam os dados, na sua maioria, entre duas a três vezes por ano. Esta situação prende-se com o facto das empresas conceberem desde o início a sua apresentação, sendo que a mesma não se altera, salvo determinadas exceções. Quanto aos alunos, o perfil dos mesmos muda com mais frequência, por diversas razões, como por exemplo, frequência de formação, conclusão de cursos, aumento da experiência profissional, entre outros.

No que toca a problemas técnicos ocorridos na *IBS Networking*, a maioria dos utilizadores (empresas e alunos) refere que não ocorreram problemas durante a utilização da plataforma. Conclui-se assim que raramente ocorrem problemas técnicos na utilização desta rede social e que quando ocorrem problema a grande maioria dos mesmos são resolvidos rapidamente.

Relativamente às notícias que estão na *IBS Networking*, verifica-se que as mesmas são um serviço importante e valorizado pelos antigos e atuais alunos, uma vez que a maioria realiza um acompanhamento regular às notícias que são publicadas. Relativamente às empresas conclui-se que as mesmas não consultam com periodicidade as notícias que estão na *IBS Networking*. No futuro, dever-se-á redefinir a estratégia de colocação de notícias, de forma às mesmas serem adequadas a todos os utilizadores da plataforma.

Quanto às estatísticas disponíveis na rede concluiu-se que a maioria das empresas considera as estatísticas importantes, tal como os antigos e atuais alunos. Estas estatísticas são importantes uma vez que permite aos utilizadores da rede perceberem as tendências atuais de recrutamento na *IBS Networking* e de utilização da rede social.

Por fim, a última questão que é similar às empresas e antigos e atuais alunos, refere-se às eventuais limitações que a *IBS Networking* possa ter. Conclui-se que a maioria das empresas e dos antigos e atuais alunos refere que não existem limitações. Este é um facto bastante positivo, no entanto é importante ter atenção aos utilizadores que referiram que a rede tem limitações, sendo que a maioria dos utilizadores que referiu limitações, referiu limitações a nível de conteúdo. Será assim importante ouvir o que estes utilizadores têm para dizer relativamente às limitações da *IBS Networking*,

utilizando por exemplo, questionários de avaliação da satisfação com periodicidades regulares.

Agora importa retirar conclusões das questões que foram aplicadas especificamente às empresas.

Relativamente ao recrutamento através de *IBS Networking*, concluiu-se que metade das empresas inquiridas já realizou recrutamento deste tipo, sendo que a maioria destas empresas recrutam na IBS devido à perspetiva e visão internacional. Verifica-se assim a potencialidade da rede nos processos de Recrutamento & Seleção das empresas registadas.

Além do recrutamento realizado através da *IBS Networking* é possível às empresas fazer pesquisas de possíveis candidatos às empresas. Concluiu-se que critérios relacionados com o percurso académico dos alunos e uma experiência internacional são os critérios mais valorizados pelas empresas na pesquisa de alunos. Esta situação pode-se explicar por serem alunos, em grande parte dos casos, sem experiência profissional, logo critérios académicos e de vivências de *Erasmus* por exemplo, serem mais valorizados. As empresas referiram ainda que deveriam existir outros critérios de pesquisa, como experiência profissional e atividades extracurriculares. Desta forma a gestão da *IBS Networking*, deverá procurar ouvir todas as empresas registadas de forma a reunir mais opiniões e verificar se estes dois critérios teriam importância para as restantes empresas que não responderam a este questionário.

Quanto ao *feed* de atualizações dos perfis de antigos e atuais alunos, são poucas as empresas inquiridas que consultam este serviço, não estando assim a retirar proveito deste serviço que é bastante importante, uma vez que permite ver quais os alunos que têm o perfil atualizado.

Quanto ao serviço de manifestar interesse por uma empresa, 33,3% das empresas refere que 21 a 30 alunos já manifestaram interesse pela mesma. No entanto a percentagem de empresas onde ainda nenhum antigo ou atual aluno manifestou interesse é significativa, o que leva a concluir que existem alunos que ainda não estão a aproveitar a potencialidade deste serviço. Esta situação deveria ser revista, uma vez que possibilita uma posição de destaque ao aluno, tal como verificado: a maioria das empresas procura conhecer melhor o perfil dos alunos que manifestaram interesse pela empresa. Desta

forma, os alunos deverão ser lembrados por via *e-mail* ou similar desta potencialidade, que poderá eventualmente beneficiar o seu percurso futuro.

Relativamente a outro serviço da plataforma, triagem de currícula, foi possível retirar algumas conclusões importantes. Concluiu-se assim que este é um serviço vantajoso e valorizado para e pelas empresas, uma vez que é um auxílio nos processos de recrutamento e seleção.

Por fim, e ainda nas questões específicas das empresas, as empresas inquiridas foram questionadas relativamente à percepção da distinção de talentos na *IBS Networking*, dado que este é um dos objetivos da rede. Concluiu-se que esta situação não é perceptível para a maioria das mesmas. Neste sentido, deverão ser tomadas medidas para atingir um dos objetivos de criação da rede, a distinção de talentos, uma vez que o mesmo é pouco perceptível para as empresas.

Importa agora analisar as questões que são específicas dos antigos e atuais alunos. Em primeiro lugar, os alunos foram inquiridos relativamente à privacidade dos seus dados. A maioria dos antigos e atuais alunos permite que todos os dados sejam visualizados por todas os utilizadores. Este aspeto é bastante importante uma vez que os alunos que restringem os seus dados poderão ser prejudicados a nível de processos de procura por parte das empresas, uma vez que estas não vêm dados importantes sobre os candidatos.

A possibilidade das empresas entrarem em contacto com os antigos e atuais alunos é bastante importante, uma vez que permite atingir o objetivo de aumento de empregabilidade dos mesmos.

Ainda no seguimento dos anúncios colocados, mais de metade dos alunos inquiridos já respondeu a anúncios colocados na *IBS Networking*. Verifica-se assim, que os antigos e atuais alunos estão a usufruir do serviço de resposta a anúncios que a rede disponibiliza.

Relativamente ao contacto com antigos ou atuais alunos, concluiu-se que este serviço não está a ser muito utilizado e que quando é utilizado tem como finalidade principal esclarecer alguma questão. É importante dar-se alguma atenção a este aspeto, dado que a grande finalidade da *IBS Networking* é criar uma rede entre os seus utilizadores. Ora, uma vez que o serviço de contacto entre antigos e atuais alunos está a ser muito pouco utilizado é necessário modificar esta forma de contacto uma vez que não existe interatividade entre os mesmos.

Quanto à funcionalidade de enviar um *e-mail* à turma, apenas 3,8% dos antigos e atuais alunos já utilizaram a mesma, na sua maioria para envio de informações. É importante reter esta conclusão uma vez que é um serviço que não está a ser usufruído na totalidade pelos alunos. No entanto, esta situação dever-se-á certamente ao facto de regra geral, as turmas utilizaram um *e-mail* comum criado pelos alunos para o envio e troca de informações e documentos.

Relativamente ao fórum que existe na *IBS Networking* apenas 2,5% dos antigos e atuais alunos já utilizou esta funcionalidade. A razão para a não atualização do mesmo prende-se com o facto de os alunos não conhecerem a existência deste fórum. Neste sentido deverá ser realizados iniciativas de promoção do fórum que existe na rede, uma vez que o mesmo poderá ser utilizado para diversas funcionalidades, como por exemplo, publicação de eventos, publicação de notícias, anúncios de emprego, entre outros.

5.4. Evolução da rede

No que toca à evolução da rede, foram apresentadas possíveis funcionalidades e solicitados aos utilizadores que as caracterizassem relativamente ao seu grau de importância no futuro da rede. O registo de professores poderia acrescentar valor à *IBS Networking*, no sentido em que poderiam recomendar alunos, divulgar ofertas e estágios que sejam do seu conhecimento, partilhar notícias, entre outros. A possibilidade de recomendar alguém iria acrescentar valor ao *curriculum* dos alunos, facilitando assim posteriores contratações e aumento de reputação e credibilidade. Adicionar conteúdos públicos à rede iria acrescentar valor à *IBS Networking*, no sentido em que os utilizadores poderiam partilhar conteúdos importantes e relacionados com a finalidade principal da rede, além de que iria aumentar o dinamismo da plataforma e a interatividade entre os utilizadores.

Além destas funcionalidades foram apontadas outras que diferem entre empresas e antigos e atuais alunos. Para as empresas será importante considerar a adição da funcionalidade de salvar perfis uma vez que a mesma é do interesse das empresas e iria ajudar nos processos de recrutamento da mesma, uma vez que mesmo não existindo uma vaga no momento de consulta do perfil, se o mesmo se mostrar adequado poderá no futuro ser rebuscado com o intuito de contacto com o aluno.

A grande maioria dos antigos e atuais alunos considerou a funcionalidade de visualizar as empresas que consultaram o seu perfil bastante importante, sendo de considerar então a sua inserção na plataforma.

5.5. Cumprimento dos objetivos de criação da *IBS Networking*

Após retiradas conclusões mais específicas, importa agora concluir sobre os grandes objetivos de criação da *IBS Networking* e se os mesmos estão a ser cumpridos. Para a concretização dos objetivos e conseqüente sucesso, a rede segue os sete conceitos fundamentais que os autores Lopes e Cunha (2011) referem: Centralidade, relação entre os utilizadores da *IBS Networking*, estando todos eles conectados entre si e com aplicações que permitem a comunicação e interação entre os mesmos, como por exemplo o *e-mail* enviado para a turma, entre outras; Endocentralidade, onde o indivíduo é escolhido por poucos ou muitos utilizadores da rede, ou seja, onde o aluno é escolhido por uma ou mais empresas devido à qualidade do seu *curriculum*, ou as empresas suscitam interesse por parte dos alunos que manifestam esse interesse de forma concreta na plataforma; Exocentralidade, onde o indivíduo é que escolhe o contacto com muitos ou poucos utilizadores da rede, ou seja, onde os alunos ou as empresas escolhem entrar em contacto com muitos ou poucos alunos ou empresas; Força dos laços, sendo que no caso da *IBS Networking* podem existir ambos (laços fortes ou laços fracos), uma vez que os utilizadores podem entrar em contacto com frequência e estarem ligados de forma emocional entre si. No entanto este é um critério que menos contribui para o sucesso da *IBS Networking*, podendo também estar relacionado com o facto da rede não ser uma rede social de entretenimento, mas sim com objetivos profissionais; Intermediação, onde existem a própria rede se encontra como um elemento facilitador e intermediador entre os utilizadores, mais especificamente entre alunos e empresas; Broker, sendo que existe alguém que controla a relação dos utilizadores da rede social. Na *IBS Networking*, é o *Career Service* que tem este papel de controlo da relação entre os utilizadores da rede; e por fim, Densidade da rede, que se refere ao grau de relacionamento entre os utilizadores da *IBS Networking*, sendo este grau bastante forte, dado que estão todos eles relacionados entre si: os alunos fazem parte da mesma escola e as empresas registadas procuram alunos desta mesma escola. Verifica-se assim que, de forma geral, a *IBS Networking* contempla os sete conceitos fundamentais, daí o sucesso que a mesma tem.

Em primeiro lugar, o grande objetivo da *IBS Networking* é reunir a rede global de alunos, antigos alunos e empresas. Este objetivo é cumprido automaticamente na criação da plataforma, uma vez que todos os antigos e atuais alunos foram registados, tal como as empresas que já constavam das bases de dados do *Career Service*.

Outro grande objetivo da rede é aproximar os utilizadores do mercado de trabalho, ou seja, aproximar os alunos do mercado de trabalho. Este objetivo é conseguido de várias formas, no entanto o grande fator é a publicação de inúmeros anúncios que permite ainda aos alunos atuais frequentar estes estágios e começar a conhecer a realidade empresarial e do mercado de trabalho atual. Além disso o *Career Service* publica na *IBS Networking* inúmeros eventos relacionados e muitas vezes promovidos por empresas, que procuram aproximar os alunos do mercado de trabalho.

Quanto ao objetivo de contacto ativo e permanente, bem como interação, entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da escola. O mesmo é passível de ser realizado na rede, uma vez que podem trocar *e-mails* entre eles, mantendo assim um contacto ativo. Quanto à interação entre os mesmos, é um objetivo que tem de ser conseguido com a evolução da plataforma uma vez que os questionários aplicados revelaram alguns problemas a nível de interação entre utilizadores.

Relativamente ao objetivo de motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados, este objetivo está a ser conseguido na segunda edição da *IBS Networking*, isto porque a candidatura automática a anúncios de emprego e a própria candidatura no *site* obriga os alunos a terem os seus dados constantemente atualizados, sob pena de não passarem da fase de triagem de *curricula* devido a esta situação. No entanto, importa referir que ainda existem bastante antigos e atuais que alunos que não têm os dados atualizados. Neste sentido será bastante importante reforçar junto dos alunos a necessidade de terem os seus dados atualizados, até para o caso das pesquisas que as empresas fazem regularmente acerca de possíveis perfis para funções em aberto.

Outro objetivo é o de auxiliar os utilizadores a desenvolver as suas carreiras e redes de relações profissionais. A própria *IBS Networking* é uma forma de desenvolvimento da rede de relações profissionais dos utilizadores. Além disso, promove vários serviços que permitem o desenvolvimento das carreiras: a nível de publicação de anúncios, que permite aos alunos adquirirem experiência profissional e a nível de cursos de formação

e *workshops* que promove, permitindo que existe uma valorização do seu próprio *curriculum*. Ainda a possibilidade de manifestar interesse por determinada empresa, o que confere ao aluno um lugar de destaque, como já referido anteriormente.

Por fim, o último objetivo de criação da *IBS Networking* seria o de manter um contacto constante com antigos alunos. Este objetivo também está a ser mais conseguido com a segunda edição da rede, isto porque, é agora possível pesquisar antigos alunos por determinados critérios e até entrar em contacto com os mesmos através da própria rede. É importante no entanto, promover atividades para que os antigos alunos continuem interessados em manter contacto com a instituição de formação, uma vez que apesar de estarem registados poderão não fazer qualquer movimento na rede.

Relativamente a algumas possíveis sugestões para a *IBS Networking*, em primeiro lugar, uma das sugestões possíveis será a possibilidade de realizar recomendações entre os utilizadores. Empresas que trabalharam com alunos, alunos que foram colegas de turma, professores que lecionaram a determinados alunos, entre outras possibilidades, poderiam fazer recomendações e assim aumentar o valor dos *curricula* dos alunos. Além de que esta possibilidade foi valorizada pelos utilizadores.

Uma das sugestões para o desenvolvimento da rede seria incluir a possibilidade de registo de professores. Esta possibilidade iria acrescentar bastante valor à plataforma por duas situações: os professores poderiam recomendar anúncios, estágios entre outros eventos e notícias que poderiam partilhar e dar um contributo para atingir os objetivos da *IBS Networking*; por outro lado, aliando a possibilidade de registo dos professores à possibilidade de recomendações, poderia ser interessante no sentido em que os professores poderiam recomendar os melhores os alunos e assim contribuir para valorização dos *curricula* dos mesmos.

Outra das sugestões possíveis a integrar na *IBS Networking* seria um botão de partilha de anúncios e notícias para o *Facebook*. Isto porque no *Facebook* do *Career Service* são publicados bastantes anúncios tal como a Gestora refere “No *Facebook* colocamos, e porque nós estamos ligados no *Facebook* a muitos *sites* de procura de emprego, principalmente internacionais. E portanto colocamos lá. Há anúncios que estão no *Facebook* que não estão na *IBS Networking*, são *links* para anúncios internacionais. Daí que pedimos às pessoas para estarem atentos nos dois lados. Mas já nos aconteceu colocar um anúncio na *IBS Networking* e passados um, dois dias há uma resposta ou

dias, e a empresa diz ‘Ah já têm mais alguma resposta?’ e nós vamos ao *Facebook* e colocamos ‘Estamos à procura disto’ e numa hora temos 30 respostas.’. Desta forma, deixaria de existir divergência de canais, uniformizando a informação presente na página de *Facebook* do *Career Service* bem como na *IBS Networking*.

Uma outra sugestão a considerar será a de incluir as funcionalidades que os utilizadores referiram e consideraram importantes, tais como: *Feedback* aquando da candidatura aos anúncios, Criação de desafios que seriam discutidos no fórum e patrocinados por empresas e Registo de experiências de atuais/antigos alunos. Além destas finalidades, consideraram ainda importante incluir funcionalidades como: para as empresas, salvar os perfis que interessam e visualizar os alunos que viram o perfil das empresas; para ao antigos e atuais alunos, visualizar as empresas que viram o seu perfil. Seria ainda importante acrescentar, como já referido, a possibilidade de partilha de conteúdos públicos, como notícias, artigos, eventos entre outros. Esta funcionalidade iria trazer maior interatividade entre os utilizadores e conseqüente, maior interatividade da plataforma e mais dinamismo, uma vez que a rede seria certamente mais dinâmica. Estas funcionalidades foram apontadas pelos alunos e empresas, sendo que deverão ser tomadas em conta no futuro da rede.

No que toca ao *feed* de atualizações também será importante ter em conta uma situação: o aluno não atualiza constantemente os seus dados porque não são dados que mudem rapidamente, ou seja, os alunos que não atualizam os seus dados caem no esquecimento de quem vê as atualizações. Esta situação poderia ser ultrapassada e em parceria com a funcionalidade de conteúdos públicos, colocando atualizações como “O aluno leu a notícia X”, “O aluno publicou o artigo Y”. Desta forma, o *feed* de atualizações poderia estar constantemente atualizado e todos os alunos poderiam dar o seu contributo e ter um lugar de destaque na rede.

Por fim, como sugestão para a evolução da plataforma seria a realização de estudos de satisfação dos utilizadores, com uma periodicidade regular, por exemplo de seis em seis meses. Esta situação seria importante no sentido de verificar o grau de satisfação dos utilizadores de forma a existir uma utilização eficaz e eficiente desta rede social e ao mesmo tempo, atingir os objetivos para os quais foi criada.

De forma conclusiva, importa reter que a *IBS Networking* tem um elevado nível de usabilidade, dado que segundo a norma ISO 9241-11 (1998), a usabilidade refere-se à

utilização de um produto de forma eficaz, eficiente e com satisfação dos seus utilizadores. A *IBS Networking* é uma rede eficaz na medida em que atinge os objetivos a que se propôs, como já evidenciado anteriormente. É uma rede eficiente uma vez que faz o melhor, através dos serviços que disponibiliza, para atingir o grande objetivo do *Career Service*, que é a empregabilidade dos alunos da *IBS Networking*.

