



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

**A Perceção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a
Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com
estudantes universitários**

Ana Cláudia Feliciano da Cruz

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Doutora Dulce Sofia Mendonça Martins, Investigadora Associada, Centro de Investigação e
Intervenção Social (CIS-IUL)

Coorientador:

Doutor Francisco Simões, Investigador Integrado, Centro de Investigação e Intervenção
Social (CIS-IUL)

Setembro, 2018

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

A Perceção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

**A Perceção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a
Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com
estudantes universitários**

Ana Cláudia Feliciano da Cruz

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Doutora Dulce Sofia Mendonça Martins, Investigadora Associada, Centro de Investigação e
Intervenção Social (CIS-IUL)

Coorientador:

Doutor Francisco Simões, Investigador Integrado, Centro de Investigação e Intervenção
Social (CIS-IUL)

Setembro, 2018

Agradecimentos

Aos meus orientadores, Doutora Dulce Martins e Doutor Francisco Simões, por toda a ajuda preciosa e por me guiarem de forma exímia ao longo de todo este processo. Pelas várias horas em reuniões presenciais, por *Skype*, e *emails* trocados, e por esclarecerem as minhas dúvidas e inquietudes infindáveis.

Aos meus pais por me terem mostrado a importância de definir objetivos para a minha vida, como forma de alcançar os meus sonhos, mostrando sempre perseverança e dedicação e nunca desistindo, e aos meus irmãos, por todo o apoio.

Ao Pedro, por toda a paciência que teve e força que me deu. Por me ouvir vezes sem conta, a falar de algo que não percebia, mas mesmo assim estar tão disponível a fazê-lo e a ajudar.

Às minhas duas companheiras e amigas de dissertação e de vida, Catarina e Rosário, por nunca me deixarem desamparada, e me ajudarem em todas as minhas inseguranças, por fazerem os meus dias passados em bibliotecas mais divertidos e por todas as discussões construtivas e opiniões acerca das nossas dissertações.

A todas as Universidades que me ajudaram na recolha de dados, através da divulgação do estudo, nomeadamente:

- Faculdade de Ciências e Tecnologia, da Universidade Nova de Lisboa
- Instituto Superior Técnico, da Universidade de Lisboa;
- ISCTE, do Instituto Universitário de Lisboa.

Ao ISCTE-IUL, de forma particular, pelos últimos cinco anos da minha vida, e a todos os docentes e colegas que fizeram parte do meu percurso académico nesta instituição, contribuindo para o meu desenvolvimento pessoal e académico.

Por fim, a todos os estudantes universitários que participaram no meu estudo.

Sem cada um de vocês, esta dissertação não seria possível. Um sincero obrigada.

Resumo

Este estudo procura perceber quais as razões que levam os estudantes universitários a escolher determinada empresa para realizar a sua primeira experiência profissional ou de estágio na área de estudos, e de que forma é que a percepção de autoeficácia de cada indivíduo influencia a relação entre o grau de atratividade dessa mesma empresa e a intenção de pertencer à mesma. Nesta investigação participaram 224 estudantes universitários, com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos ($M = 23.45$ anos; $DP = 2.71$). Através da análise dos resultados verifica-se que, aquando da procura de um estágio, os estudantes têm em conta fatores maioritariamente externos, como: (1) a possibilidade de continuar na organização; (2) a existência de uma remuneração ou de ajudas de custo, e (3) o prestígio e reputação da empresa. Concluiu-se, ainda, que apesar da atratividade organizacional ter uma influência direta na intenção de um indivíduo pertencer a uma organização, esta não é moderada pela percepção de autoeficácia dos mesmos, isto é, os estudantes universitários nesta fase parecem estar focados na exploração de experiências e de opções de escolhas para futuro desenvolvimento de carreira.

Palavras-chave: Atratividade organizacional; estágio; intenção de pertencer a uma organização; percepção de autoeficácia, desenvolvimento de carreira, estudantes universitários.