Além destas situações a norma em questão refere ainda que antes de se medir o nível de usabilidade é fundamental analisar a satisfação dos utilizadores. Como verificado na apresentação dos resultados obtidos, os utilizadores estão no geral satisfeitos com a *IBS Networking* e com os serviços que a mesma presta, sendo que estão livres de sensações de desconforto em relação à mesma. Os aspetos que contribuem para a satisfação estão relacionados com a satisfação das necessidades dos utilizadores: antigos e atuais alunos podem encontrar uma ocupação profissional; empresas podem encontrar talentos fundamentais à empresa.

Os utilizadores percebem as vantagens que a *IBS Networking* tem e as mesmas têm efeito sobre a satisfação geral dos mesmos, tal como o indicam Rushinek e Rushinek (1983) quando refere que os utilizadores percebem quais as vantagens de um sistema e que efeito essas percepções têm sobre a satisfação geral dos mesmos. Um bom tempo de resposta da rede às suas expectativas, os utilizadores registados, a concretização das expectativas iniciais e a ausência de custos são as vantagens que contribuem para a satisfação dos utilizadores da *IBS Networking*, tendo em conta que estas são as principais vantagens que contribuem para a satisfação de um utilizador, segundo os mesmos autores.

Assim, o grande objetivo da medição da usabilidade da *IBS Networking* é permitir que os utilizadores alcancem os objetivos da rede (alcançar metas e atender a necessidades exclusivas, conforme a ISO 9241-11 (1998)), e ainda, conseqüentemente, alcançar o grande objetivo do *Career Service*, a empregabilidade dos alunos IBS.

No entanto, e apesar da satisfação dos utilizadores, é necessária alguma atenção relativamente à interatividade e ao dinamismo desta rede social, uma vez que os utilizadores inquiridos consideraram que existiriam alguns problemas a este nível, faltando alguma interatividade e dinamismo à *IBS Networking*. Existem ainda algumas funcionalidades que não estão a ser aproveitadas pelos alunos e pelas empresas. Neste

sentido estas funcionalidades deverão ser promovidas juntos dos utilizadores para que possa existir um maior e melhor aproveitamento das mesmas.

Assim, os empregadores e antigos e atuais alunos estão e devem continuar a utilizar as potencialidades da *IBS Networking* e retirar vantagens da mesma, melhorando assim processos de recrutamento e seleção e questões relacionadas com empregabilidade.

5.6. Limitações deste estudo

No decorrer da realização deste estudo foram tidas em conta algumas limitações que o mesmo poderá eventualmente ter. Uma delas prende-se com a dimensão dos questionários aplicados. Uma vez que ambos os questionários continham bastantes perguntas, os respondentes poderão eventualmente ter sentido que o questionário seria demasiado longo, e alguns terão desistido sem terminar o seu preenchimento. No entanto, os questionários aplicados procuraram abordar todas as questões faladas com a Gestora da Rede, bem como todas as funcionalidades da *IBS Networking*. Desta forma, dever-se-ia proceder a uma revisão do questionário, reduzindo as questões presentes ao essencial.

Outra das limitações sentidas passa pela aplicação dos questionários de forma *online*. Esta situação pode gerado dúvidas que não puderam ser esclarecidas no imediato e de forma eficiente. No entanto esta era a única forma de aplicar os questionários aos utilizadores da *IBS Networking*, uma vez que presencialmente seria uma tarefa difícil e até sem sentido neste caso específico, uma vez que os utilizadores estão registados numa rede social electrónica. Além disso, no final do questionário estava disponível um contacto electrónico para o caso de existirem dúvidas ou alguma observação, que não foi utilizado por nenhum dos inquiridos.

Outra limitação, prende-se com o facto do número de empresas que responderam: apenas 12 empresas responderam ao questionário aplicado, sendo que as conclusões retiradas não se podem generalizar a todas as empresas. No entanto considerou-se que acrescentaria valor ao estudo incluir a opinião destas 12 empresas.

Por outro lado, empresas e antigos e atuais que não utilizam a rede poderão ter pensado que não deveriam responder ao questionário. No entanto procurava-se saber a opinião de todos os utilizadores registados, independentemente da utilização regular ou não da

plataforma. Seria bastante importante até, perceber porque razões é que não utilizam a rede.

Por fim, outra das limitações sentidas prende-se com a perspetiva da Instituição relativamente à *IBS Networking*. Para obter esta perspetiva foi realizada uma entrevista à Gestora da rede. No entanto seria importante ouvir a opinião de outras pessoas, estando direta e indiretamente relacionadas com a *IBS Networking*, no sentido de se perceber se as opiniões seriam convergentes.

5.7. Estudos Futuros

Seria interessante que no futuro existissem outros estudos sobre a *IBS Networking*, sobre a sua evolução e desenvolvimento.

Em primeira mão seria importante recolher mais e diversas perspetivas da Instituição sobre a *IBS Networking*. Como referido, apenas foi ouvida a Gestora da Rede. Seria importante ouvir outras perspetivas, como por exemplo outros membros do *Career Service* e até do Diretor da *ISCTE Business School*, Professor António Gomes Mota.

Outro estudo interessante, será analisar qual o impacto que a rede tem na empregabilidade dos antigos e atuais alunos registados. Este tema foi abordado neste estudo, no entanto seria interessante aprofundar este tema e saber de forma mais específica qual o impacto da *IBS Networking* na empregabilidade dos alunos IBS.

Por outro lado, seria também importante avaliar o impacto da *IBS Networking* nos processos de Recrutamento & Seleção das empresas registadas. Novamente, este tema foi abordado neste estudo, mas seria importante aprofundar o mesmo no futuro.

Referências Bibliográficas

Andriole, S. 2010. Business Impact of Web 2.0 Technologies. *Communications of the ACM*. 53: 67-79

Bailey, J. e Pearson, S. 1983. Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*. 29 (5): 530-545.

Barbosa, M., Babo, R., Morais, E. e Gonçalves, R. 2010. *Web colaborativa: Evolução ou revolução?* Apresentado em *CISTI'2010 – 5ª Conferencia Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*. Santiago de Compostela.

Bardin, L. 2009. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Berkshire, J. 2005. 'Social Network' Recruiting. *HR Magazine*. 50: 7-11.

Cappelli, P. 2001. Making the Most Of On-Line Recruiting. *Harvard Business Review*. 139-146

Cardoso, G. 2003. *Internet*. Lisboa: Quimera Editores, Lda.

Cardoso, G. e Lamy, C. 2011. Social Networks: Communication and Change. *E-journal of International Relations*. 2: 70-92.

Castells, M. 2001. *The Internet Galaxy – Reflections on the Internet, Business and Society*. Londres: Oxford University Press.

Castells, M. 2002. *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, Volume I – A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. 2008. The new public sphere: Global civil society, communication, networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 616: 78-93.

Chin, J., Diehl, V., e Norman, L. 1988. *Development of an instrument measuring user satisfaction of the human-computer interface*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems. New York.

Chin, W. e Lee, M. 2000. *A proposed model and measurement instrument for the formation of IS satisfaction: the case of end-user computing satisfaction*. Paper presented at the Proceedings of the twenty first international conference on Information systems. Austrália.

Gardner, S. 2011. *Networks – The Evolving Aspects of Culture in the 21st Century*. Zagreb: Biserka Cvjeticanin.

Gómez, M., Roses, S. e Farias, P. 2012. The Academic Use of Social Networks among University Students. *Comunicar*. 19: 131-138.

Harper, S. e Chen, A. 2011. Web accessibility guidelines. *World Wide Web*. 15:61-88.

IBS Networking – <http://ibsnetworking.iscte-iul.pt/> (consultado em 2012).

ISCTE Business School – <http://ibs.iscte.pt/?pt=Portal-IBS-Networking> (consultado em 2012).

ISCTE lança rede social para aumentar oportunidades – Diário Digital http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=487507 (2011).

ISCTE lança rede social que também recruta – Sapo Tek http://tek.sapo.pt/noticias/internet/iscte_lanca_rede_social_que_tambem_recruta_1120447.html (2011).

ISO_9241-11. 1998. *Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability*. Switzerland: International Organization for Standardization.

Ives, B., Olson, M. e Baroudi, J. 1983. The Measurement of User Information Satisfaction. *Communications of the ACM*. 26: 785-793.

Lindgaard, G., e Dudek, C. 2003. What is this evasive beast we call user satisfaction. *Interacting with Computers*. 15: 429-452.

Maietta, H. 2012. Virtual Job Club: A Social Support Network for Recent Graduates. *About Campus*. 28-32.

Maroco, J. 2010. *Análise Estatística com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.

Mateus, C. **ISCTE lança rede social**. Expressoemprego.pt <http://aeiou.expressoemprego.pt/Actualidades.aspx?Art=1&Id=2374> (2011).

O'Reilly, T. 2011. Birth of the global mind. *Business And Economics*. 1.

Os Portugueses e as redes sociais – Grupo Marktest http://www.marktest.com/wap/private/images/logos/redes_sociais_folheto2.pdf (2011).

Papp, R. 2009. Virtual worlds and social Networking: reaching the millennials. *Journal of Technology Research*. 1-15.

Pereira Lopes, M. e Pina e Cunha, M. 2011. *O Mundo é Pequeno*. Lisboa: Actual Editora, S.A.

Powell, S. e Ghauri, P. 2008. *Globalization*. Dorling Kindersley Publishers Ltd.

Publishing, C. (Sob direção de Ana Sofia Gomes) 2010. *Web Trends – 10 cases made in Web 2.0*. Edições Sílabo, Lda.

Puck, J. e Paul, A. 2009. Efficiency of Electronic Recruiting Methods. *Information Science Reference*. 267-271

Reh, R. 2011. Welcome to Web 3.0. *Credit Union Magazine*. 70.

Reid, A. 2008. The evolution of the Internet. *Business And Economics – Marketing and Purchasing*. 14: 1-3.

Reto, L. e Nunes, F. 1999. Métodos como estratégia de pesquisa: Problemas tipo numa investigação. *Revista Portuguesa de Gestão*. 1: 21-31.

Robalo, A. 1995. Eficácia e Eficiência Organizacionais. *Revista Portuguesa de Gestão*. 2/3: 105-116.

Rushinek, A. e Rushinek, S. 1986. What Makes Users Happy? *Communication of the ACM*. 29(7): 594-598.

Schiller, D. 2002. *A Globalização e as Novas Tecnologias*. Lisboa: Editorial Presença.

Tractinsky, N., Katz, A. E Ikar, D. 2000. What is beautiful is usable. *Interacting with Computers*. 13: 127-145.

Utilização de Internet aumentou 9 vezes em 15 anos – Grupo Marktest <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1889.aspx> (2011).

Vicknair, J., Elkersh, D., Yancey, K. e Budden, M. 2010. The Use Of Social Networking Websites As A Recruiting Tool For Employers. *American Journal of Business Education*. 3: 7-12.

Ward, R. e Marsden, P. 2004. Affective computing: problems, reactions and intensions. *Interacting with Computers*. 16: 707-713.

Yin, Robert K. 2009. *Case study research: design and methods*. Thousand Oaks: Sage, 4th Edition.

Zhou, L., Ding, L. e Finin, T. 2011. How is the semantic web evolving? A dynamic social network perspective. *Computers in Human Behavior*. 27: 1294 – 1302.

3 milhões de portugueses acedem a redes sociais – Grupo Marktest <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1891.aspx> (2011).

Anexos

Anexo I – Tabela de organização das dimensões orientadoras da entrevista

Dimensões	Questões
Criação da rede	Como surgiu a ideia de criação da <i>IBS Networking</i> ?
	Quando surgiu esta ideia?
	Quem teve a ideia de criação da rede?
	Ao nível da Instituição IBS porque se criou a rede?
	Num nível mais operacional, foi o departamento de informática do ISCTE que criou a plataforma ou foi uma empresa externa?
	Qual o nível de envolvimento atual da empresa que criou a plataforma? Têm acesso a informação que a Gestora da rede não tem?
Iniciativa da divulgação	Como foi divulgada a rede junto dos alunos?
	Que meios foram utilizados para esta divulgação?
	Como foi divulgada a rede junto de entidades?
	Que meios foram utilizados para esta divulgação?
	Quanto tempo durou esta fase de divulgação da rede?
Objetivos da rede	Quais os objetivos de criação da rede?
	Os objetivos de criação foram/estão a ser atingidos?
	De que forma estão os objetivos da rede alinhados com a estratégia da IBS?
Utilizadores da rede	Atualmente qual é o número aproximado de alunos registados?
	Desde a criação da rede, em média, quantos utilizadores se registam por dia?
Interação entre os utilizadores da rede	É possível saber se as empresas entram em contacto com alunos através de plataformas?
	É possível perceber se os alunos e antigos alunos atualizam os seus dados?
	É possível existir interação entre os utilizadores? E no sentido de partilharem anúncios de empregos, notícias importantes?
	Para as entidades, é possível entrar diretamente em contacto com alunos e divulgar uma ou outra oferta mais específica, que não abrange parte dos alunos?
	Qual o papel dos <i>alumni</i> na rede? Qual a sua contribuição para o dinamismo da rede?
Serviços que presta	Quais os serviços que a rede presta aos alunos?
	Quais os serviços que a rede presta aos antigos alunos?
	Quais os serviços que a rede presta à Instituição IBS?
	É possível através da plataforma e na resposta dos alunos a anúncios, realizar a triagem de currícula?
	É possível através da plataforma fazer recomendações? (Por exemplo, um Professor recomendar um aluno)
	Existe um fórum na rede, como é a interatividade entre os utilizadores da rede?
Gestão da rede	A rede gerida apenas por uma pessoa?
	Esta gestão é realizada apenas pela IBS ou existe alguma empresa informática encarregue de uma gestão mais técnica?
	Quem dá as diretrizes para a gestão da rede?
	Com que regularidade são colocadas novas notícias na rede?
Motivação na utilização da rede	Quais os motivos que considera essenciais para os alunos se sintam motivados a utilizar a <i>IBS Networking</i> ?
	E para as empresas?
	Quais os benefícios que ambos podem esperar com a utilização da rede?
Dinamismo da rede	Quais as vantagens da rede para a Instituição IBS?
	Pensa que a <i>IBS Networking</i> é uma rede dinâmica? Porquê?
Filtros	Considera que as entidades estão a fazer um uso ativo da rede?
	É possível às empresas verem o perfil de todos os alunos ou só os daqueles que se inserem na sua área de atuação?
	É possível para as empresas encontrar os candidatos ideais com recurso a filtros? Por exemplo: Experiência profissional, Experiência internacional, Interesses, entre outros?

	É possível para as empresas organizar perfis? Por exemplo, salvar perfis de candidatos importantes para mais tarde utilizar?
	É possível a alunos e ex-alunos enviar mensagens para a entidade?
	É possível às empresas visualizar quem viu o seu perfil e obterem estatísticas desses dados?
	Aos alunos, é possível verem que empresas visualizaram o seu perfil?
	No caso da empresa disponibilizar uma vaga, é possível receber uma lista com os candidatos que reúnam os requisitos necessários?
	É possível verificar se as empresas estão a visualizar os perfis registados?
	O que tem sido feito na rede para distinguir os talentos da IBS, ou seja, os alunos com as melhores médias?
Evolução da rede	Quando a rede foi criada, pressupôs-se que teria uma evolução por partes ou todas as funcionalidades planeadas foram colocadas em prática?
	Há novas ideias para a evolução da plataforma?
Limitações da plataforma	Neste momento, quais as limitações da plataforma?
Feedback relativo à rede	Recebem sugestões/críticas/ <i>feedback</i> dos utilizadores relativamente à plataforma?
	Como tem sido o <i>feedback</i> ?
Futuro da rede	Qual o motivo do mapa mundo ainda não estar a funcionar? Há perspetivas futuras para este funcionamento?
	Quais os objetivos a curto prazo para a <i>IBS Networking</i> ?
	Quais os objetivos da rede a longo prazo?
	Quais os projetos futuros para o desenvolvimento da <i>IBS Networking</i> ?

Anexo II – Guião da Entrevista

Gestora da *IBS Networking*

Boa tarde,

Quero desde já agradecer a disponibilidade para a realização desta entrevista.

A. Criação da rede

1. Em primeiro lugar importa saber como surgiu a ideia de criação da *IBS Networking*?
2. Quando surgiu esta ideia?
3. Quem teve a ideia de criação da rede?
4. Ao nível da Instituição IBS porque se criou a rede?
5. Num nível mais operacional, foi o departamento de informática do ISCTE que criou a plataforma ou foi uma empresa externa?
6. Qual o nível de envolvimento atual da empresa que criou a plataforma? Têm acesso a informação que a Gestora da rede não tem?
7. E tem acesso a todas as estatísticas? Não há informação que a Empresa detenha que não tenha acesso?
8. E não dá para ver a perspectiva das empresas? Quantas acedem?
9. Mas essa informação só a Gestora é que tem acesso?

B. Iniciativa de divulgação

10. Como foi divulgada a rede junto dos alunos?
11. Que meios foram utilizados para esta divulgação?
12. Como foi divulgada a rede junto de entidades?
13. E agora (nesta nova rede), as empresas também atualizaram os dados. Todas as empresas atualizaram estes dados?
14. Que meios foram utilizados para esta divulgação (nas empresas)?
15. Quanto tempo durou esta fase de divulgação da rede?

C. Objetivos da rede

16. Quais os objetivos de criação da rede?
17. Os objetivos de criação foram/estão a ser atingidos?
18. E está a existir essa interação entre os alunos, enviar *e-mails*?
19. E é possível aceder a esse tipo de estatísticas?
20. De que forma estão os objetivos da rede alinhados com a estratégia da IBS?

21. E diga-me uma coisa, é possível aos Professores registarem-se?

D. Utilizadores da rede

22. Atualmente qual é o número aproximado de alunos registado, antigos alunos e empresas?

23. Desde a criação da rede, em média, quantos utilizadores se registam por dia?

24. A empresa é que faz esse registo então?

E. Interação entre os utilizadores da rede

25. É possível saber se as empresas entram em contacto com alunos através de plataformas?

26. É possível perceber se os alunos e antigos alunos atualizam os seus dados?

27. É possível existir interação entre os utilizadores? E no sentido de partilharem anúncios de empregos, notícias importantes?

28. Nunca é então uma coisa que vai estar disponível para toda a gente ver, para todos os utilizadores? Como um Facebook que nós colocamos e os amigos vêem?

29. Ou por exemplo, agora já dá para enviar um *e-mail* à turma?

30. Mas nunca é de conteúdo público?

31. Para as entidades, é possível entrar diretamente em contacto com alunos e divulgar uma ou outra oferta mais específica, que não abrange parte dos alunos?

32. Qual o papel dos *alumni* na rede? Qual a sua contribuição para o dinamismo da rede?

F. Serviços que presta

33. Quais os serviços que a rede presta aos alunos?

34. E como se procede? A empresa recebe um *e-mail* a dizer que a X pessoa está interessada?

35. Mas não é possível verem os anúncios de outras empresas?

36. Então é bastante importante para um aluno manifestar interesse em determinada empresa porque dá logo outra visibilidade, não é?

37. E aos utilizadores é possível estarem registados na IBS e caso tenham feito mestrado executivo no INDEG?

38. Quais os serviços que a rede presta aos antigos alunos?

39. Quais os serviços que a rede presta à Instituição IBS?

40. É possível através da plataforma e na resposta dos alunos a anúncios, realizar a triagem de curricula?

41. À empresa já só chega o que lhes interessa e o que solicitaram?
42. É possível através da plataforma fazer recomendações? (Por exemplo, um Professor recomendar um aluno)
43. Existe um fórum na rede, como é a interatividade entre os utilizadores da rede?

G. Gestão da rede

44. A rede gerida apenas por uma pessoa?
45. Esta gestão é realizada apenas pela IBS ou existe alguma empresa informática encarregue de uma gestão mais técnica?
46. Quem dá as diretrizes para a gestão da rede?
47. Com que regularidade são colocadas novas notícias na rede?

H. Motivação na utilização da rede

48. Quais os motivos que considera essenciais para os alunos se sintam motivados a utilizar a *IBS Networking*?
49. E para as empresas?
50. Quais os benefícios que ambos podem esperar com a utilização da rede?
51. Quais as vantagens da rede para a Instituição IBS?

I. Dinamismo da rede

52. Pensa que a *IBS Networking* é uma rede dinâmica? Porquê?
53. Considera que as entidades estão a fazer um uso ativo da rede? Por exemplo, referiu que algumas empresas só estão registadas, outras colocam anúncios...A grande parte?
54. Mas isso ainda continua a existir um pouco no *Facebook*, não é?

J. Filtros

55. É possível às empresas verem o perfil de todos os alunos ou só os daqueles que se inserem na sua área de atuação?
56. É possível para as empresas encontrar os candidatos ideais com recurso a filtros? Por exemplo: Experiência profissional, Experiência internacional, Interesses, entre outros?
57. E nos finalistas, é possível procurar, por exemplo, por experiência, interesses?
58. Não há mais nenhum filtro então?
59. É possível para as empresas organizar perfis? Por exemplo, salvar perfis de candidatos importantes para mais tarde utilizar?
60. É possível a alunos e ex-alunos enviar mensagens para a entidade?

61. É possível às empresas visualizar quem viu o seu perfil e obterem estatísticas desses dados?
62. Aos alunos, é possível verem que empresas visualizaram o seu perfil?
63. No caso da empresa disponibilizar uma vaga, é possível receber uma lista com os candidatos que reúnam os requisitos necessários?
64. É possível verificar se as empresas estão a visualizar os perfis registados?
65. O que tem sido feito na rede para distinguir os talentos da IBS, ou seja, os alunos com as melhores médias?

K. Evolução da rede

66. Quando a rede foi criada, pressupôs-se que teria uma evolução por partes ou todas as funcionalidades planeadas foram colocadas em prática?
67. Há novas ideias para a evolução da plataforma?

L. Limitações da Plataforma

68. Neste momento, quais as limitações da plataforma?

M. Feedback relativo à rede

69. Recebem sugestões/críticas/*feedback* dos utilizadores relativamente à plataforma?
70. Como tem sido o *feedback*?

N. Futuro da Rede

71. Qual o motivo do mapa mundo ainda não estar a funcionar? Há perspetivas futuras para este funcionamento?
72. Quais os objetivos a curto prazo para a *IBS Networking*?
73. E é possível aos alunos de Erasmus registarem-se?
74. Quais os objetivos da rede a longo prazo?
75. Quais os projetos futuros para o desenvolvimento da *IBS Networking*?

Muito obrigada!

Anexo III – Análise de conteúdo da entrevista

Categoria	Unidade de contexto	Unidade de registo	Frequência absoluta	Frequência relativa
Criação da rede	<ul style="list-style-type: none"> - “(...) a <i>IBS Networking</i> surgiu vai fazer dois anos” - “ (...) com a evolução das redes sociais, com o <i>Facebook</i>, o <i>LinkedIn</i> etc. queríamos estar mais próximos dos alunos (...)” - “(...) criar um <i>site</i> só para nós, só para o <i>Career Service</i> (...)” - “(...) tínhamos evoluído a nível de serviços que prestávamos aos alunos (...)” - “A equipa também cresceu” - “Então decidimos juntar as duas coisas: um <i>site</i> que fosse uma rede social e nasceu há dois anos a <i>IBS Networking</i>.” - “(...) entre surgir a ideia e implementar...foi em 2009/2010.” - “Foi aqui no <i>Career Service</i>, no departamento” - “(...) como nós somos quem está próximo dos alunos e percebemos mais as necessidades, levámos à direção.” - “A direção aceitou a ideia (...)” - “(...) propusemos à empresa de informática (...) e eles construíram a rede” - “A empresa faz toda a parte operacional, de informática, desenho (...)” - “Era necessário ter uma rede informática que permitisse estar sempre contacto (...)” - “E termos uma rede social vai de encontro ao que os alunos querem hoje em dia (...)” 	<ul style="list-style-type: none"> - Surgiu há dois anos (2010) - Evolução das redes sociais - Proximidade com os alunos - Criar um <i>site</i> só para o <i>Career Service</i> - Evolução de serviços do <i>Career Service</i> - Equipa do <i>Career Service</i> cresceu - Juntar um <i>site</i> que fosse uma rede social - A rede surgiu em 2009 e foi implementada em 2010 - A ideia de criar a rede surgiu no <i>Career Service</i> - O <i>Career Service</i> percebe as necessidades dos alunos devido à proximidade que tem com os mesmos - A direção da <i>IBS Business School</i> aceitou a ideia de criação da rede - A concepção da rede foi realizada pela empresa de informática com a qual a <i>IBS Business School</i> trabalha - A empresa de informática faz toda a parte operacional da rede - Era necessária a criação de uma rede que permitisse o contacto - A rede social vai de encontro ao que os alunos querem hoje em dia 	14	15,6%
Iniciativa de	- “(...) enviámos <i>e-mail</i> e colocámos na nossa página do	- Junto dos alunos a rede foi divulgada através de: <i>e-mail</i> ,	6	6,7%

<p>divulgação</p>	<p>Facebook, enviámos um <i>e-mail</i> para os secretariados para enviarem aos delegados de turma, a todas as turmas. E colocámos na nossa <i>newsletter</i>.”</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Os meios foram mais electrónicos (...)” - “Na altura enviámos e saiu em não sei quantos jornais.” - “Isto foi lançado em novembro/outubro de 2010, mas aproveitámos para lançar na feira de emprego que seria na mesma altura.” - “Foi por <i>e-mail</i> também, nós já tínhamos uma base de dados porque era no <i>site</i> que se colocavam os anúncios.” - “Divulgação entre comunicação social e enviar <i>e-mails</i>, um mês.” 	<p>página do Facebook, <i>e-mail</i> dos secretariados para os delegados de turma e <i>Newsletter</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Os meios de divulgação foram mais electrónicos - Na altura de divulgação saiu em bastantes jornais - Lançado oficialmente na feira de emprego - Junto das empresas foi enviado um <i>e-mail</i> para aquelas que constavam na base de dados do <i>site</i> da <i>IBS Business School</i> - A divulgação da rede, entre comunicação social e o envio de <i>e-mails</i> durou um mês 		
<p>Objetivos da rede</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “(...) os serviços básicos é a colocação de anúncios, mas para isso não precisávamos de criar uma <i>IBS Networking</i>, tínhamos o <i>site</i>. Uma das mais-valias que há numa faculdade e no ISCTE, é os alunos e os antigos alunos, ou seja, se continuarmos a criar uma relação com eles é melhor, isto por diversos motivos: ou uma pessoa entra no mercado de trabalho e depois fica desempregado ou qualquer coisa que precisa de entrar em contacto com a faculdade, ou daqui a cinco/seis anos já está num posto de chefia e precisa de recrutar e vem à faculdade...” - “(...) acontecia muito em cadeiras de recursos humanos tinham de fazer trabalhos sobre empresas e tinham de pedir contactos que nós não podemos dar porque são do diretor de recursos humanos. E assim é mais fácil porque se o aluno pode ir ali pesquisar sobre a empresa é muito mais fácil.” - “O objetivo foi mesmo criar uma rede, entre alunos, empresas e ex-alunos.” - “Sim, portanto, a rede foi criada, havia uma lacuna que 	<ul style="list-style-type: none"> - O serviço básico da rede é a colocação de anúncios, mas é muito mais que isso - A pesquisa de informação sobre a empresa na rede - Criação de uma rede, entre alunos, empresas e ex-alunos - A 2ª edição da rede veio introduzir a possibilidade de contacto entre utilizadores - A criação da rede alinhada à estratégia da <i>IBS Business School</i> prende-se com a internacionalização - Na rede sente-se <i>online</i> o que se sente de forma presencial, existe um espírito de proximidade 	<p>6</p>	<p>6,7%</p>

	<p>foi sentida na primeira edição, que foi isso que fizemos agora com a alteração do <i>site</i>, que foi realmente, o contacto entre os três pólos da rede que estávamos a criar: alunos, ex-alunos e empresas, e isso não permitia.”</p> <p>- “Portanto, ao nível da IBS uma delas é a internacionalização, que podemos ver ali na rede. Há um mapa e tudo na <i>IBS Networking</i> para ver onde estão os ex-alunos a trabalhar no mundo inteiro.”</p> <p>- “(...) a <i>IBS Networking</i> é sentir um bocado <i>online</i> o que já se sente aqui.”</p> <p>- “(...) há muita entreajuda e agora transpusemos isso para a Internet, para a rede social, por isso foi uma continuidade.”</p>			
<p>Utilizadores da rede</p>	<p>- “Temos alunos e antigos alunos, tudo junto são 8127. Os atuais, ou seja, os que estão a estudar atualmente, desde o primeiro ano de licenciatura ao segundo ano de mestrado (...) temos 1439, portanto os restantes são antigos alunos. Empresas temos 1233.”</p> <p>- “(...) os alunos estão pré-registados, ou seja, um aluno inscreve-se na faculdade, nós registamos logo na <i>IBS Networking</i>.”</p> <p>- “Quais é que são os alunos que têm de registar e às vezes não estão: são os alunos que entram na 2ª fase, em novembro, dezembro, ou que vêm de transferência de outras universidades e não vêm nesta primeira base de dados...”</p> <p>- “Enviamos e eles têm lá o sistema de informática deles, é mais fácil fazer tudo seguido.”</p> <p>- “Ainda não temos Professores registados (...) Quer dizer se forem ex-alunos, por exemplo, o Professora Gomes Mota é nosso ex-aluno, esses podem se registar</p>	<p>- Alunos e antigos alunos são 8127</p> <p>- Os atuais são 1439, os restantes são antigos alunos</p> <p>- Empresas registadas são 1233</p> <p>- Os alunos são registados na rede aquando da sua entrada no ISCTE</p> <p>- Por vezes existem alunos que não estão registados e terão de solicitar esse registo: alunos que entram na 2ª fase ou que vêm de transferência de outras universidades</p> <p>- Quem regista os utilizadores é a empresa de informática</p> <p>- Ainda não existem Professores registados, só se forem antigos alunos</p>	<p>7</p>	<p>7,8%</p>

	como ex-alunos. Neste momento ainda não dá, ainda não colocámos essa hipótese.”			
Interação entre os utilizadores da rede	<p>- “Nesta nova forma ainda não temos dados (através de <i>e-mail</i>). Da forma antiga, que era consulta curricula e contactar para entrevistas, sim.”</p> <p>- “O que nós sabemos é a interação entre os alunos do ISCTE e alunos fora do ISCTE. (...) acontecia muita vez nós recebermos candidaturas de alunos da NOVA, alunos do ISEG...Portanto, para verem foi alguém que lhes enviou o anúncio ou que lhes deu o login e eles vão à página.”</p> <p>- “É possível trocaram notícias através de <i>e-mail</i>.”</p> <p>- “Não, não, só mesmo entre utilizadores.”</p> <p>- “ (...) podem enviar um <i>e-mail</i> à turma.”</p> <p>- “ (...) conteúdos públicos ali não há.”</p> <p>- “ Sim, muitas vezes, por isso é que nós temos os ex-alunos, é para o <i>Networking</i> e também para cargos mais seniores ou para empresas de <i>Head Hunting</i> e de <i>Executive Search</i>, portanto que querem um perfil muito específico e que também às vezes não metem anúncios e procuram e depois entram em contacto com a pessoa, daí o curriculum.”</p> <p>- “A nível de empregabilidade há muitos antigos alunos que colocam anúncios. A nível de ajudar com os atuais alunos e mesmo com o gabinete, de ajudar como ir trabalhar para um País XPTO ou de estar numa empresa tal, o que é importante...E portanto, ao dinamizar a rede, no sentido de inscreverem-se, divulgam a colegas de turma e portanto criar um <i>Networking</i> e os antigos alunos têm um papel fundamental (...)”</p>	<p>- Ainda não existem estatísticas da 2ª edição da rede, relativamente à troca de <i>e-mails</i>, mas na 1ª edição da rede era possível verificar que empresas consultaram curricula e contactaram para entrevistas</p> <p>- Existia interação entre alunos do ISCTE e alunos de outras faculdades, porque divulgavam vagas que existiam</p> <p>- É possível aos utilizadores trocaram notícias através de <i>e-mail</i> (na rede), mas é de conteúdo privado uma vez que não é possível existirem conteúdos públicos na rede</p> <p>- É possível aos utilizados enviarem um <i>e-mail</i> à turma</p> <p>- É possível às empresas entrar em contacto com um determinado número de alunos para divulgarem ofertas mais específicas</p> <p>- Os antigos alunos têm um papel fundamental na interatividade da rede, a diferentes níveis</p>	6	6,7%
Serviços que presta	<p>-“Portanto, temos os anúncios, temos os contactos das empresas para pesquisas, temos agora o contacto dos três membros do <i>Career Service</i>.”</p> <p>- “Depois tem os eventos que colocamos lá, eventos da escola que vai havendo, por exemplo a entrega de prémios da IBS...vamos divulgando sempre tudo. Temos</p>	<p>- Quanto aos serviços que a rede presta aos alunos: anúncios, contactos de empresas para pesquisar e contactos dos três membros do <i>Career Service</i>, eventos, agenda e estatísticas</p> <p>- Quanto aos serviços que a rede presta às empresas: notícias, atualização de dados por parte dos alunos,</p>	8	8,9%

eventos, temos a agenda...Por exemplo, quando há *workshops*, quando há formação, também colocamos lá tudo. E temos as estatísticas, vocês conseguem consultar as estatísticas no vosso perfil também (...)"

-“A empresa vê as notícias como vocês vêm, vê quando o aluno atualizou os dados.”

-“Depois eles têm uma parte que é os alunos alumni, onde podem procurar alunos dos anos anteriores, tal como vocês podem procurar. Depois tem aqui uma parte de alunos que manifestaram interesse e depois até podem pesquisar em que altura do ano é que manifestaram interesse. A galeria de imagens (...) Depois têm os anúncios de emprego para colocarem e depois onde diz ver anúncios, aqui vai aparecer todos os anúncios colocados desde a criação da rede.”

- “Aqui podem consultar os aluno finalistas atuais, portanto os de licenciatura e de mestrado, aqui inscrevem-se na feira de emprego, isto é a informação do *Career fórum*...Depois tem aqui o *Summer Intership Program* (...)"

- (...) o antigo aluno tal como o atual, vê anúncios. É exatamente a mesma coisa, vê anúncios, vê estatísticas, tudo o que tu vês na tua área é o que um antigo aluno vê também.”

- “E através daqui conseguem marcar reuniões com alunos, entrevistas com alunos. (...) Quando temos colegas nossos ou professores que querem divulgar algum evento que vai haver é possível através da *IBS Networking*.”