Abstract

This study seeks to understand the reasons that lead university students to choose a particular company to carry out their first professional experience or internship in the area of their studies, and in what way the self-efficacy perception of each individual influences the relationship between the degree of attractiveness of the same company and the intention to belong to it.. In this research had participated 224 university students, with their ages ranged between 18 and 35 ($M = 23.45$ years old; $SE = 2.71$). The results shows when university students are searching for an internship or a first job, they take into account mainly external factors like: (1) the possibility of continuity at the organization; (2) the existence of remuneration or subsistence allowances; and (3) the prestige and reputation of the organization. It's also concluded that, despite the direct influence that organizational attractiveness perceived by individuals has on their intention to belong in an organization, this relation isn't moderated by the perception that people have about their own self-efficacy. So, university students at this stage appear to be focused on exploring experiences and choices for future career development.

Key Words: Intention to belong to an organization; internship; organizational attractiveness; perception of self-efficacy, career development, university students.

Índice

Introdução	1
Enquadramento Teórico	5
Capítulo I. Teorias e modelos de desenvolvimento da carreira	5
1.1. Teoria Sociocognitiva	5
1.2. Teoria Sociocognitiva da Carreira	6
1.3. Modelos Teóricos da Abordagem Sociocognitiva da Carreira	8
1.3.1. Modelo de Desenvolvimento de Interesses	8
1.3.2 Modelo das Escolhas de Carreira	10
1.3.3 Modelo de Desempenho	11
1.4. Teoria Sociocognitiva da Carreira e outras teorias do desenvolvimento da carreira	12
Capítulo II. Entrada para o mundo do trabalho	13
2.1 Fatores que contribuem para a entrada no mundo do trabalho: Um olhar centrado na intenção de pertença, na percepção de atratividade organizacional e de autoeficácia	13
2.1.1. Intenção de pertencer a uma organização	13
2.2.2. Percepção de atratividade organizacional	14
2.2.3. Percepção de autoeficácia.	15
Método	17
Participantes e delineamento	17
Instrumentos	19
Procedimentos	22
Resultados	24
Validação de escalas	24
Razões que levam os estudantes universitários a escolher uma organização para realizar um estágio	24
Influência da percepção de autoeficácia na relação entre o grau de atratividade e intenção de pertencer a uma organização	25
Discussão	27
Implicações, limitações e recomendações	29

Referências Bibliográficas	31
Anexos.....	35
Anexo A - Questionário	35
Anexo B – Estatística descritiva	46
Anexo C – Características que mais valorizadas pelos estudantes, quando procuram um estágio ou um emprego, por ordem de preferência.....	49
Anexo D – Razões pelas quais os estudantes escolheram o anúncio A/B/C, por ordem de preferência.....	50
Anexo E – Regressão Linear.....	52
Anexo F - Moderação com moderadora quantitativa via PROCESS.....	55

Índice de Quadros

Quadro 1. Distribuição dos participantes, por área de formação	18
Quadro 2. Dados sociodemográficos dos participantes, relativos às suas experiências profissionais	19
Quadro 3. Regressão da Intenção de Pertencer a uma Organização na Percepção de Atratividade Organizacional e na Percepção de Autoeficácia	26

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo de reciprocidade triádica da causalidade do comportamento (Adaptado de Bandura, 1986, p.24).....	5
Figura 2. Modelo do Desenvolvimento de Interesses, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.10.....	9
Figura 3. Modelo de Escolhas de Carreira, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.12.	10
Figura 4. Modelo de Desempenho, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.13.....	11
Figura 5. Modelo de estudo	17
Figura 6. Efeito moderador da Percepção de Autoeficácia entre a Atratividade Organizacional e a Intenção de Pertencer a uma Organização	27

Glossário de Siglas

IAT	Intenção de Aceitar um Trabalho
ICVT	Intenção de se Candidatar a uma Vaga de Trabalho
MD	Modelo de Desempenho
MDI	Modelo de Desenvolvimento de Interesses
MEC	Modelo das Escolha da Carreira

Introdução

Os estágios são frequentemente promovidos como oportunidades para os estudantes universitários explorarem as suas opções de carreira e ganharem experiência considerada valiosa. Essa experiência é valorizada não só pelos estudantes, mas também pelos investigadores como um fator promotor do conhecimento e importante para a tomada de decisões bem informadas acerca da carreira (Brooks, Cornelius, Greenfield, & Joseph, 1995), trazendo ainda alguns benefícios para os estagiários. Estes ajudam: (a) a definir os interesses e valores, (b) a diminuir o choque da mudança escola-trabalho, e (c) a aumentar a oportunidade de contratação após a conclusão do curso (Feldman & Weitz, 1990).

O sucesso de um estágio e das escolhas vocacionais de um indivíduo, é determinado pelo ajustamento entre as necessidades e competências do indivíduo e as requisições e oportunidades da organização (Holland, 1973). Por um lado, os estudantes têm um conjunto de competências, atitudes e expectativas para esta experiência de estágio, por outro, as organizações (e, particularmente, os supervisores de estágio) têm um conjunto de expectativas, restrições e oportunidades. A falta de ajuste entre o que é esperado pelo estudante e o que a organização espera, pode resultar em frustração de ambas as partes (Feldman & Weitz, 1990).

É possível encontrar na literatura, diversos estudos acerca das características de um estágio, que influenciam as atitudes do indivíduo relativamente à sua experiência enquanto estagiário. Pode-se destacar o nível de autonomia, a possibilidade de lidar com outros indivíduos, a identificação do estagiário com a tarefa ou a variedade de competências necessárias (Brooks et al., 1995; Feldman & Weitz, 1990). Segundo Brooks e colaboradores (1995), estágios e experiências de trabalho que incluem estas qualidades são mais eficazes na progressão do processo de desenvolvimento de carreira do que experiências sem essas qualidades. Mas será que quando chega o momento de entrar no mercado de trabalho, e escolher o primeiro estágio, os estudantes têm em conta estes e outros fatores? Mais do que encontrar uma resposta, importa (re)pensar o valor que as experiências de trabalho, em concreto na forma de estágios, têm na vida dos sujeitos, sendo este o objetivo central da presente dissertação de mestrado. Especificamente, pretende-se perceber quais os fatores que levam os estudantes universitários a escolher uma organização para a realização do seu primeiro estágio curricular na área.

A exploração vocacional, tem vindo a ser um tema cada vez mais abordado na literatura da psicologia vocacional (e.g., Bartley & Robitschek, 2000; Blustein, 1992, 1997), e desempenha um "papel crucial no modo como o indivíduo pensa sobre si mesmo e sobre o mundo do trabalho" (Jordaan, 1963, citado por Brooks, Cornelius, Greenfield & Joseph, 1995). O comportamento de exploração vocacional, é definido como uma atividade, física ou mental, de autoavaliação e procura externa, que fornece informações ao indivíduo, que permitem selecionar um local para trabalhar, e adaptar-se ao mesmo (Taveira & Ussene, 2010).

As escolhas que os estudantes fazem durante a sua formação, influenciam o desenvolvimento pessoal e das trajetórias das suas vidas, promovendo diferentes competências, interesses e preferências, e estabelecendo limites nas opções de carreira que podem ser verdadeiramente consideradas (Bandura, 1986).

Segundo Gatewood, Gowan e Lautenschlager (1993), o processo de escolha de um emprego, inicia-se com uma avaliação individual acerca da informação obtida da fonte de recrutamento, incluindo publicidade, notícias e amigos. Tendo em conta a pequena quantidade de informação disponibilizada previamente (no processo de escolha de emprego), as decisões de candidatura iniciais são fortemente baseadas nas impressões gerais de atratividade organizacional, e na percepção daqueles que são os atributos da organização e da posição para as quais se estão a candidatar (Rynes, 1989).

Por exemplo, a percepção de atributos organizacionais como a existência de formação, de um sistema de compensações (e.g., salário e benefícios), ou de possibilidade de progressão da carreira, têm efeitos positivos na atração dos indivíduos candidatos à mesma (Barber & Roehling, 1993; Powell, 1984; Taylor & Bergmann, 1987). A localização geográfica de uma organização, é outro atributo que influencia a tomada de decisão de um indivíduo candidato aquando da possibilidade de aceitar uma oportunidade de trabalho. Esta é, muitas vezes, apontada como a primeira razão que leva um indivíduo candidato a recusar uma oportunidade (Barber & Roehling, 1993). Por outras palavras, a atratividade organizacional desempenha um papel chave no processo que leva à intenção do indivíduo se candidatar a uma organização (Gatewood et al., 1993; Saks, Leck, & Saunders, 1995). De acordo com Aiman-Smith, Bauer e Cable (2001), sendo esta relação influenciada por diferentes variáveis, entre as quais, a idade, o género, a etnia e a(s) experiência(s) previa(s) no trabalho: A idade prediz negativamente a atratividade organizacional, e positivamente a intenção de