- “Isso aí o *site* já está preparado para isso. Ainda hoje recebi uma reclamação de um aluno. Ou seja, há um anúncio para marketing e só querem gestão de marketing e vem um aluno de GEI ou de GRH e quer responder, o *site* não deixa. O *site* atualmente não deixa para precaver”

- “Sim, e depois essa é a primeira triagem. A segunda

pesquisa de alunos alumni, alunos que manifestaram interesse, galeria de imagens, relação de todos os anúncios que colocaram, consulta de alunos finalistas, inscrição na feira de emprego e inscrição no *Summer Intership Program*

- Os antigos alunos tem acesso a tudo o que os atuais alunos têm

- Para a Instituição IBS é possível marcar reuniões com alunos, entrevistas, divulgação de eventos, entre outros

- A própria rede já faz triagem de currícula porque não deixa que um aluno que não reúna os requisitos necessários se candidate a determinado anúncio

- No *Career Service* fazem uma segunda triagem ao analisar as candidaturas dos alunos

- Ainda não há a possibilidade de fazer recomendações na *IBS Networking*

- O fórum que existe na rede não é muito utilizado e não há interação no mesmo

	<p>triagem somos nós que fazemos, portanto o <i>site</i> diz-nos: "Estes alunos responderam-nos" e por exemplo nós podemos ver...(...) Fazemos uma pré-seleção para a empresa."</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Não, ainda não há essa possibilidade" - "Não é muito utilizado. O fórum era para ser e é para ser entre alunos, mais. As coisas que estão no fórum fomos nós que colocámos (...)" - "(...) vamos colocando para tentar dinamizar, mas os alunos também não deram muito. (...) Mas não há interação." 			
Gestão da rede	<ul style="list-style-type: none"> - "Não, sou eu e o Tiago." - "A empresa de informática é a parte técnica (...)" - "Nós é que gerimos tudo. Eles dizem "Aqui está, testem" e nós testamos." - "Agora a nível de conteúdos, de tudo, de curricula, é tudo nós aqui no gabinete. As partes técnicas ou alguma coisa que não saibamos, isso temos de perguntar a eles." - "Falamos sempre com a direção da IBS, Doutora Clementina e o Professor Gomes Mota." - "(...) as notícias que vêm da IBS na imprensa é diário. Notícias do <i>site</i>, as notícias internas dos nossos <i>sites</i>, portanto, é conforme atualizamos os <i>sites</i>. Mas a regularidade será semanal. As da imprensa é diário, conforme sai na imprensa é colocado <i>online</i>." - "Nós temos acesso a tudo." - "É para nós, sim." - "Sim, sim, é possível aceder a esse tipo de estatísticas." 	<ul style="list-style-type: none"> - Quem gere a rede é a Nádía Leitão e o Tiago Santos - A empresa de informática trata das partes técnicas da rede, mas o <i>Carrer Service</i> é que gere a rede e testa a mesma - As decisões são tomadas no <i>Career Service</i>, sendo que a direção da IBS tem de aprovar as mesmas - Notícias que são colocadas e que vêm da imprensa são diárias, as notícias internas dos <i>sites</i> da IBS são colocadas com uma regularidade semanal - O <i>Career Service</i> tem acesso a todas as estatísticas da rede, como por exemplo: <i>curricula</i> que são vistos pelas empresas, <i>e-mails</i> que são trocados dentro da rede, entre outros 	5	5,6%
Motivação na utilização da rede	<ul style="list-style-type: none"> - "Procura de emprego acho que é o mote principal. Agora quisemos com esta mudança, que eles se sintam motivado também a entrar em contacto com ex-alunos e com as empresas de uma outra forma..." - "(...) nós queremos que os alunos se tornem autónomos (...) que nós sejamos um apoio para eles, mas que eles consigam fazer isso através da Internet e mais facilmente." 	<ul style="list-style-type: none"> - A procura de emprego é o motivo principal para os alunos se sentirem motivados a utilizar a <i>IBS Networking</i>. O contacto com ex-alunos e empresas é outra fonte de motivação - Autonomia na utilização da rede - A pesquisa de alunos é o motivo principal para as empresas se sentirem motivadas a utilizar a <i>IBS Networking</i> - O que atrai as empresas é a constante atualização dos 	8	8,9%

	<ul style="list-style-type: none"> - “Para as empresas é a pesquisa em primeira mão.” - “Uma empresa que entre aqui e vê que os alunos deixam de atualizar, esquece-se. O que atrai é a atualização. A empresa entra e vê que um aluno atualizou isto à 25 minutos, pensa “Isto está mesmo atual”, mais vale procurar um curriculum porque está atualizado.” - “ Para as empresas é a rapidez, se querem ver curricula escusam de estar a pôr um anúncio num jornal e poupam dinheiro.” - “Portanto é atrativo nesse sentido, nós sabemos que queremos aquele nicho de alunos e é aqueles que ali estão.” - “Para o aluno também, a nível de emprego acaba por ser a mesma coisa, ou seja, um aluno que vai procurar emprego no <i>Expresso Emprego</i> ou num <i>Correio da Manhã</i> ou <i>NetEmpregos</i> vê anúncios para tudo. Aqui sabe que há anúncios só para a área dele.” - “(...) sabe que ali, são pessoas que estão à procura deles, são empresas que estão à procura de alunos do ISCTE.” - “Para a Instituição facilita o contacto com alunos, ex-alunos e empresas e sentimo-nos todos muito próximos e acho que essa seria uma vantagem das redes sociais hoje em dia.” - “(...) a nível da IBS às vezes acontece, quero entrar em contacto com um ex-aluno de 2005, a pessoa vai à rede entre em contacto e escusa-se de estar à procura numa base de dados e se a pessoa tiver atualizado o perfil é perfeito.” 	<p>dados dos alunos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outra fonte de motivação para as empresas é a rapidez na pesquisa e a diminuição de gastos na colocação de anúncios - As empresas sabem que ali só pesquisam alunos do ISCTE, é um nicho de alunos - Para o aluno, ele sabe que na <i>IBS Networking</i> só existem anúncios para a área dele e são empresas que estão à procura de alunos do ISCTE, é muito mais específico - Para a <i>IBS Business School</i> facilita o contacto com alunos, ex-alunos e empresas e é mais fácil entrar em contacto com ex-alunos 		
<p>Dinamismo da rede</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “É, é dinâmica. Agora é mais interativa, muito mais.” - “(...) a escola também tem uma visão muito pioneira nesse aspeto, porque a rede fez um ano o mal fez um ano mudámos.” - “A própria gestão da escola faz com que seja tudo dinâmico.” 	<ul style="list-style-type: none"> - A plataforma é dinâmica - A rede está em constante mudança também devido à visão pioneira da escola - A própria gestão da escola faz com que tudo seja dinâmico 	<p>3</p>	<p>3,3%</p>

<p>Filtros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “Eles vêm de todos, mas vêm aquilo que os alunos deixam ver (...)” - “Licenciatura, escolhem o curso, Mestrado, a média, o ano letivo, podem ir buscar desde 2006 até agora, onde pretende trabalhar...Imaginemos que temos uma empresa em Aveiro ou em Coimbra e só quer pessoas de lá ou querem para Países de fora. Línguas, alguém que saiba alemão, não deve haver muitos...Nacionalidade, por causa agora também do Brasil, Angola, há muitos pedidos, ou vivência internacional, Erasmus...Portanto, isto são os principais. Isto nos finalistas.” - “Se viermos para os antigos alunos, os alumni, também é por curso, selecionam o curso (...) Mestrados internacionais, Doutoramentos, e por ano letivo. A pessoa escolhe o ano letivo, desde 2006 até agora.” - “Nos antigos alunos a pesquisa já é mais lata e portanto não é tão específica. Nos finalistas é mais específico.” - “Isso não, só experiência internacional, nem interesses. É mais ao nível de média, sítio onde quer trabalhar, línguas e vivência internacional.” - “Porque é que colocámos aquilo, porque é o que as empresas nos perguntam: qual é o curso, a média e se tem vivência internacional. É o principal.” - “Não, só imprimindo ou ligando ao aluno.” - “A quantidade de alunos que viram o perfil da empresa não. Só conseguem ver a quantidade de alunos que entram na <i>IBS Networking</i>. A não ser que se mostrem interessados.” - “(...) sempre que houver um anúncio que corresponda ao vosso perfil o próprio <i>site</i> envia para a empresa e eles recebem uma lista.” - “Sim, nós conseguimos uma estatística dos perfis que estiveram a ver, mas nós, a própria IBS, o aluno não.” - “Uma coisa muito simples, a pessoa pesquisa na parte dos finalistas e os alunos aparecem por média, está da nota mais alta para a nota mais baixa, logo organizado.” 	<ul style="list-style-type: none"> - As empresas vêm o perfil de todos os alunos, mas só vêm aquilo que os alunos permitem - É possível as empresas pesquisarem finalistas por: licenciatura, mestrado, média, ano letivo, onde pretendem trabalhar, línguas, nacionalidade ou vivência internacional - Nos <i>alumni</i> é possível pesquisar por: curso, mestrados internacionais, doutoramentos e por ano letivo - A pesquisa de finalistas é mais específica do que nos alumni - Não é possível procurar finalistas por experiência profissional, nem interesses - Os filtros que existem são os requisitos que as empresas perguntam: curso, média e se o aluno tem vivência internacional - Não é possível às empresas organizar perfis , por exemplo salvando o <i>curriculum</i> de um aluno. Terá de imprimir ou ligar ao mesmo mais tarde - As empresas não conseguem ver a quantidade de alunos que viral o perfil da mesma, só conseguem ver o número de alunos que entraram na <i>IBS Networking</i> - As empresas, ao colocarem uma vaga, recebem uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários - Os alunos não conseguem ver quem esteve a ver o seu perfil, mas a IBS tem acesso a esses dados - Na <i>IBS Networking</i>, aquilo que é feito para distinguir talentos é a organização dos alunos por médias, sendo que numa pesquisa os alunos com melhores médias aparecem em primeiro lugar. 	<p>11</p>	<p>12,2%</p>
-----------------------	---	---	-----------	--------------

Evolução da rede	<ul style="list-style-type: none"> - “(...) tudo o que foi planeado no início foi colocado (...)” - “(...) não colocámos tudo em prática mas estamos sempre a ver.” - “(...) nós estamos sempre a atualizar.” - “Agora neste momento não, agora é gerir aquilo que está, (...) agora é adaptar às empresas e os alunos a este novo <i>site</i> e ver se fica a funcionar a 100%.” 	<ul style="list-style-type: none"> - Tudo o que foi planeado na concepção da rede foi colocado em prática na sua execução - Não foi colocado tudo em prática no início (daquilo que existe agora) porque as necessidades foram surgindo com a utilização - Existe uma atualização constante da rede - Neste momento não existem novas ideias para a evolução da plataforma porque é importante adaptar as novas funcionalidades da rede a empresas e alunos 	4	4,4%
Limitações da plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - “Aquilo que eu te disse que era uma vantagem há bocado, também pode ser uma desvantagem. Que é, por exemplo, um aluno que é de gestão não pode responder a um anúncio de gestão de marketing.” - “Outra desvantagem que considero é menos contacto, só com os alunos. (...) acabamos por não conhecer os alunos e é importante conhecermos os alunos.” - “Terá outras limitações e tem. É com utilização, e quanto mais utilização tiver mais coisas as pessoas dizem e nisso somos super receptivos (...)” 	<ul style="list-style-type: none"> - Os alunos só podem responder a anúncios relacionados com a sua área, mesmo que tenham os requisitos e <i>skills</i> necessários para a vaga - Existe menos contacto de forma presencial - Existem outras limitações que vão sendo detetadas com a utilização da rede 	3	3,3%
Feedback relativo à rede	<ul style="list-style-type: none"> - “As empresas adoram! As empresas deliram com isto, porque isto não é comum (...)” - “Os alunos, depende do aluno. Temos alunos que são muito receptivos e são capazes de dizer “Isto está bom, mas se calhar se fizerem assim...” ou temos alunos que criticam (são menos!) (...)” - “Positivo, levam uma marca ISCTE e uma das coisas que as empresas adoram é o facto de continuarmos em contacto com os ex-alunos (...)” 	<ul style="list-style-type: none"> - As empresas valorizam a existência da rede porque não é comum - Existem alunos que são receptivos e dão sugestões de melhoria - O <i>Feedback</i> relativo à plataforma é bastante positivo porque há a marca ISCTE na rede - As empresas valorizam o contacto com os ex-alunos que é realizado na rede 	4	4,4%
Futuro da rede	<ul style="list-style-type: none"> - “(...) um dos objetivos da escola (...) é a internacionalização (...)” - “A nível de evolução queríamos mesmo internacionalizar o mais possível a plataforma, com alunos de Erasmus, alunos que estejam a trabalhar lá fora.” - “(...) a longo prazo é aumentar os contactos com os ex- 	<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalização da rede com alunos de Erasmus, alunos que estejam a trabalhar lá fora - Aumentar os contactos com os ex-alunos - Adicionar a possibilidade de recomendações porque vai adicionar valor à <i>curricula</i> dos alunos - Evolução constante da rede - Neste momento é importante testar todas as novas 	5	5,6%

	<p>alunos (...)"</p> <ul style="list-style-type: none"> - “A nível de funcionalidade, (...) recomendações, será uma boa ideia, até porque vai acrescentar alguma coisa ao <i>curriculum</i> dos alunos.” - “(...) isto não é estanque, portanto estamos sempre a evoluir.” - “Neste momento ver se nesta nova rede funciona tudo, depois logo se verá!” 	<p>funcionalidades da rede</p>		
			90	100%

Anexo IV – Tabela de organização das dimensões orientadoras do questionário aplicado a empresas

Dimensões a analisar	Questões a colocar
Caracterização da empresa	Qual a área de atividade da empresa?
	Qual o número de trabalhadores da empresa?
	Qual a implantação geográfica da empresa?
	Quais as redes sociais em que está registada?
	Utiliza redes sociais para recrutar? Se sim, quais as redes sociais utilizadas?
	Outras informações relevantes acerca da empresa.
Gestão da rede	Quem está responsável pela gestão do perfil da empresa na <i>IBS Networking</i> (indique a função)?
	Qual a sua posição na empresa?
	O responsável por esta gestão, além de representar a empresa e de gerir o perfil da mesma na <i>IBS Networking</i> , também está registado em nome individual?
	Como se procedeu ao registo da empresa na rede?
Conhecimento da <i>IBS Networking</i>	Como tiveram conhecimento da <i>IBS Networking</i> ?
	Das seguintes opções, indique aquela que considera que seja a finalidade da <i>IBS Networking</i> ?
	Considera que a <i>IBS Networking</i> foi uma boa aposta da <i>ISCTE Business School</i> ?
Objetivos	Qual o objetivo principal pelo qual a empresa está registada <i>IBS Networking</i> ?
	Considera que o objetivo que referiu está a ser cumprido?
Utilização da rede	Com que periodicidade (aproximadamente) acedem à <i>IBS Networking</i> ?
	Com que periodicidade (aproximadamente) atualizam os dados de perfil?
	A empresa alguma vez entrou em contacto com um aluno ou antigo aluno, através do <i>e-mail</i> da <i>IBS Networking</i> ?
	Em caso de resposta afirmativa, para que finalidade?
	Já alguma vez entraram em contacto com um grupo restrito de alunos para a divulgação de uma oferta mais específica?
	A empresa alguma vez recebeu um contacto de um aluno ou antigo aluno pelo <i>e-mail</i> da <i>IBS Networking</i> ?
	Já recrutaram na <i>IBS Networking</i> ?
	Em caso de resposta positiva, porque recruta alunos da <i>ISCTE Business School</i> ?
	A empresa publica anúncios na <i>IBS Networking</i> ?
	Em caso de resposta positiva, quantos anúncios publica, em média, por ano?
	Quando disponibiliza uma vaga a empresa recebe uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários. Qual a finalidade que é dada a essa lista?

	<p>Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?</p> <p>Em caso de resposta positiva, como foi resolvido o problema?</p>
Pesquisa	<p>É frequente consultarem os perfis dos alunos de forma a verificar se algum se adequa às necessidades da empresa?</p> <p>Em caso de resposta afirmativa, com que regularidade consultam perfis na <i>IBS Networking</i>?</p> <p>Quando pesquisam possíveis candidatos, a pesquisa é baseada em que critérios?</p> <p>Indique o grau de importância para os processos de Recrutamento & Seleção da empresa, dos filtros de pesquisa que existem na <i>IBS Networking</i>.</p> <p>Consideram que deveriam existir mais critérios/filtros de pesquisa?</p> <p>Na consulta de perfis na <i>IBS Networking</i>, qual a área do perfil do aluno que desperta mais atenção?</p>
Satisfação relativamente à rede	<p>Qual o seu grau de satisfação com a <i>IBS Networking</i>?</p> <p>Qual o grau de inovação que considera que a <i>IBS Networking</i> tem?</p> <p>A nível dos seguintes critérios, avalie os mesmos por grau de importância, tendo em conta o recrutamento na <i>IBS Networking</i> ao invés de outros locais.</p> <p>Em termos de custos, considera que é rentável recrutar na <i>IBS Networking</i>?</p>
Interatividade e dinamismo	<p>Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede (de 1 a 4, sendo 1 Nada dinâmica, 2 Pouco dinâmica, 3 Dinâmica e 4 Bastante dinâmica)?</p> <p>Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede (de 1 a 4, sendo 1 Nada interativa, 2 Pouco interativa, 3 Interativa e 4 Bastante interativa)?</p>
Serviços que a rede presta	<p>É frequente consultarem as notícias que estão na <i>IBS Networking</i>?</p> <p>A empresa recebe a <i>Newsletter Career Service</i> e a <i>Newsletter IBS por e-mail</i>?</p> <p>Costumam consultar o <i>feed</i> de atualizações dos alunos e antigos alunos?</p> <p>Em caso de resposta positiva na questão anterior, com que periodicidade aproximadamente?</p> <p>Aproximadamente, quantos alunos e antigos alunos manifestarem interesse pela empresa?</p> <p>Procuram conhecer melhor o perfil dos alunos que mostraram interesse pela empresa?</p> <p>Como avaliam o grau de importância das estatísticas que constam na rede (1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante)?</p> <p>Nos <i>curricula</i> que a empresa recebe através da <i>IBS Networking</i>, é perceptível a existência de uma triagem?</p> <p>Em caso de resposta afirmativa à questão anterior, de que forma</p>

	<p>este serviço auxilia a empresa em processos de Recrutamento & Seleção?</p> <p>Na rede, os talentos da <i>ISCTE Business School</i> são distinguidos. É perceptível essa distinção?</p>
Limitações da plataforma	<p>Quais as limitações que considera que a <i>IBS Networking</i> tem?</p>
Futuro da rede	<p>Indique o grau de importância que as seguintes funcionalidades teriam para a sua empresa (de 1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco Importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante).</p> <p>Acrescentariam outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente?</p>

Anexo V – Questionário aplicado a empresas**Introdução**

Obrigada!

Agradeço desde já a dedicação de parte do seu tempo para o preenchimento deste questionário. Solicito que lei cuidadosamente cada pergunta, e selecione por favor, as respostas que considera mais ajustadas à realidade.

A. Caracterização da Empresa**1. Qual a área de atividade da empresa?**

- Administração Pública
- Agricultura, Silvicultura e Pescas
- Banca, Seguros e Serviços
- Comércio & Serviços
- Construção
- Consultoria & Auditoria
- Educação e Formação
- Grande Distribuição & Retalho
- Indústria & Energia
- Logística & Transportes
- Saúde
- Serviços de Marketing e Publicidade
- Telecomunicações
- Tecnologias de Informação
- Telemarketing
- Turismo
- Outros serviços

2. Qual o número de trabalhadores da empresa?

- 1 a 5 trabalhadores
- 6 a 20 trabalhadores
- 21 a 50 trabalhadores
- 51 a 100 trabalhadores
- 101 a 500 trabalhadores
- 501 a 1000 trabalhadores
- Mais de 1000 trabalhadores

3. Qual a implantação geográfica da empresa?

- Regional
- Nacional
- Europeia
- Mundial

4. Quais as redes sociais em que está registada?

- IBS Networking*

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- My space
- Outras. Quais? _____

5. A empresa utiliza redes sociais para recrutar?

- Sim
- Não

6. Se respondeu afirmativamente na questão anterior, quais as redes sociais que a empresa utiliza para recrutar?

- IBS Networking
- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- My space
- Outras. Quais? _____

7. Outras informações relevantes acerca da empresa:

B. Gestão da rede

8. Indique, por favor, a função da pessoa responsável pela gestão do perfil da empresa na *IBS Networking*:

9. Qual a sua posição na empresa?

- Estagiário
- Trabalhador temporário
- Efetivo
- Proprietário
- Outra. Qual? _____

10. Sendo responsável por esta gestão, além de representar a empresa e de gerir o perfil da mesma na *IBS Networking*, também está registado em nome individual?