possuir um trabalho (Aiman-Smith, Bauer, & Cable, 2001); as mulheres têm mais tendência para se sentirem atraídas por uma organização do que os homens (Aiman-Smith et al., 2001); e os anos de experiência predizem positivamente a atratividade da organização, e negativamente a intenção de pertencer à mesma (Aiman-Smith et al., 2001).

Inúmeros autores defendem que também a autoeficácia é uma variável preditora de escolhas relacionadas com a carreira e a vida académica do indivíduo, e dos índices de desempenho do mesmo (Hackett & Betz, 1981; Hackett & Lent, 1992; Lent, Brown, & Hackett, 1994; Multon, Brown, & Lent, 1991). Segundo o Modelo de Desenvolvimento de Interesses, integrado na Teoria Sociocognitiva da Carreira, a percepção de um indivíduo acerca do seu nível de autoeficácia pode influenciar de forma direta os objetivos propostos pelo mesmo, e a escolha relativa à sua atividade (Lent et al., 1994). Neste sentido, surgiram as seguintes questões: (1) quais os fatores que levam os estudantes universitários a escolher determinada empresa para realizar a sua primeira experiência profissional/estágio curricular? e (2) de que forma é que a percepção de autoeficácia de cada indivíduo influencia a relação entre o grau de atratividade dessa mesma empresa e a intenção de pertencer à mesma para realizar um estágio?

Como forma de responder a estas duas questões, o presente estudo encontra-se dividido em cinco secções. A primeira secção relativa à Revisão de Literatura, é composta por dois capítulos: um primeiro capítulo onde é apresentada a teoria e os modelos do desenvolvimento da carreira que serviram de base para o estudo – a Teoria Sociocognitiva da Carreira, e um segundo capítulo onde são exploradas de forma individual, cada uma das variáveis utilizadas no mesmo. Nesta secção serão ainda apresentados os objetivos e a hipótese estudada. Na segunda secção serão apresentadas as opções metodológicas do presente estudo e será realizada uma caracterização da amostra. Segue-se a secção dos resultados, onde serão apresentados os resultados encontrados, e que serão posteriormente discutidos na secção da discussão. Por último, na quinta secção do documento serão apresentadas algumas implicações, limitações e recomendações para futuros estudos, que foram possíveis identificar ao longo do presente estudo.

Revisão de Literatura

Capítulo I. Teorias e modelos de desenvolvimento da carreira

O processo de desenvolvimento da carreira tem sido alvo de crescente atenção em vários modelos teóricos desde os anos cinquenta (Brown, Brooks, & Associates, 1990). Entre estes, podemos salientar os modelos Sociocognitivos estabelecidos a partir da perspectiva de Albert Bandura (1986).

1.1. Teoria Sociocognitiva

Conhecendo a dicotomia existente entre as teorias que explicavam o comportamento por disposições internas, e inatas, e as que consideravam que o comportamento seria determinado meramente por características situacionais, inerentes ao meio (Guichard & Huteau, 2001, citados por Bandura, 1986), Albert Bandura procurou introduzir na investigação acerca do funcionamento do ser humano, uma nova perspectiva a que deu o nome de Teoria Sociocognitiva (Bandura, 1986). Do ponto de vista sociocognitivo, o ser humano não é conduzido unicamente por forças internas, ou moldado e controlado por estímulos externos (Bandura, 1986).

Reconhecendo as interações de influência mútua que existem entre o indivíduo, o comportamento, e o ambiente, Bandura (1986), defende um modelo de interação denominado Reciprocidade Triádica (figura 1). Neste modelo, (a) os atributos pessoais do indivíduo, relativos a cognições internas, estados afetivos, e características físicas, (b) os fatores ambientais externos, e (c) os fatores comportamentais, tratados como algo distinto das qualidades internas e físicas de um indivíduo, influenciam-se mutuamente, e permitem a autorregulação do próprio indivíduo (Bandura, 1986).

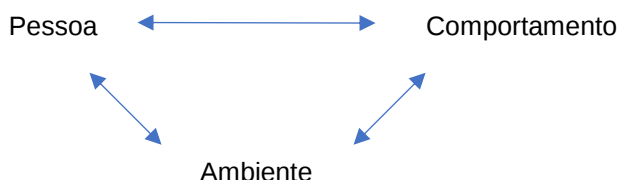


Figura 1. Modelo de reciprocidade triádica da causalidade do comportamento (Adaptado de Bandura, 1986, p.24)

Nesta análise, é essencial destacar o papel ativo do indivíduo, na construção do seu próprio conhecimento. A Teoria Sociocognitiva destaca um conjunto de processos cognitivos, vicários, autorregulatórios e autorreflexivos do ser humano, que têm um papel fulcral no funcionamento

psicossocial do indivíduo, e que definem a natureza de cada um (Bandura, 1986). Nomeadamente, (a) a capacidade de analisar símbolos, enquanto potenciadora da compreensão do meio envolvente e constante processamento e regulação dos acontecimentos ambientais, (b) a capacidade de estabelecer objetivos e prever os seus efeitos, (c) a capacidade vicariante referente à aprendizagem realizada através de observação, que permite incrementar os conhecimentos e competências de cada um, (d) a capacidade autorregulatória, e (e) a capacidade autorreflexiva, que permite ao indivíduo avaliar e dar sentido às suas experiências, e consequentemente, alterar o seu comportamento (Bandura, 1986).

Do ponto de vista da Teoria Sociocognitiva, a natureza humana é caracterizada por uma vasta potencialidade, que pode ser formada a partir de uma experiência direta, ou observada numa pluralidade de formas, de acordo com os limites biológicos (Bandura, 1986). Assim, o comportamento do ser humano é determinado não só pelas experiências vividas pelos mesmo, mas também pelos seus fatores genéticos (Bandura, 1986).

1.2. Teoria Sociocognitiva da Carreira

A Teoria Sociocognitiva da Carreira, é uma teoria que tem por base a Teoria Sociocognitiva de Bandura (1986), anteriormente abordada. Esta foi desenvolvida originalmente para ajudar a explicar o interesse do desenvolvimento, escolha e desempenho do indivíduo, no domínio educacional e da carreira (Lent & Brown, 2006). É uma teoria heurística, que defende a importância da complementaridade entre as diversas áreas da psicologia, acabando por complementar muitas outras teorias do desenvolvimento de carreira. Tem por base duas dessas teorias: a Teoria da Aprendizagem Social de Krumboltz (1979) na tomada de decisões de carreira (Krumboltz, 1979; Krumboltz, Mitchell, & Jones, 1976; Mitchell & Krumboltz, 1996) e a tradução da Teoria de Autoeficácia para o desenvolvimento de carreira (Hackett & Betz, 1981).

A Teoria Sociocognitiva da Carreira propõe assim três modelos, interligados entre si, que explicam: (a) a formação dos interesses de carreira, (b) as escolhas vocacionais, e (c) o desempenho escolar e profissional. A estes três modelos seguiu-se um quarto, mais recente, que propõe uma abordagem unificadora da satisfação geral com a vida e da satisfação em domínios específicos de vida, entre os quais se destaca o domínio académico e, especificamente, a vivência do ensino superior (Lent & Brown, 2006).

O desenvolvimento de carreira não é uma questão unicamente cognitiva ou volitiva (Lent, Brown, & Hackett, 2002). Existem muitas vezes, fortes barreiras (externas ou internas) que influenciam a escolha do indivíduo, provocando assim mudanças na vida do mesmo e, conseqüentemente, crescimento. Por exemplo, as condições sociais e econômicas, promovem ou influenciam determinadas escolhas de carreira, e as reações afetivas influenciam os processos de pensamento racional (Lent et al., 2002). Assim, podemos dizer que existe um conjunto de fatores como a cultura, o gênero, a genética, as questões socioculturais a incapacidade ou estado de saúde do indivíduo, entre outros, que, em conjunto com as cognições de cada indivíduo, afetam as possibilidades de carreira do mesmo (Lent et al., 2002).