- Sim
- Não

11. Como se procedeu ao registo da empresa na rede?

- A empresa foi registada automaticamente (já constava das bases de dados do *Career Service*)
- A empresa solicitou o registou. Em que ano? _____

C. Conhecimento da *IBS Networking*

12. Como tiveram conhecimento da *IBS Networking*?

- E-mail* enviado pelo *Career Service*
- Imprensa
- Através de um conhecido
- Outro. Qual? _____

13. Das seguintes opções, indique aquela que considera que seja a finalidade principal da *IBS Networking*? (Selecione apenas uma resposta)

- Reunir a rede global de alunos
- Aproximar os utilizadores do Mercado de trabalho
- Interação entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma escola
- Motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados
- Publicar anúncios de emprego
- Desenvolver carreiras e consequentemente as redes de relações profissionais
- Outro. Qual? _____

14. Consideram que a *IBS Networking* foi uma boa aposta da *ISCTE Business School*?

- Sim
- Não. Porquê? _____

D. Objetivos

15. Qual o objetivo principal pelo qual a empresa está registada *IBS Networking* (Selecione apenas uma resposta, por favor)?

- Contacto com alunos
- Divulgação de vagas
- Pesquisa de possíveis candidatos
- Apresentação da empresa
- Outro. Qual? _____

16. Considera que o objetivo que referiu está a ser cumprido?

- Sim
- Não. Porquê? _____

E. Utilização da rede

17. Com que periodicidade (aproximadamente) acedem à IBS Networking?

- Todos os dias
- Semanalmente
- Duas a três vezes por mês
- Mensalmente
- Duas a três vezes por ano
- Anualmente
- Não acedemos

18. Com que periodicidade (aproximadamente) atualizam os dados de perfil?

- Mensalmente
- Duas a três vezes por ano
- Anualmente
- Não atualizamos

19. A empresa alguma vez entrou em contacto com um aluno ou antigo aluno, através do e-mail da IBS Networking?

- Sim
- Não

20. Em caso, de resposta afirmativa, para que finalidade?

- Divulgar ofertas de emprego
- Conhecimento mais aprofundado do aluno
- Tentativa de captura para a empresa
- Esclarecimento de alguma questão
- Outros. Quais? _____

21. Já alguma vez entraram em contacto com um grupo restrito de alunos para a divulgação de uma oferta mais específica?

- Sim
- Não

22. A empresa alguma vez recebeu um contacto de um aluno ou antigo aluno pelo e-mail da IBS Networking?

- Sim
- Não

23. Já recrutaram na IBS Networking?

- Sim
- Não. Porquê? _____

24. Em caso de resposta positiva, porque recrutam alunos da ISCTE Business School? (Se for o caso, pode optar por mais do que uma opção)

- Contacto intenso dos alunos com a realidade empresarial
- Corpo de docentes convidados de elevada reputação internacional
- Perspetiva e visão internacional da escola e dos alunos
- Capacidade para desenvolver carreiras profissionais sólidas
- Outros. Quais?

25. A empresa publica/já publicou anúncios na IBS Networking?

- Sim
- Não

(Em caso de resposta negativa, prossiga para a questão 28 por favor)

26. Em caso de resposta positiva, quantos anúncios publica, em média, por ano?

- Menos de 5 anúncios por ano
- Entre 6 a 10 anúncios por ano
- Entre 11 e 20 anúncios por ano
- Mais de 20 anúncios por ano

27. Quando disponibiliza uma vaga, a empresa recebe uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários. Qual a finalidade que é dada a essa lista?

- A lista é analisada ao pormenor e entramos em contacto com todos os alunos que constam na mesma
- A lista é analisada ao pormenor, mas não entramos em contacto com todos os alunos que constam na mesma
- Não entramos em contacto com os alunos que constam da lista
- Não recebemos a lista de candidatos que reúnem os requisitos necessários para a vaga

28. Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?

- Sim
- Não

29. Em caso de resposta positiva, como foi resolvido o problema?

- Entrámos em contacto com o *Career Service* que resolveu o problema
- Tentámos resolver o problema internamente e fomos bem sucedidos
- O problema foi temporário
- O problema acabou por nunca se resolver e ainda hoje ocorre
- Outro. Qual? _____

F. Pesquisa

30. É frequente consultarem os perfis dos alunos de forma a verificar se algum se adequa às necessidades da empresa?

- Sim
 Não

Em caso de resposta negativa, passe para a questão 36 por favor

31. Em caso de resposta afirmativa, com que regularidade consultam perfis na *IBS Networking*?

- Todos os dias
 Semanalmente
 Duas a três vezes por mês
 Mensalmente
 Duas a três vezes por ano
 Anualmente

32. Quando pesquisam possíveis candidatos, a pesquisa é baseada em que critérios?

- Curso
 Média
 Ano Letivo
 Local onde pretende trabalhar
 Línguas
 Nacionalidade
 Experiência internacional

33. Indique o grau de importância dos filtros que existem na *IBS Networking*, para os processos de Recrutamento & Seleção da empresa (de 1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Bastante importante):

Curso	1	2	3	4	5
Média	1	2	3	4	5
Ano Letivo	1	2	3	4	5
Local onde pretende trabalhar	1	2	3	4	5
Línguas	1	2	3	4	5
Nacionalidade	1	2	3	4	5
Experiência internacional	1	2	3	4	5

34. Consideram que deveriam existir mais critérios/filtros de pesquisa de alunos?

- Sim. Quais? _____
 Não

35. Na consulta de perfis na IBS Networking, qual a área do perfil do aluno que desperta mais atenção?

- Informação pessoal
 Percurso académico
 Percurso profissional
 Outras informações de perfil (atividades extra-curriculares, interesses profissionais, entre outros)

G. Satisfação relativamente à rede

36. Qual o grau de satisfação com a IBS Networking (1 a 5, sendo 1 Nada satisfeito, 2 Pouco Satisfeito, 3 Indiferente, 4 Satisfeito e 5 Muito satisfeito)?

1 2 3 4 5

37. Qual o grau de inovação que consideram que a IBS Networking tem (de 1 a 5, sendo 1 Nada inovadora, 2 Pouco inovadora, 3 Inovadora e 4 Bastante inovadora)?

1 2 3 4

38. A nível dos seguintes critérios, avalie os mesmos por grau de importância, tendo em conta o recrutamento na IBS Networking ao invés de outros locais.

Custos	1	2	3	4	5
Rapidez	1	2	3	4	5
Especificidades dos alunos	1	2	3	4	5

39. Em termos de custos, consideram que é rentável recrutar na IBS Networking?

- Sim
 Não. Porquê? _____

H. Interatividade e Dinamismo

40. Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede (1 a 4, sendo 1 Nada dinâmica, 2 Pouco dinâmica, 3 Dinâmica e 4 Bastante dinâmica)?

1 2 3 4

41. Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede (1 a 4, sendo 1 Nada interativa, 2 Pouco interativa, 3 Interativa, 4 Bastante interativa)?

1 2 3 4

I. Serviços que a rede presta

42. É frequente consultarem as notícias que estão na *IBS Networking*?

- Sim
 Não

43. A empresa recebe a *Newsletter Career Service* e a *Newsletter IBS* por e-mail?

- Sim
 Não

44. Costumam consultar o *feed* de atualizações dos alunos e antigos alunos?

- Sim
 Não

45. Em caso de resposta positiva na questão anterior, com que periodicidade aproximadamente?

- Várias vezes ao dia
 Diariamente
 Duas a três vezes por semana
 Semanalmente
 Duas a três vezes por mês
 Mensalmente
 Algumas vezes por ano

46. Aproximadamente, quantos alunos e antigos alunos manifestarem interesse pela empresa?

- Ainda nenhum aluno ou antigo aluno manifestou interesse pela empresa
 Entre 1 e 10
 Entre 11 e 20
 Entre 21 e 30
 Entre 31 e 40
 Mais de 40

47. Procuram conhecer melhor o perfil dos alunos que mostraram interesse pela empresa?

- Sim
 Não

48. Como avaliam o grau de importância das estatísticas que constam na rede (1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante)?

1 2 3 4 5

49. Nos *currícula* que a empresa recebe através da *IBS Networking*, é perceptível a existência de uma triagem?

Sim

Não. Porquê? _____

50. Em caso de resposta afirmativa à questão anterior, de que forma este serviço auxilia a empresa em processos de Recrutamento & Seleção?

Redução de custos

Diminuição do volume de trabalho

Seleção dos candidatos com o melhor perfil

Outros. Quais? _____

51. Na rede, os talentos da *ISCTE Business School* são distinguidos. É perceptível essa distinção?

Sim

Não

J. Limitações da plataforma

52. Quais as limitações que consideram que a *IBS Networking* tem?

Limitações a nível técnico

Limitações a nível de conteúdo

Limitações a nível de organização

Não tem limitações

Outras. Quais? _____

K. Futuro da rede

53. Indique o grau de importância que as seguintes funcionalidades teriam para a empresa (de 1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco Importante, 3 Indiferente, 4 Importante, 5 Muito Importante):

Registo de Professores	1	2	3	4	5
Recomendações	1	2	3	4	5
Salvar perfis que interessam	1	2	3	4	5
Visualização de alunos que viram o perfil da empresa	1	2	3	4	5
Conteúdos Públicos (notícias, informações, ...)	1	2	3	4	5

54. Acrescentariam outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente?

- Sim. Quais? _____
- Não

55. Desejam acrescentar alguma observação?

56. Desejam receber os dados deste estudo?

- Sim
- Não

Em caso de resposta positiva, indicar um *e-mail* para o envio dos mesmos: _____

Muito obrigada pela sua colaboração neste estudo. Se necessitar de algum esclarecimento poderá enviar um *e-mail* para o seguinte contacto: lilianagranjamarques@gmail.com.

Anexo VI – Tabela de organização das dimensões orientadoras do questionário aplicado a alunos e antigos alunos

Dimensões a analisar	Questões a colocar
Caracterização Pessoal	Idade
	Sexo
	Reside em Portugal?
	Em caso de resposta afirmativa à questão anterior, em que Distrito reside?
	Habilitações académicas
	Quais as redes sociais em que está registado/a?
	Qual o último curso realizado na <i>ISCTE Business School</i> ?
	Tem experiência Profissional?
	Em caso de resposta positiva, neste momento, está a exercer alguma função?
	Esta função foi encontrada na <i>IBS Networking</i> ?
	Qual a sua posição atual na rede?
Conhecimento da rede	Como antigo aluno/a já publicou algum anúncio na <i>IBS Networking</i> ?
	Como teve conhecimento da <i>IBS Networking</i> ?
	Como se registou na rede?
	Das seguintes opções, indique aquela que considera que seja a finalidade da <i>IBS Networking</i> . Considera que a <i>IBS Networking</i> foi uma boa aposta da <i>ISCTE Business School</i> ?
Objetivos	Qual o objetivo principal pelo qual está registado e utiliza a <i>IBS Networking</i> ?
Utilização da rede	Com que periodicidade (aproximadamente) acede à <i>IBS Networking</i> ?
	Com que periodicidade (aproximadamente) atualiza o seu perfil?
	Neste momento tem o seu perfil atualizado?
	Todos os seus dados estão disponíveis e podem ser visualizados por empresas e alunos ou tem restrições de privacidade?
	Já se candidatou a algum anúncio publicado na <i>IBS Networking</i> ?
	Se respondeu afirmativamente, a aproximadamente quantos anúncios já se candidatou?
	Já foi contactado por alguma empresa através da rede?
	Se respondeu “Sim” na questão anterior, qual foi a finalidade do contacto? Divulgação de uma oferta específica, para os seus requisitos
Tem a opção de candidatura automática ativada, para os anúncios que são colocados?	
Satisfação relativamente à rede	Qual o seu grau de satisfação com a <i>IBS Networking</i> (1 a 5, sendo 1 Nada satisfeito, 2 Pouco satisfeito, 3 Indiferente, 4 Satisfeito e 5 Muito satisfeito)?
	Qual o grau de inovação que considera que a <i>IBS Networking</i> tem (de 1 a 5, sendo 1 Nada inovadora, 2 Pouco inovadora, 3

	Inovadora e 4 Bastante inovadora)?
	Relativamente aos seguintes serviços que a <i>IBS Networking</i> disponibiliza, qual o seu grau de satisfação relativamente a cada um deles?
	Considera que a <i>IBS Networking</i> contribui/contribuiu de alguma forma para o desenvolvimento da sua carreira?
Interatividade e dinamismo	Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede (1 a 4, sendo 1 Nada dinâmica, 2 Pouco dinâmica, 3 Dinâmica e 4 Bastante dinâmica)?
	Em termos gerais, como avalia a interatividade da rede (1 a 4, sendo 1 Nada interativa, 2 Pouco interativa, 3 Interativa e 4 Bastante Interativa)?
Serviços que presta	É frequente consultar as notícias que estão na <i>IBS Networking</i> ?
	Recebe a <i>Newsletter Career Service</i> e a <i>Newsletter IBS</i> por <i>e-mail</i> ?
	Já alguma vez manifestou interesse numa empresa que esteja registada na <i>IBS Networking</i> ?
	Se respondeu afirmativamente à questão anterior, qual a razão principal pela qual manifestou interesse?
	Como avalia o grau de importância das estatísticas que constam na rede?
	Já respondeu a anúncios publicados na <i>IBS Networking</i> ?
	Em caso de resposta positivo, a que tipo de anúncios se candidata?
	Já se tentou candidatar a algum anúncio que o próprio <i>site</i> não o tivesse permitido?
	Em caso de resposta positiva, o que fez nessa situação?
	Já entrou em contacto com algum membro do <i>Career Service</i> através da <i>IBS Networking</i> ?
	Se respondeu que sim na questão anterior, qual a finalidade?
	Alguma vez entrou em contacto com uma empresa através do <i>e-mail</i> da <i>IBS Networking</i> ?
	Se respondeu que sim na questão anterior, qual a finalidade?
	Alguma vez entrou em contacto com um aluno ou um ex-aluno através do <i>e-mail</i> da <i>IBS Networking</i> ?
	Se respondeu que sim na questão anterior, qual a finalidade?
	Alguma vez frequentou um curso de formação ou <i>Workshop</i> sobre o qual tenha tido conhecimento na <i>IBS Networking</i> ?
	Já utilizou a funcionalidade de enviar um <i>e-mail</i> à turma?
	Em caso de resposta afirmativa, para que situação?
	Alguma vez utilizou o fórum que existe na rede?
	Se respondeu negativamente à questão anterior, porque não utilizou o fórum que existe na rede?
Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?	
Em caso de resposta positiva, como foi resolvido o problema?	
Alguma vez mostrou um anúncio de emprego a um colega que não fosse da <i>ISCTE Business School</i> ?	

	Se a sua resposta foi “Sim”, porque razão o fez?
Limitações da plataforma	Quais as limitações que considera que a <i>IBS Networking</i> tem?
Futuro da rede	Indique o grau de importância que as seguintes funcionalidades teriam para si (de 1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante)
	Acrescentaria outras funcionalidade à rede que não as enumeradas anteriormente?

Anexo VII – Questionário aplicado a alunos e antigos alunos

Obrigada!

Agradeço desde já a dedicação de parte do seu tempo para o preenchimento deste questionário. Solicito que leia cuidadosamente cada pergunta, e selecione por favor, as respostas que considera mais ajustadas à realidade.

A. Caracterização Pessoal**1. Idade**

- < 18 anos
- Entre 18 e 28 anos
- Entre 29 e 39 anos
- Entre 40 e 50 anos
- > 51 anos

2. Sexo

- Masculino
- Feminino

3. Reside em Portugal?

- Sim
- Não. Em que país reside? _____

4. Em caso de resposta afirmativa à questão anterior, em que Distrito reside?

- Lisboa
- Porto
- Setúbal
- Braga
- Aveiro
- Leiria
- Santarém
- Faro
- Coimbra
- Viseu
- Região Autónoma da Madeira
- Região Autónoma dos Açores
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Castelo Branco
- Évora
- Guarda
- Beja
- Bragança
- Portalegre

5. Habilitações académicas

- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Outra. Qual? _____

6. Quais as redes sociais em que está registado/a?

- IBS Networking
- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- My space
- Outras. Quais? _____

7. Qual o último curso realizado na ISCTE Business School?

8. Tem experiência Profissional?

- Sim
- Não

Em caso de resposta negativa, solicito que passe para a questão 11, por favor.

9. Em caso de resposta afirmativa, neste momento, está a exercer alguma função?

- Sim. Qual? _____
- Não

10. A(s) função(ões) que desempenha/desempenhou foi(ram) encontrada(s) na IBS Networking?

- Sim
- Não

11. Qual a sua posição na IBS Networking?

- Antigo/a aluno/a
- Atual aluno/a de Licenciatura
- Atual aluno/a de Mestrado
- Atual aluno/a de Doutoramento

Caso seja um/a aluno/a atual, solicito que passe para a questão 13, por favor.

12. Como antigo aluno/a já publicou algum anúncio na *IBS Networking*?

- Sim. Quantos? _____
- Não

B. Conhecimento da rede

13. Como teve conhecimento da *IBS Networking*?

- Recebi um *e-mail* por parte do *Career Service*
- Recebi um *e-mail* por parte do delegado de turma
- Consultei a página de *Facebook* do *Career Service*
- Na *Newsletter* do *Career Service*
- Imprensa
- Outro. Qual? _____

14. Como se registou na rede?

- Fui registado/a automaticamente aquando da criação da plataforma
- Solicitei o registo ao *Career Service*

15. Das seguintes opções, indique aquela que considera que seja a finalidade principal da *IBS Networking* (Selecione apenas uma resposta):

- Reunir a rede global de alunos
- Aproximar os utilizadores do Mercado de trabalho
- Interação entre empregadores, alunos da *ISCTE Business School* e antigos alunos da mesma escola
- Motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados
- Publicar anúncios de emprego
- Desenvolver carreiras e conseqüentemente as redes de relações profissionais
- Outro. Qual? _____

16. Considera que a *IBS Networking* foi uma boa aposta da *ISCTE Business School*?

- Sim
- Não

Justifique por favor a sua resposta _____

C. Objetivos

17. Qual o objetivo principal pelo qual está registado/a e utiliza a *IBS Networking* (Selecione apenas uma resposta)?

- Pesquisa de ofertas de emprego
- Contacto com colegas
- Contacto com empresas
- Acompanhar a *ICSTE Business School*

- Promoção pessoal
- Outro. Qual? _____

D. Utilização da rede

18. Com que periodicidade (aproximadamente) acede à IBS Networking?

- Todos os dias
- Semanalmente
- Duas a três vezes por mês
- Mensalmente
- Duas a três vezes por ano
- Anualmente
- Não acedo

19. Com que periodicidade (aproximadamente) atualiza o seu perfil?

- Mensalmente
- Duas a três vezes por ano
- Anualmente
- Não atualizo

20. Neste momento tem o seu perfil atualizado?

- Sim
- Não

21. Todos os seus dados estão disponíveis e podem ser visualizados por empresas e alunos ou tem restrições de privacidade?

- Todos os meus dados podem ser visualizados por empresas e alunos
- Todos os meus dados podem ser visualizados por empresas, mas não por alunos
- Todos os meus dados podem ser visualizados por alunos mas não por empresas
- Os meus dados não são públicos

22. Já foi contactado por alguma empresa através da rede?

- Sim
- Não

23. Se respondeu “Sim” na questão anterior, qual foi a finalidade do contacto?

- Divulgação de uma oferta de emprego específica
- Marcação de uma entrevista
- Procurar saber mais informações acerca de si
- Promoção da empresa
- Outra. Qual?

24. Tem a opção de candidatura automática ativada, para os anúncios que são colocados?

- Sim
 Não

E. Satisfação relativamente à rede

25. Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking (1 a 5, sendo 1 Nada satisfeito, 2 Pouco satisfeito, 3 Indiferente, 4 Satisfeito e 5 Muito satisfeito)?

1 2 3 4 5

26. Qual o grau de inovação que considera que a IBS Networking tem (de 1 a 5, sendo 1 Nada inovadora, 2 Pouco inovadora, 3 Inovadora e 4 Bastante inovadora)?

1 2 3 4

27. Relativamente aos seguintes serviços que a IBS Networking disponibiliza, qual o seu grau de satisfação relativamente a cada um deles (1 a 5, sendo 1 Nada satisfeito, 2 Pouco satisfeito, 3 Indiferente, 4 Satisfeito e 5 Muito satisfeito)?

Candidatura a vagas	1	2	3	4	5
Contactos de empresas para pesquisa	1	2	3	4	5
Contacto dos membros do <i>Career Service</i>	1	2	3	4	5
Eventos	1	2	3	4	5
Agenda	1	2	3	4	5
Manifestação de interesse	1	2	3	4	5

28. Considera que a IBS Networking contribui/contribuir de alguma forma para o desenvolvimento da sua carreira?

- Sim. De que forma? _____
 Não

F. Interatividade e dinamismo

29. Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede (1 a 4, sendo 1 Nada dinâmica, 2 Pouco dinâmica, 3 Dinâmica e 4 Bastante dinâmica)?

1 2 3 4

30. Em termos gerais, como avalia a interatividade da rede (1 a 4, sendo 1 Nada interativa, 2 Pouco interativa, 3 Interativa e 4 Bastante Interativa)?

1 2 3 4

G. Serviços que presta

31. É frequente consultar as notícias que estão na *IBS Networking*?

- Sim
 Não

32. Recebe a *Newsletter Career Service* e a *Newsletter IBS* por e-mail?

- Sim
 Não

33. Já alguma vez manifestou interesse numa empresa que esteja registada na *IBS Networking*?

- Sim
 Não

34. Se respondeu afirmativamente à questão anterior, qual a razão principal pela qual manifestou interesse (Selecione apenas uma resposta)?

- Interesse pela empresa
 Distinção relativamente a outros colegas que não manifestaram interesse
 Promoção pessoal
 Pretendia enviar uma candidatura espontânea
 Outro. Qual? _____

35. Como avalia o grau de importância das estatísticas que constam na rede (1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante)?

1 2 3 4 5

36. Já respondeu a anúncios publicados na *IBS Networking*?

- Sim
 Não

Em caso de resposta negativa, solicito que passe para a questão 41, por favor.

37. A aproximadamente quantos anúncios já se candidatou?

- Entre 1 a 5 anúncios
 Entre 6 e 10 anúncios
 Mais de 10 anúncios

38. A que tipo de anúncios se candidata?

- Anúncios apenas da minha área
 Anúncios de outras áreas

39. Já se tentou candidatar a algum anúncio que o próprio site não o tivesse permitido?

- Sim
 Não

40. Em caso de resposta positiva, o que fez nessa situação?

- Não me candidatei ao anúncio
 Entrei em contacto com o *Career Service*
 Enviei a candidatura para o *e-mail* que consta no perfil da empresa
 Outra. Qual?

41. Já entrou em contacto com algum membro do *Career Service* através da *IBS Networking*?

- Sim
 Não

42. Em caso de resposta positiva, qual a finalidade do contacto?

- Esclarecimento de dúvidas relativamente à plataforma
 Esclarecimento de dúvidas relativamente a um anúncio de emprego
 Pedir informações
 Outro. Qual? _____

43. Alguma vez entrou em contacto com uma empresa através do *e-mail* da *IBS Networking*?

- Sim
 Não

44. Em caso de resposta positiva, qual a finalidade do contacto?

- Procurar saber mais informações acerca da empresa
 Procurar saber mais informações acerca de anúncios de emprego
 Esclarecimento de alguma questão
 Promoção pessoal
 Outra. Qual? _____

45. Alguma vez entrou em contacto com um aluno ou um ex-aluno através do *e-mail* da *IBS Networking*?

- Sim
 Não

46. Qual a finalidade do contacto?

- Esclarecimento de alguma questão
 Solicitação de ajuda para alguma questão
 Apenas contacto

- Outra. Qual? _____
- 47. Alguma vez frequentou um curso de formação ou *workshop* sobre o qual tenha tido conhecimento na *IBS Networking*?**
- Sim. Qual(ais)? _____
- Não
- 48. Já utilizou a funcionalidade de enviar um *e-mail* à turma?**
- Sim
- Não
- 49. Em caso de resposta positiva, para que situação?**
- Envio de informações
- Envio de ofertas de emprego
- Notificação de eventos
- Outra. Qual? _____
- 50. Alguma vez utilizou o fórum que existe na rede?**
- Sim
- Não
- 51. Se respondeu negativamente à questão anterior, porque não utilizou o fórum que existe na rede?**
- Não tenho curiosidade em utilizar
- Não é interativo
- Desconhecia a existência de um fórum na *IBS Networking*
- Outras. Quais?
- 52. Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?**
- Sim
- Não
- 53. Em caso de resposta positiva, como foi resolvido o problema?**
- Entrei em contacto com o *Career Service* que resolveu o problema
- Tentei resolver o problema e fui bem sucedido/a
- O problema foi temporário
- O problema acabou por nunca se resolver e ainda hoje ocorre
- Outro. Qual?
- 54. Alguma vez mostrou um anúncio de emprego a um colega que não fosse da *ISCTE Business School*?**
- Sim
- Não

55. Se a sua resposta foi “Sim” porque razão o fez?

- Na *IBS Networking* existem boas ofertas de trabalho
- O meu colega estava desempregado
- Apenas por curiosidade
- Outro. Qual? _____

Limitações da plataforma

56. Quais as limitações que considera que a *IBS Networking* tem?

- Limitações a nível técnico
- Limitações a nível de conteúdo
- Limitações a nível de organização
- Não tem limitações
- Outras. Quais? _____

Futuro da rede

57. Indique o grau de importância que as seguintes funcionalidades teriam para si (de 1 a 5, sendo 1 Nada importante, 2 Pouco importante, 3 Indiferente, 4 Importante e 5 Muito importante):

Registo de Professores	1	2	3	4	5
Recomendações	1	2	3	4	5
Visualização de empresas que viram o seu perfil	1	2	3	4	5
Conteúdos públicos (notícias, informações,...)	1	2	3	4	5

58. Acrescentaria outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente?

- Sim. Quais? _____
- Não

59. Deseja acrescentar alguma observação?

60. Deseja receber os dados deste estudo?

- Sim
- Não

Em caso de resposta positiva, indicar um *e-mail* para o envio dos mesmos: _____

Muito obrigada pela sua colaboração neste estudo. Se necessitar de algum esclarecimento poderá enviar um *e-mail* para o seguinte contacto: lilianagranjamarques@gmail.com.

Anexo VIII – E-mail enviado para empresas e alunos

E-mail para alunos a antigos alunos

Bom dia,

Sou aluna do Mestrado em Gestão na *ISCTE Business School* e encontro-me neste momento a realizar a minha Tese de Mestrado, que incide num estudo sobre a *IBS Networking*. Neste sentido, solicito por favor, que responda a um questionário, salientando a importância da sua resposta para o desenvolvimento da rede.

Poderá aceder ao questionário, acedendo ao seguinte *link*:

<https://www.surveymonkey.com/s/S8LQD8W>

Relembro que a Sua colaboração neste estudo é muito importante. Informo ainda que está assegurado o total anonimato e confidencialidade dos resultados, sendo que estes servirão apenas para tratamento estatístico.

Agradeço desde já a Sua melhor atenção e disponibilidade.

Com os melhores cumprimentos,
Liliana Marques

E-mail para empresas

Bom dia,

Sou aluna do Mestrado em Gestão na *ISCTE Business School* e encontro-me neste momento a realizar a minha Tese de Mestrado, que incide num estudo sobre a *IBS Networking*. Neste sentido, solicito por favor, que o responsável pela gestão do perfil da Empresa na *IBS Networking* responda a um questionário, salientando a importância da resposta para o desenvolvimento da rede.

Poderá aceder ao questionário, acedendo ao seguinte *link*:

<https://www.surveymonkey.com/s/S8G3JN5>

Relembro que a Vossa colaboração neste estudo é muito importante. Informo ainda que está assegurado o total anonimato e confidencialidade dos resultados, sendo que estes servirão apenas para tratamento estatístico.

Agradeço desde já a Vossa melhor atenção e disponibilidade.

Com os melhores cumprimentos,
Liliana Marques

Anexo IX – Tratamentos dos questionários aplicados – Empresas

Caracterização da empresa e conhecimento da rede

Área de atividade da empresa

Qual a área de atividade da Empresa?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Administração Pública	1	8,3	8,3
Consultoria e Auditoria	1	8,3	8,3
Educação e Formação	1	8,3	8,3
Grande Distribuição e Retalho	1	8,3	8,3
Logística e Transportes	1	8,3	8,3
Serviços de Marketing e Publicidade	1	8,3	8,3
Telecomunicações	3	25,0	25,0
Tecnologias de Informação	2	16,7	16,7
Outros serviços	1	8,3	8,3
Total	12	100,0	100,0

Número de trabalhadores da empresa

Qual o número de trabalhadores da Empresa?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 6 a 20 trabalhadores	2	16,7	16,7
51 a 100 trabalhadores	3	25,0	25,0
501 a 1000 trabalhadores	2	16,7	16,7
Mais de 1000 trabalhadores	5	41,7	41,7
Total	12	100,0	100,0

Implantação geográfica da empresa

Qual a implantação geográfica da Empresa?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nacional	7	58,3	58,3
Europeia	1	8,3	8,3
Mundial	4	33,3	33,3
Total	12	100,0	100,0

Redes sociais em que a empresa está registada

\$RegistoRedesSociais Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Registo em Redes Sociais ^a	IBS Networking	8	22,9%	66,7%
	Facebook	11	31,4%	91,7%
	LinkedIn	11	31,4%	91,7%
	Twitter	5	14,3%	41,7%
Total		35	100,0%	291,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Utilização de redes sociais para recrutar

A Empresa utiliza redes sociais para recrutar?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	10	83,3	83,3
	Não	2	16,7	16,7
	Total	12	100,0	100,0

Redes sociais utilizadas para recrutar

\$Recrutar Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Recrutar em Redes Sociais ^a	IBS Networking	4	22,2%	40,0%
	Facebook	4	22,2%	40,0%
	LinkedIn	9	50,0%	90,0%
	Twitter	1	5,6%	10,0%
Total		18	100,0%	180,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Posição na empresa do responsável pelo perfil da empresa na IBS Networking

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Outra	1	8,3	8,3
	Efetivo	9	75,0	75,0
	Proprietário	2	16,7	16,7
	Total	12	100,0	100,0

Registo pessoal do responsável por esta gestão na IBS Networking

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	1	8,3	8,3
	Não	11	91,7	91,7
	Total	12	100,0	100,0

Procedimento de registo da empresa na rede

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	A empresa foi registada automaticamente (já constava das bases de dados do Career Service)	10	83,3	83,3
	A empresa solicitou o registo	2	16,7	16,7
Total		12	100,0	100,0

Forma de conhecimento da IBS Networking

\$ConhecimentoIBS Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Forma de conhecimento da IBS Networking ^a	E-mail enviado pelo Career Service	12	100,0%	100,0%
Total		12	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Finalidade principal da rede

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Reunir a rede global de alunos	3	25,0	25,0
	Aproximar os utilizadores do Mercado de Trabalho	5	41,7	41,7
	Interação entre empregadores, alunos da ISCTE Business School e antigos alunos da mesma escola	1	8,3	8,3
	Publicar anúncios de emprego	3	25,0	25,0
	Total	12	100,0	100,0

Boa aposta da ISCTE Busisse School no que toca à criação da rede

Consideram que a IBS Networking foi uma boa aposta da ISCTE Business School?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	12	100,0	100,0

Satisfação e objetivos de utilização

Objetivo principal pelo qual a empresa está registada na IBS Networking

Qual o objetivo principal pelo qual a Empresa está registada na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Contacto com alunos	3	25,0	25,0
	Divulgação de vagas	3	25,0	25,0
	Pesquisa de possíveis candidatos	4	33,3	33,3
	Apresentação da empresa	2	16,7	16,7
	Total	12	100,0	100,0

Cumprimento do objetivo referido

Consideram que o objetivo que referiu está a ser cumprido?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	12	100,0	100,0

Grau de satisfação com a IBS Networking

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking?	12	3	5	4,17	,718
Valid N (listwise)	12				

Grau de inovação da rede

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Qual o grau de inovação que consideram que a IBS Networking tem?	12	2	4	3,25	,622
Valid N (listwise)	12				

Relação entre o grau de inovação e o grau de satisfação

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Qual o grau de inovação que consideram que a IBS Networking tem?	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%

Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Qual o grau de inovação que consideram que a IBS Networking tem? Crosstabulation

Count

		Qual o grau de inovação que consideram que a IBS Networking tem?			Total
		Pouco Inovadora	Inovadora	Bastante Inovadora	
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking?	Indiferente	0	2	0	2
	Satisfeito	1	4	1	6
	Muito Satisfeito	0	1	3	4
Total		1	7	4	12

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,688	,224
	Cramer's V	,486	,224
N of Valid Cases		12	

Grau de importância de critérios, tendo em conta o recrutamento na IBS Networking ao invés de outros locais

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Custos	12	2	5	3,83	,937
Rapidez	12	3	5	4,08	,793
Especificidade dos Concorrentes	12	3	5	4,08	,793
Valid N (listwise)	12				

Rentabilidade no recrutamento através da IBS Networking ao invés de outros locais

Em termos de custos, consideram que é rentável recrutar na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	11	91,7	91,7
	Não	1	8,3	8,3
Total		12	100,0	100,0

Relação entre custos e grau de satisfação relativamente à rede

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Em termos de custos, consideram que é rentável recrutar na IBS Networking?	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%

Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Em termos de custos, consideram que é rentável recrutar na IBS Networking? Crosstabulation

Count

		Em termos de custos, consideram que é rentável recrutar na IBS Networking?		Total
		Sim	Não	
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking?	Indiferente	1	1	2
	Satisfeito	6	0	6
	Muito Satisfeito	4	0	4
Total		11	1	12

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,674	,065
	Cramer's V	,674	,065
N of Valid Cases		12	

Dinamismo e interatividade da rede

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede?	12	1	4	2,75	,866
Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede?	12	1	4	2,75	,866
Valid N (listwise)	12				

Relação entre dinamismo e grau de satisfação

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede? * Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede?	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%

Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede? * Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede? Crosstabulation

Count

		Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede?				Total
		Nada interativa	Pouco interativa	Interativa	Bastante interativa	
Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede?	Nada dinâmica	1	0	0	0	1
	Pouco dinâmica	0	3	0	0	3
	Dinâmica	0	0	5	1	6
	Bastante dinâmica	0	0	1	1	2
Total		1	3	6	2	12

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	1,453	,003
	Cramer's V	,839	,003
N of Valid Cases		12	

Relação entre dinamismo e interatividade

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede? * Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede?	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%

Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede? * Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede? Crosstabulation

Count		Em termos gerais, como avaliam a interatividade da rede?				Total
		Nada interativa	Pouco interativa	Interativa	Bastante interativa	
Em termos gerais, como avaliam o dinamismo da rede?	Nada dinâmica	1	0	0	0	1
	Pouco dinâmica	0	3	0	0	3
	Dinâmica	0	0	5	1	6
	Bastante dinâmica	0	0	1	1	2
Total		1	3	6	2	12

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	1,453	,003
	Cramer's V	,839	,003
N of Valid Cases		12	

Utilização da rede

Periodicidade de acesso à plataforma

Com que periodicidade (aproximadamente) acedem à IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mensalmente	5	41,7	41,7
	Duas a três vezes por ano	3	25,0	25,0
	Anualmente	3	25,0	25,0
	Não acedemos	1	8,3	8,3
	Total	12	100,0	100,0

Periodicidade de atualização dos dados de perfil

Com que periodicidade (aproximadamente) atualizam os dados de perfil?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mensalmente	2	16,7	16,7
	Duas a três vezes por ano	2	16,7	16,7
	Anualmente	4	33,3	33,3
	Não atualizamos	4	33,3	33,3
	Total	12	100,0	100,0

Contacto com aluno ou antigo aluno, através do e-mail da IBS Networking

A Empresa alguma vez entrou em contacto com um aluno ou antigo aluno, através do e-mail da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	6	50,0	50,0
	Não	6	50,0	50,0
	Total	12	100,0	100,0