Ao conceitualizar os determinantes pessoais do desenvolvimento de carreira, e tendo em conta a relação triádica da Teoria Sociocognitiva de Bandura (1986), a Teoria Sociocognitiva da Carreira pressupõe três mecanismos sociocognitivos, que têm uma grande influência na autorregulação do comportamento de um indivíduo: a ¹autoeficácia, as ²expectativas de resultados, e os ³objetivos pessoais (Lent et al., 1994, 2002).

A percepção de autoeficácia é o fator considerado mais importante para questões relacionadas com a carreira (Lent et al., 1994). Esta é definida por Bandura (1986) “juízo pessoal acerca das próprias capacidades, para executar as atividades requeridas e atingir um determinado nível de desempenho” (p.391) ou, de uma forma mais breve, como “uma crença naquilo de que se é capaz de fazer” (Bandura, 1982 in Azevedo, 1997, p.9). À luz desta teoria, a autoeficácia não é vista como um traço estático e indiferente, mas sim como um conjunto dinâmico de crenças, específicas para cada situação, e que interagem de forma complexa com outros indivíduos, comportamentos e fatores contextuais (Lent et al., 1994).

As expectativas relacionadas com os resultados, são crenças pessoais acerca das conseqüências ou resultados de um determinado comportamento (Lent et al., 1994). Enquanto que as crenças autoeficácia se preocupam com questões de compatibilidade (“Será que posso fazer isto?”), as expectativas acerca dos resultados envolvem imaginar as conseqüências de um determinado comportamento (“se eu fizer isto, aquilo acontecerá”)(Lent et al., 1994, 2002). Segundo a Teoria Sociocognitiva (Bandura, 1986), os indivíduos agem, fundamentalmente, consoante a sua percepção de autoeficácia e as expectativas dos resultados acerca de uma determinada atividade. Estas duas

formas de crença são ambas importantes, contudo têm forças diferentes. A autoeficácia, tem assim uma maior força, aquando da determinação de um comportamento (Lent et al., 1994).

Os objetivos pessoais desempenham um papel muito importante na autorregulação de um comportamento (Lent et al., 2002). Estes podem ser definidos como a determinação para nos comprometermos com uma atividade particular, ou para atingirmos um resultado no futuro (Bandura, 1986). Os objetivos são um determinante que está sempre presente nas teorias de tomada de decisão e escolha de carreira. (Lent et al., 2002)

1.3. Modelos Teóricos da Abordagem Sociocognitiva da Carreira.

Baseada na Teoria Sociocognitiva de Bandura (1986), a Perspetiva Sociocognitiva da Carreira (Lent et al., 1994) enfatiza a interação entre variáveis de contexto pessoal – a percepção de autoeficácia, as expectativas de resultados, a definição de objetivos –, e outras variáveis de contexto pessoal e ambiental consideradas importantes no contexto de desenvolvimento de carreira, como é o caso do suporte social, ou das condições socioeconómicas do indivíduo.

A Teoria Sociocognitiva da Carreira postula três modelos teóricos: (a) o Modelo de Desenvolvimento de Interesses, (b) o Modelo das Escolha da Carreira, e (c) o Modelo de Desempenho (Lent et al., 1994).

1.3.1. Modelo de Desenvolvimento de Interesses. Neste modelo, como o próprio nome indica, os interesses vocacionais (como as preferências por uma determinada área profissional, ou em relação a uma atividade específica) e as experiências vividas pelo indivíduo durante a sua infância e adolescência, assumem um papel de elevada importância nos comportamentos de escolha e na aquisição de competências (Hansen, 1984 citado por Lent et al., 1994).