Finalidade do contacto

\$FinalidadeContacto Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Finalidade do Contacto ^a	Divulgar ofertas de emprego	4	57,1%	66,7%
	Conhecimento mais aprofundado do aluno	1	14,3%	16,7%
	Tentativa de captura para a empresa	2	28,6%	33,3%
Total		7	100,0%	116,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Contacto com grupo restrito de alunos para divulgação de ofertas específicas

Já alguma vez entraram em contacto com um grupo restrito de alunos para a divulgação de uma oferta mais específica?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	4	33,3	33,3
	Não	8	66,7	66,7
Total		12	100,0	100,0

Contacto por parte de alunos ou antigos alunos

A Empresa alguma vez recebeu um contacto de um aluno ou antigo aluno pelo e-mail da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	4	33,3	33,3
	Não	8	66,7	66,7
Total		12	100,0	100,0

Recrutamento na IBS Networking

Já recrutaram na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	6	50,0	50,0
	Não	6	50,0	50,0
Total		12	100,0	100,0

Razão do recrutamento na IBS Networking

\$Porquerecrutam Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Porque recrutam alunos da IBS ^a	Contacto intenso dos alunos com a realidade empresarial	2	22,2%	33,3%
	Corpo de docentes de elevada reputação internacional	1	11,1%	16,7%
	Perspetiva e visão internacional da escola e dos alunos	4	44,4%	66,7%
	Capacidade para desenvolver carreiras profissionais sólidas	2	22,2%	33,3%
Total		9	100,0%	150,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Publicação de anúncios na IBS Networking

A Empresa pública/já publicou anúncios na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	10	83,3	83,3
	Não	2	16,7	16,7
Total		12	100,0	100,0

Número de anúncios publicados, em média, por ano

Quantos anúncios pública, em média, por ano?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Menos de 5 anúncios por ano	9	75,0	90,0
	Entre 11 e 20 anúncios por ano	1	8,3	10,0
	Total	10	83,3	100,0
Missing	System	2	16,7	
Total		12	100,0	

Tratamento da lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários

Quando disponibiliza uma vaga, a Empresa recebe uma lista com os candidatos que reúnem os requisitos necessários. Qual a finalidade que é dada a essa lista?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	A lista é analisada ao pormenor e entramos em contacto com todos os alunos que constam na mesma	4	33,3	40,0
	A lista é analisada ao pormenor, mas não entramos em contacto com todos os alunos que constam na mesma	5	41,7	50,0
	Não recebemos a lista de candidatos que reúnem os requisitos necessários para a vaga	1	8,3	10,0
	Total	10	83,3	100,0
Missing	System	2	16,7	
Total		12	100,0	

Problemas técnicos na utilização da rede

Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	2	16,7	16,7
	Não	10	83,3	83,3
	Total	12	100,0	100,0

Relação entre problemas técnicos e grau de satisfação

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?	12	100,0%	0	,0%	12	100,0%

Qual o grau de satisfação com a IBS Networking? * Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede? Crosstabulation

Count		Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?		Total
		Sim	Não	
Qual o grau de satisfação com a IBS Networking?	Indiferente	0	2	2
	Satisfeito	2	4	6
	Muito Satisfeito	0	4	4
Total		2	10	12

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,447	,301
	Cramer's V	,447	,301
N of Valid Cases		12	

Resolução do problema

Como foi resolvido o problema?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Entrámos em contacto com o Career Service que resolveu o problema	2	16,7	100,0
Missing	System	10	83,3	
Total		12	100,0	

Consulta de perfis

É frequente consultarem os perfis dos alunos de forma a verificar se algum se adequa às necessidades da Empresa?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	6	50,0	50,0
	Não	6	50,0	50,0
Total		12	100,0	100,0

Regularidade de consulta de perfis na IBS Networking

Com que regularidade consultam perfis na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Duas a três vezes por mês	1	8,3	16,7
	Mensalmente	3	25,0	50,0
	Duas a três vezes por ano	2	16,7	33,3
	Total	6	50,0	100,0
Missing	System	6	50,0	
Total		12	100,0	

Crítérios de pesquisa de eventuais candidatos

\$Filtros Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Crítérios de Pesquisa ^a	Curso	6	46,2%	100,0%
	Média	2	15,4%	33,3%
	Ano Letivo	2	15,4%	33,3%
	Experiência Internacional	3	23,1%	50,0%
Total		13	100,0%	216,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Grau de importância dos filtros que existem

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Curso	6	4	5	4,83	,408
Média	6	3	5	4,17	,753
Ano Letivo	6	3	5	3,83	,753
Local onde pretende trabalhar	6	3	5	3,83	,753
Línguas	6	3	4	3,67	,516
Nacionalidade	6	1	4	2,83	,983
Experiência Internacional	6	3	5	3,83	,753
Valid N (listwise)	6				

Existência de mais critérios/filtros de pesquisa

Consideram que deveriam existir mais critérios/filtros de pesquisa de alunos?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	3	25,0	50,0
Não	3	25,0	50,0
Total	6	50,0	100,0
Missing System	6	50,0	
Total	12	100,0	

Área do perfil do aluno que desperta mais atenção

\$ÁreaPerfilDespertaAtencao Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Área do perfil que desperta mais atenção ^a	Percurso acadêmico	3	33,3%	50,0%
	Percurso profissional	6	66,7%	100,0%
Total		9	100,0%	150,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Consulta de notícias da IBS Networking

É frequente consultarem as notícias que estão na IBS Networking?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	1	8,3	8,3
Não	11	91,7	91,7
Total	12	100,0	100,0

Recebimento da Newsletter Career Service e Newsletter IBS por e-mail

A Empresa recebe a Newsletter Career Service e a Newsletter IBS por e-mail?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	9	75,0	75,0
Não	3	25,0	25,0
Total	12	100,0	100,0

Consulta do feed de atualizações dos alunos e antigos alunos

Costumam consultar o feed de atualizações dos alunos e antigos alunos?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	3	25,0	25,0
Não	9	75,0	75,0
Total	12	100,0	100,0

Periodicidade de consulta do feed de atualizações dos alunos e antigos alunos

Com que periodicidade aproximadamente?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Diariamente	1	8,3	33,3
Mensalmente	1	8,3	33,3
Algumas vezes por ano	1	8,3	33,3
Total	3	25,0	100,0
Missing System	9	75,0	
Total	12	100,0	

Número de alunos que manifestaram interesse

Aproximadamente, quantos alunos e antigos alunos manifestaram interesse pela Empresa?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Ainda nenhum aluno manifestou interesse pela Empresa	2	16,7	16,7
Entre 1 e 10	2	16,7	16,7
Entre 11 e 20	2	16,7	16,7
Entre 21 e 30	4	33,3	33,3
Mais de 40	2	16,7	16,7
Total	12	100,0	100,0

Conhecimento mais aprofundado dos alunos que manifestaram interesse

Procuram conhecer melhor o perfil dos alunos que mostraram interesse pela Empresa?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	8	66,7	66,7
Não	4	33,3	33,3
Total	12	100,0	100,0

Grau de importância das estatísticas que constam na rede

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Como avaliam o grau de importância das estatísticas que constam na rede?	12	2	4	3,50	,674
Valid N (listwise)	12				

Perceptibilidade da existência de triagem de *curricula*

Nos *curricula* que a Empresa recebe através da IBS Networking, é perceptível a existência de uma triagem?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	8	66,7	66,7
Não	4	33,3	33,3
Total	12	100,0	100,0

Auxílio da triagem em processos de Recrutamento & Seleção

\$ServiçoAuxílioRS Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Auxílio da triagem de CV para a empresa ^a	Redução de custos	3	21,4%	37,5%
	Diminuição do volume de trabalho	4	28,6%	50,0%
	Seleção dos candidatos com o melhor perfil	7	50,0%	87,5%
Total		14	100,0%	175,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Distinção de talentos na *IBS Networking*

Na rede, os talentos da ISCTE Business School são distinguidos. E perceptível essa distinção?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	5	41,7	41,7
Não	7	58,3	58,3
Total	12	100,0	100,0

Limitações da plataforma

\$Limitacoes Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Limitações da Rede ^a	Limitações a nível técnico	1	7,7%	8,3%
	Limitações a nível de conteúdo	4	30,8%	33,3%
	Limitações a nível de organização	1	7,7%	8,3%
	Não tem limitações	7	53,8%	58,3%
Total		13	100,0%	108,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Evolução da redeGrau de importância de determinadas funcionalidades

Registo de Professores

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Pouco importante	2	16,7	16,7
	Indiferente	6	50,0	50,0
	Importante	3	25,0	25,0
	Bastante importante	1	8,3	8,3
Total		12	100,0	100,0

Recomendações

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Pouco importante	1	8,3	8,3
	Indiferente	4	33,3	33,3
	Importante	5	41,7	41,7
	Bastante importante	2	16,7	16,7
Total		12	100,0	100,0

Salvar perfis que interessam

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Indiferente	3	25,0	25,0
	Importante	4	33,3	33,3
	Bastante importante	5	41,7	41,7
Total		12	100,0	100,0

Visualização de alunos que viram o perfil da Empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Pouco importante	1	8,3	8,3
	Indiferente	4	33,3	33,3
	Importante	4	33,3	33,3
	Bastante importante	3	25,0	25,0
Total		12	100,0	100,0

Conteúdos Públicos (notícias, informações,...)

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Pouco importante	1	8,3	8,3
	Indiferente	5	41,7	41,7
	Importante	5	41,7	41,7
	Bastante importante	1	8,3	8,3
Total		12	100,0	100,0

Outras funcionalidades a acrescentar à rede

Acrescentariam outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Não	12	100,0	100,0

Anexo X – Tratamentos dos questionários aplicados – Antigos e atuais alunos***Caracterização dos alunos e Conhecimento da Rede***Idade

		Idade		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Entre 18 e 28 anos	141	88,1	88,1
	Entre 29 e 39 anos	15	9,4	9,4
	Entre 40 e 50 anos	3	1,9	1,9
	> 51 anos	1	,6	,6
	Total	160	100,0	100,0

Sexo

		Sexo		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Masculino	60	37,5	37,5
	Feminino	100	62,5	62,5
Total		160	100,0	100,0

Residência em Portugal

		Reside em Portugal?		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	157	98,1	98,1
	Não	3	1,9	1,9
Total		160	100,0	100,0

Distrito de residência

		Em que Distrito reside?			
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Lisboa	111	69,4	70,7	
	Setúbal	26	16,3	16,6	
	Braga	1	,6	,6	
	Aveiro	1	,6	,6	
	Leiria	6	3,8	3,8	
	Santarém	8	5,0	5,1	
	Faro	1	,6	,6	
	Região Autónoma da Madeira	1	,6	,6	
	Castelo Branco	1	,6	,6	
	Portalegre	1	,6	,6	
	Total		157	98,1	100,0
	Missing	System	3	1,9	
Total		160	100,0		

Habilitações académicas

		Habilitações académicas concluídas		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ensino Secundário	20	12,5	12,5
	Licenciatura	83	51,9	51,9
	Mestrado	52	32,5	32,5
	Outra	5	3,1	3,1
	Total	160	100,0	100,0

Redes sociais em que antigos e atuais alunos estão registrados

\$RegistoRedesSociais Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Redes Sociais em que estão registrados ^a	IBS Networking	138	34,1%	86,3%
	Facebook	145	35,8%	90,6%
	LinkedIn	86	21,2%	53,8%
	Twitter	27	6,7%	16,9%
	MySpace	9	2,2%	5,6%
Total		405	100,0%	253,1%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Experiência Profissional

Tem experiência profissional?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	109	68,1	68,1
	Não	51	31,9	31,9
Total		160	100,0	100,0

Neste momento, está a exercer alguma função?

Neste momento está a exercer alguma função?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	69	43,1	63,3
	Não	40	25,0	36,7
	Total	109	68,1	100,0
Missing	System	51	31,9	
Total		160	100,0	

A função que desempenharam/desempenham foi encontrada na IBS Networking?

A(s) função(ões) que desempenha/desempenhou foi(ram) encontrada(s) na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	29	18,1	26,6
	Não	80	50,0	73,4
	Total	109	68,1	100,0
Missing	System	51	31,9	
Total		160	100,0	

Posição atual na rede

Qual a sua posição na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Antigo/a aluno/a	45	28,1	28,1
	Atual aluno/a de Licenciatura	30	18,8	18,8
	Atual aluno/a de Mestrado	84	52,5	52,5
	Atual aluno/a de Doutorado	1	,6	,6
	Total	160	100,0	100,0

Como antigo aluno já publicou algum anúncio na IBS Networking?

Como antigo aluno/a já publicou algum anúncio na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	1	,6	2,1
	Não	46	28,8	97,9
	Total	47	29,4	100,0
Missing	System	113	70,6	
Total		160	100,0	

Forma de conhecimento da IBS Networking

\$Conhecimento Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Forma de Conhecimento da IBS Networking ^a	Recebi um e-mail por parte do Career Service	139	81,8%	94,6%
	Recebi um e-mail por parte do Delegado de Turma	1	,6%	,7%
	Consultei a página de Facebook do Career Service	9	5,3%	6,1%
	Na Newsletter do Career Service	18	10,6%	12,2%
	Imprensa	3	1,8%	2,0%
Total		170	100,0%	115,6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Forma de registo na rede

Como se registou na rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Fui registado/a automaticamente aquando da criação da plataforma	127	79,4	79,4
	Solicitei o registo ao Career Service	33	20,6	20,6
Total		160	100,0	100,0

Finalidade principal da rede

Das seguintes opções, indique aquela que considera que seja a finalidade principal da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Reunir a rede global de alunos	4	2,5	2,5
	Aproximar os utilizadores do Mercado de Trabalho	77	48,1	48,1
	Interação entre empregadores, alunos da ISCTE Business School e antigos alunos da mesma escola	54	33,8	33,8
	Motivar os utilizadores a terem os seus dados permanentemente atualizados	1	,6	,6
	Publicar anúncios de emprego	17	10,6	10,6
	Desenvolver carreiras e consequentemente as redes de relações profissionais	7	4,4	4,4
Total		160	100,0	100,0

Boa aposta da ISCTE Business School

Considera que a IBS Networking foi uma boa aposta da ISCTE Business School?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	159	99,4	99,4
	Não	1	,6	,6
Total		160	100,0	100,0

Justificação da boa aposta da ISCTE Business School na criação da rede

- Oportunidade de emprego
- Porque permite aos alunos e as empresas conhecerem-se mutuamente

- Permite estar ligada com o mundo empresarial
- meio de contacto util e sempre disponivel
- Funcionalidade, está bem estruturado e aproxima as empresas dos alunos
- É, sem dúvida, uma forma de ajudar os alunos a entrar no mercado de trabalho com sucesso e com oportunidades idênticas e justas para todos. Por essa razão, foi uma excelente aposta.
- Muito importante na busca de emprego para o 1º emprego
- É um otimo meio para arranjar o 1º emprego.
- Dá a conhecer um conjunto de informações que, de outra forma, seria difícil chegar até nós alunos. No entanto tenho sido raramente contactada através desse meio
- Uma plataforma que se adequa à realidade do século XXI
- aproxima os alunos do mercado de trabalho através duma plataforma que filtra através dos nossos interesses
- É uma exacelente rede que aproxima os alunos do mercado de trabalho e a terem acesso aos anúncios de emprego mais recentes.
- facilita aos alunos a inserção no mundo profissional
- ajuda na procura de emprego
- Esta plataforma foi uma boa aposta, poque permite reunir um bom conjunto de informação sobre a actividade da IBS, bem como disponibilizar informações sobre os alunos e antigos alunos, para além da divulgação de anúncios de emprego e iniciativas junto das empresas.
- É bastante eficaz e ajuda os alunos nas suas carreiras
- Pode fazer corresponder a oferta dos seus alunos nas diversas áreas à procura dos seus parceiros empresariais
- É um grande contributo para o futuro profissional de alunos e ex-alunos e futuros alunos
- Porque dá-nos a possibilidade de ver novos anúncios de empregados, ter um contacto mais directo com as empresas.
- Sim, uma vez que permitiu um maior contacto entre os alunos e empregadores.
- Na medida em que aumenta as oportunidades dos alunos ao nível do mercado de trabalho.
- Pois dá a conhecer aos alunos propostas para iniciarem a sua carreira profissional, bem como aproxima as empresas dos alunos
- No âmbito da entrada no mercado de trabalho, a IBS Networking proporciona uma ponte fundamental à integração dos alunos, mediante propostas tanto de estágios (curriculares/profissionais) como propostas concretas de emprego.
- Eleva o nome do ISCTE, mas sobretudo é muito benéfico para alunos e empresas
- Demonstra a vontade de articular empresas, actuais alunos e antigos alunos.
- acesso facilitado ao qe se passa dentro da faculdade e fora dela
- Porque comugo não tem funcionado, mas gostava que funcionasse pois penso que é uma boa ferramenta
- É uma plataforma muito interessante que aproxima os alunos do mundo do trabalho
- Representa uma forma de integrar as várias vertentes académicas numa só, articulando com o mercado de trabalho
- Tem bons anuncios de emprego
- A IBS Networking reúne uma rede global de alunos e permite que as preferências actuais de emprego pelas principais empresas recrutadores se identifiquem com o perfil de um aluno da IBS, filtrando, assim, anúncios de emprego, em detrimento dos banais anúncios.
- Poderá ser útil para estabelecer contactos profissionais

- Possibilita propostas exclusivas aos alunos do ISCTE
- Uma vez que nos dá a conhecer as ofertas de emprego, e nos aproxima do mercado de Trabalho
- A faculdade é responsável pela empregabilidade dos alunos e a IBS Networking ajuda à concretização desse objectivo
- acesso a muita informação
- Porque ajuda os seus alunos a terem um maior contacto com o mercado de trabalho.
- Tem permitido a aproximação de alunos e ex-alunos ao mercado de trabalho através dos anúncios de emprego promovidos. Tem também dado a conhecer as diversas empresas do nosso mercado através da sua inserção na IBS Networking, permitindo a toda a comunidade um conhecimento mais abrangente de cada organização.
- Uma plataforma onde as empresas podem encontrar os alunos é uma excelente ideia, sendo que também junta um outro conjunto de excelentes ferramentas
- Porque só traz benefícios, como a relação empresas-alunos e possibilita um maior leque de oportunidades sem perder muito tempo a procurar
- Mais oportunidades
- Aproxima os alunos (mesmo antigos) das empresas
- Foi uma forma de ajudar os alunos a procurarem emprego bem como poder ajudar a melhor o seu Currículo Vitae.
- Aproximar os alunos das empresas através de um canal próprio, desenvolvido pelo próprio ISCTE
- Permite aos alunos receber propostas de emprego, que talvez de outra forma não teriam conhecimento.
- Acompanha o desenvolvimento da tecnologia, nomeadamente, o crescimento da utilização das redes sociais
- Considero que o IBS Networking foi uma boa aposta da IBS, uma vez que facilita a procura de emprego por parte dos alunos
- É sempre uma oportunidade para os alunos entrarem no mercado de trabalho.
- É uma boa ferramenta para alunos que procuram estágios, 1º emprego, etc.
- Facilita bastante a procura de emprego para os alunos

Objetivos de utilização e registo na rede

Qual o objetivo principal pelo qual está registado/a e utiliza a IBS Networking?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Pesquisa de ofertas de emprego	109	68,1	68,1
Contacto com colegas	1	,6	,6
Contacto com empresas	18	11,3	11,3
Acompanhar a ISCTE Business School	29	18,1	18,1
Promoção pessoal	3	1,9	1,9
Total	160	100,0	100,0

Grau de satisfação com a IBS Networking

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking?	160	1	5	3,77	,729
Valid N (listwise)	160				

Grau de inovação da IBS Networking

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Qual o grau de inovação que considera que a IBS Networking tem?	160	2	5	3,87	,683
Valid N (listwise)	160				

Relação entre grau de satisfação e grau de inovação

Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking? * Qual o grau de inovação que considera que a IBS Networking tem?
Crosstabulation

Count		Qual o grau de inovação que considera que a IBS Networking tem?				Total
		Pouco inovadora	Indiferente	Inovadora	Bastante inovadora	
Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking?	Nada satisfeito/a	1	0	0	0	1
	Pouco satisfeito/a	2	1	3	1	7
	Indiferente	2	19	17	0	38
	Satisfeito/a	2	7	76	11	96
	Muito satisfeito/a	0	1	8	9	18
Total		7	28	104	21	160

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,768	,000
	Cramer's V	,443	,000
N of Valid Cases		160	

Grau de satisfação quanto a serviços

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Candidatura a vagas de emprego	160	1	5	3,64	,842
Contactos de empresas para pesquisa	159	1	5	3,53	,848
Contacto dos membros do Career Service	160	1	5	3,29	,880
Eventos	159	1	5	3,35	,819
Agenda	159	1	5	3,28	,805
Manifestação de interesse	158	1	5	3,35	,765
Valid N (listwise)	157				

Contribuição da rede para a carreira dos antigos e atuais alunos

Considera que a IBS Networking contribui/contribuiu de alguma forma para o desenvolvimento da sua carreira?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	90	56,3	56,3
	Não	70	43,8	43,8
Total		160	100,0	100,0

Em caso de resposta positiva, de que forma a rede contribuiu para a carreira dos antigos e atuais alunos

- Porque permite conhecer as oportunidades de mercado
- Foi onde vi o anúncio do meu emprego actual.
- Através da elaboração de um perfil e cv mais cuidado.
- prestígio
- Permite-me procurar ofertas de trabalho.
- Mais procura de emprego
- Ferramenta para melhor comunicação com empresas e antigos alunos do ISCTE

- No sentido em que me ajuda a ter um maior conhecimento sobre o mercado de trabalho.
- Leque de opções existentes no mercado de trabalho
- É importante para explorar novas oportunidades profissionais
- Ajudou-me a encontrar um estágio
- É mais uma aposta de conseguir chegar às empresas
- Melhor selecção de ofertas de emprego
- Até ao momento ainda não beneficieei de forma relevante pelo facto de estar registado na rede, no entanto acredito que a informação que lá existe é interessante e poderá ser útil no futuro
- Todas as minhas experiências profissionais tiveram como base o IBS Networking
- permite os parceiros da IBS conhecerem o meu currículo e com isso surgir-me uma oportunidade de emprego que desenvolva a minha carreira
- A possibilidade de estarmos sempre actualizados com novos anúncios.
- Promovendo e divulgando o meu perfil.
- ao dar a conhecer o meu perfil às empresas e ao promover o contacto com as mesmas
- Proporcionando o meu CV e contactos às empresas, que me proporciona actualmente estar a realizar um estágio curricular.
- Permitiu-me ir a bastantes entrevistas de emprego, o que por sua vez desenvolveu as minhas capacidades em entrevista.
- Meio fundamental para obtenção de emprego
- divulgação do nome dos alunos às empresas, consoante as características específicas que as empresas procuram
- onde encontrei o meu 1º emprego
- Permite o contacto com antigos alunos e com empresas
- Porque é sempre uma forma de nos manter dentro da rede Universitária, podendo aceder a informações sobre as principais Áreas de Recrutamento.
- Com anúncios de emprego
- futuras propostas de emprego
- Contacto com empresas ao ponto de me actualizar acerca das preferências das mesmas relativamente ao perfil traçado de um futuro candidato.
- Até agora ainda não
- Perceber o que as empresas procuram
- Neste momento não, porque não me encontro à procura de emprego, mas penso que dentro de um ano será muito útil.
- Divulgando oportunidades para a inserção no mercado de trabalho.
- Estou a estagiar neste momento a partir dos anúncios colocados na IBS Networking
- É um meio de me fazer aproximar dos anunciantes
- Ainda espero que venha a contribuir com um possível estágio
- Contacto com empresas mais próximo
- Apesar de ainda não ter experiência profissional, acredito que a IBS Networking vai contribuir para o desenvolvimento da minha carreira, visto que nesta rede são publicados anúncios de emprego de áreas distintas (marketing, finanças, gestão de recursos humanos, ...), o que aumenta o leque de oportunidades de emprego e possibilita uma escolha de carreira mais adequada ao meu perfil
- ajudou-me a encontrar a posição onde me encontro actualmente

Grau de dinamismo e interatividade da rede

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede?	160	1	4	2,76	,566
Em termos gerais, como avalia a interatividade na rede?	160	1	4	2,63	,610
Valid N (listwise)	160				

Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada dinâmica	3	1,9	1,9
Pouco dinâmica	40	25,0	25,0
Dinâmica	109	68,1	68,1
Bastante dinâmica	8	5,0	5,0
Total	160	100,0	100,0

Em termos gerais, como avalia a interatividade na rede?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada interativa	4	2,5	2,5
Pouco interativa	58	36,3	36,3
Interativa	91	56,9	56,9
Bastante interativa	7	4,4	4,4
Total	160	100,0	100,0

Relação entre dinamismo e interatividade na rede

Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede? * Em termos gerais, como avalia a interatividade na rede?

Crosstabulation

Count

		Em termos gerais, como avalia a interatividade na rede?				Total
		Nada interativa	Pouco interativa	Interativa	Bastante interativa	
Em termos gerais, como avalia o dinamismo da rede?	Nada dinâmica	3	0	0	0	3
	Pouco dinâmica	0	34	6	0	40
	Dinâmica	1	23	82	3	109
	Bastante dinâmica	0	1	3	4	8
Total		4	58	91	7	160

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	1,155	,000
	Cramer's V	,667	,000
N of Valid Cases		160	

Utilização da rede

Periodicidade de acesso à rede

Com periodicidade (aproximadamente) acede à IBS Networking?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Todos os dias	13	8,1	8,1
Semanalmente	54	33,8	33,8
Duas a três vezes por mês	28	17,5	17,5
Mensalmente	35	21,9	21,9
Duas a três vezes por ano	16	10,0	10,0
Anualmente	3	1,9	1,9
Não acedo	11	6,9	6,9
Total	160	100,0	100,0

Periodicidade de atualização dos dados

Com que periodicidade (aproximadamente) atualiza o seu perfil?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mensalmente	29	18,1	18,1
	Duas a três vezes por ano	49	30,6	30,6
	Anualmente	39	24,4	24,4
	Não atualizo	43	26,9	26,9
	Total	160	100,0	100,0

Perfil atualizado

Neste momento tem o seu perfil atualizado?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	82	51,3	51,3
	Não	78	48,8	48,8
	Total	160	100,0	100,0

Privacidade de dados

Todos os seus dados estão disponíveis e podem ser visualizados por Empresas e Alunos ou tem restrições de privacidade?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Todos os meus dados podem ser visualizados por empresas e alunos	87	54,4	54,4
	Todos os meus dados podem ser visualizados por empresas, mas não por alunos	31	19,4	19,4
	Todos os meus dados podem ser visualizados por alunos mas não por empresas	1	,6	,6
	Os meus dados não são todos públicos	41	25,6	25,6
	Total	160	100,0	100,0

Contacto por empresas

Já foi contactado/a por alguma Empresa através da rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	57	35,6	35,6
	Não	103	64,4	64,4
	Total	160	100,0	100,0

Finalidade do contacto

\$FinalidadeContacto Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Finalidade do Contacto ^a	Divulgação de uma oferta de emprego específica	18	28,6%	32,1%
	Marcação de uma entrevista	41	65,1%	73,2%
	Procurar saber mais informações acerca de si	4	6,3%	7,1%
Total		63	100,0%	112,5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Candidatura automática

Tem a opção de candidatura automática ativada, para os anúncios que são colocados?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	35	21,9	21,9
	Não	125	78,1	78,1
	Total	160	100,0	100,0

Consulta das notícias que estão na IBS Networking

É frequente consultar as notícias que estão na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	68	42,5	42,5
	Não	92	57,5	57,5
	Total	160	100,0	100,0

Recebimento da Newsletter Career Service e Newsletter IBS

Recebe a Newsletter Career Service e a Newsletter IBS por e-mail?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	137	85,6	85,6
	Não	23	14,4	14,4
	Total	160	100,0	100,0

Manifestação de interesse pelas empresas

Já alguma vez manifestou interesse numa Empresa que esteja registada na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	88	55,0	55,0
	Não	72	45,0	45,0
	Total	160	100,0	100,0

Razão principal pela qual antigos e atuais alunos manifestaram interesse

Qual a razão principal pela qual manifestou interesse?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Interesse pela empresa	56	35,0	63,6
	Distinção relativamente a outros colegas que não manifestara interesse	1	,6	1,1
	Promoção pessoal	2	1,3	2,3
	Pretendia enviar uma candidatura espontânea	29	18,1	33,0
	Total	88	55,0	100,0
Missing	System	72	45,0	
	Total	160	100,0	

Importância das estatísticas

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Como avalia o grau de importância das estatísticas que constam na rede?	160	1	5	3,47	,735
Valid N (listwise)	160				

Como avalia o grau de importância das estatísticas que constam na rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Nada importante	4	2,5	2,5
	Pouco importante	8	5,0	5,0
	Indiferente	60	37,5	37,5
	Importante	85	53,1	53,1
	Muito importante	3	1,9	1,9
	Total	160	100,0	100,0

Resposta a anúncios da IBS Networking

Já respondeu a anúncios publicados na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	88	55,0	55,0
	Não	72	45,0	45,0
	Total	160	100,0	100,0

Número de anúncios respondidos

Aproximadamente quantos anúncios já se candidatou?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Entre 1 e 5 anúncios	34	21,3	38,6
	Entre 6 e 10 anúncios	28	17,5	31,8
	Mais de 10 anúncios	26	16,3	29,5
	Total	88	55,0	100,0
Missing	System	72	45,0	
Total		160	100,0	

Tipo de anúncios que se candidatam

A que tipo de anúncios se candidata?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Anúncios apenas da minha área	74	46,3	84,1
	Anúncios de todas as áreas	14	8,8	15,9
	Total	88	55,0	100,0
Missing	System	72	45,0	
Total		160	100,0	

Proibição de candidatura a um anúncio

Já se tentou candidatar a algum anúncio que o próprio site não o tivesse permitido?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	37	23,1	42,0
	Não	51	31,9	58,0
	Total	88	55,0	100,0
Missing	System	72	45,0	
Total		160	100,0	

O que fizeram nessa situação

\$Candidatura Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Candidatura ^a	Não me candidatei ao anúncio	14	35,9%	37,8%
	Entrei em contacto com o Career Service	4	10,3%	10,8%
	Enviei a candidatura para o e-mail que consta no perfil da empresa	21	53,8%	56,8%
Total		39	100,0%	105,4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Contacto com membros do Career Service

Já entrou em contacto com algum membro do Career Service através da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	12	7,5	7,5
	Não	148	92,5	92,5
	Total	160	100,0	100,0

Finalidade do contacto com membros do *Career Service*

\$FinalidadeContactoCareerService Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
FinalidadeContacto CareerService ^a	Esclarecimento de dúvidas relativamente à plataforma	5	100,0%	100,0%
Total		5	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Contacto com empresa através da rede

Alguma vez entrou em contacto com uma Empresa através do e-mail da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	18	11,3	11,3
	Não	142	88,8	88,8
Total		160	100,0	100,0

Finalidade do contacto

\$FinalidadeContactoEmpresas Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
FinalidadeContacto Empresas ^a	Procurar saber mais informações acerca da empresa	5	29,4%	29,4%
	Procurar saber mais informações acerca de anúncios de emprego	8	47,1%	47,1%
	Esclarecimento de alguma questão	2	11,8%	11,8%
	Promoção pessoal	2	11,8%	11,8%
Total		17	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Contacto com aluno ou ex-aluno através da plataforma

Alguma vez entrou em contacto com uma Empresa através do e-mail da IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	18	11,3	11,3
	Não	142	88,8	88,8
Total		160	100,0	100,0

Motivo do contacto

\$ContactoAlunos Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
ContactoAlunos ^a	Esclarecimento de alguma questão	5	100,0%	100,0%
Total		5	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Frequência de curso de formação ou *workshop* com conhecimento na *IBS Networking*

Alguma vez frequentou um curso de formação ou workshop sobre o qual tenha tido conhecimento na IBS Networking?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	23	14,4	14,4
	Não	137	85,6	85,6
Total		160	100,0	100,0

Funcionalidade de enviar e-mail à turma

Já utilizou a funcionalidade de enviar um e-mail à turma?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	6	3,8	3,8
	Não	154	96,3	96,3
	Total	160	100,0	100,0

Situação de envio

\$EmailTurma Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
EmailTurma ^a	Envio de informações	5	83,3%	83,3%
	Notificação de eventos	1	16,7%	16,7%
Total		6	100,0%	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Utilização do fórum que existe na rede

Alguma vez utilizou o fórum que existe na rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	4	2,5	2,5
	Não	156	97,5	97,5
	Total	160	100,0	100,0

Razão da não utilização do fórum

\$Forum Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Forum ^a	Não tenho curiosidade em utilizar	56	35,0%	37,3%
	Não é interativo	11	6,9%	7,3%
	Desconhecia a existência de um fórum na IBS Networking	93	58,1%	62,0%
Total		160	100,0%	106,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ocorrência de problemas técnicos na rede

Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Sim	27	16,9	16,9
	Não	133	83,1	83,1
	Total	160	100,0	100,0

Resolução do problema

\$ProblemaTecnico Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
ProblemaTecnico ^a	Entrei em contacto com o Career Service que resolveu o problema	2	7,7%	8,0%
	Tentei resolver o problema e fui bem sucedido/a	1	3,8%	4,0%
	O problema foi temporário	17	65,4%	68,0%
	O problema acabou por nunca se resolver e ainda hoje ocorre	6	23,1%	24,0%
Total		26	100,0%	104,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Relação entre o grau de satisfação e ocorrência de problemas técnicos na rede

Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking? * Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede? Crosstabulation

Count

		Alguma vez ocorreu um problema técnico na utilização da rede?		Total
		Sim	Não	
Qual o seu grau de satisfação com a IBS Networking?	Nada satisfeito/a	0	1	1
	Pouco satisfeito/a	3	4	7
	Indiferente	4	34	38
	Satisfeito/a	16	80	96
	Muito satisfeito/a	4	14	18
Total		27	133	160

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,177	,284
	Cramer's V	,177	,284
N of Valid Cases		160	

Alunos que mostraram anúncios de empregos a colegas que não são da ISCTE Business School

Alguma vez mostrou um anúncio de emprego que constasse na IBS Networking, a um colega que não fosse da ISCTE Business School?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	52	32,5	100,0	100,0
Missing	System	108	67,5		
Total		160	100,0		

Razão de ter mostrado o anúncio

\$RazaoMostrarAnuncio Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
RazaoMostrarAnuncio ^a	Na IBS Networking existem boas ofertas de trabalho	39	59,1%	76,5%
	O meu colega estava desempregado	22	33,3%	43,1%
	Apenas por curiosidade	5	7,6%	9,8%
Total		66	100,0%	129,4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Limitações da plataforma

\$Limitacoes Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Limitacoes ^a	Limitações a nível técnico	39	21,8%	25,5%
	Limitações a nível de conteúdo	40	22,3%	26,1%
	Limitações a nível de organização	36	20,1%	23,5%
	Não tem limitações	64	35,8%	41,8%
Total		179	100,0%	117,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Evolução da redeFuncionalidades**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Registo de Professores	160	1	5	3,53	,945
Recomendações	160	1	5	4,08	,801
Visualização de Empresas que viram o seu perfil	160	1	5	4,46	,653
Conteúdos públicos (notícias, informações,...)	160	1	5	3,88	,780
Valid N (listwise)	160				

Registo de Professores

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada importante	8	5,0	5,0
Pouco importante	10	6,3	6,3
Indiferente	48	30,0	30,0
Importante	77	48,1	48,1
Muito importante	17	10,6	10,6
Total	160	100,0	100,0

Recomendações

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada importante	1	,6	,6
Pouco importante	6	3,8	3,8
Indiferente	21	13,1	13,1
Importante	83	51,9	51,9
Muito importante	49	30,6	30,6
Total	160	100,0	100,0

Visualização de Empresas que viram o seu perfil

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada importante	1	,6	,6
Indiferente	8	5,0	5,0
Importante	66	41,3	41,3
Muito importante	85	53,1	53,1
Total	160	100,0	100,0

Conteúdos públicos (notícias, informações,...)

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Nada importante	4	2,5	2,5
Pouco importante	1	,6	,6
Indiferente	32	20,0	20,0
Importante	96	60,0	60,0
Muito importante	27	16,9	16,9
Total	160	100,0	100,0

Outras funcionalidades**Acrescentaria outras funcionalidades à rede que não as enumeradas anteriormente?**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Sim	11	6,9	6,9
Não	149	93,1	93,1
Total	160	100,0	100,0