Segundo o MDI, representado na figura 2, as percepções de autoeficácia e as expectativas de resultados do indivíduo, influenciam concomitantemente a formação dos interesses de carreira (setas 1 e 2), podendo assim afirmar que o indivíduo desenvolve interesse por uma determinada atividade, quando sente capacidade de concretizar a mesma, e quando consegue antecipar que os resultados serão positivos (Lent et al., 1994). Os interesses, desenvolvidos a partir da autoeficácia e das expectativas de resultado, fomentam a definição de objetivos para a realização de uma determinada atividade (seta 3), o que por sua vez aumenta a probabilidade de escolher e realizar essa mesma

atividade (seta 4) (Lent et al., 1994). Quando executa essa atividade, o seu desempenho pode ser positivo – sucesso, ou negativo – fracasso (seta 5), o que permite reavaliar as fontes de autoeficácia e as expectativas de resultados (seta 6) e assim, consolidar ou reformular os seus interesses, objetivos e escolhas (Lent et al., 1994).

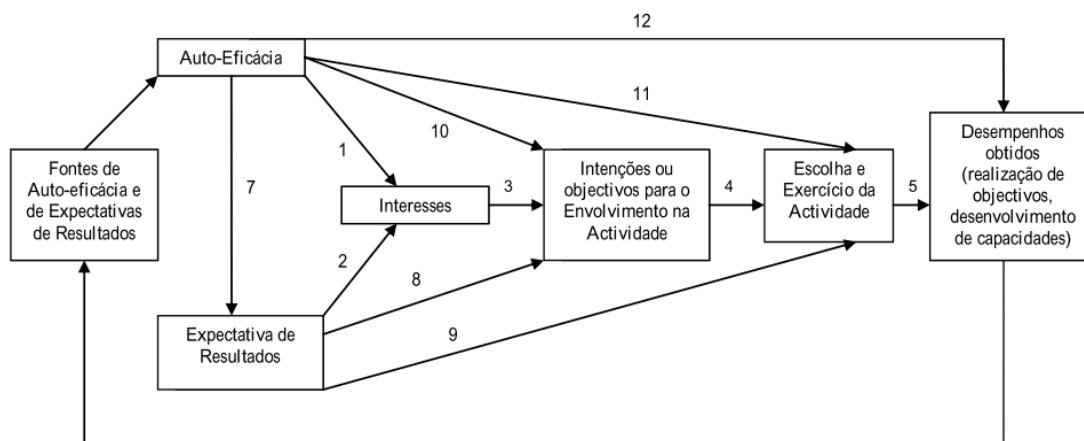


Figura 2. Modelo do Desenvolvimento de Interesses, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.10.

Segundo os autores, no processo de formação dos interesses, a percepção de autoeficácia poderá ter uma influência direta nas expectativas de resultados (seta 7), uma vez que os indivíduos preveem alcançar bons resultados em tarefas nas quais se avaliam como sendo eficazes, assim como os objetivos formulados por cada indivíduo podem ser diretamente influenciados pelas expectativas de resultado (seta 8) (Lent et al., 1994). Da mesma forma, é possível que as expectativas de resultado exerçam uma influência direta na escolha das atividades (seta 9) (Lent et al., 1994). Por outro lado, também a percepção de autoeficácia pode influenciar de forma direta os objetivos autopropostos e a escolha das atividades (setas 10 e 11, respetivamente) ((Lent et al., 1994). Por último, é possível que a qualidade do desempenho do indivíduo seja diretamente influenciado pelas suas crenças de autoeficácia (seta 12) (Lent et al., 1994).

Este é um processo dinâmico e que acontece ao longo de toda a vida. Contudo, tem uma maior variabilidade durante a infância e a adolescência. Tende a estabilizar na emergência da adultícia, não obstante, a mudança pode surgir em qualquer momento do ciclo vital, especialmente se os indivíduos forem confrontados com mudanças inerentes ao meio em que se encontram inseridos ou com outros

desafios de vida (mudança de emprego, gravidez, etc.) que propiciam novas atividades, ou provocam o desenvolvimento de novas capacidades (Lent & Brown, 1996).

1.3.2. Modelo das Escolhas de Carreira. Segundo a Teoria de Holland (1985), a Teoria Sociocognitiva da Carreira assume que indivíduos que se encontrem sob condições ambientais favoráveis tendem a ter interesses relacionados com a carreira, direcionados para áreas específicas nas quais poderão realizar atividades da sua preferência (citado por Lent et al., 1994). No entanto, é evidente que as escolhas relativas à carreira nem sempre refletem os seus interesses (Williamson, 1939, citado por Lent et al., 1994) e que o indivíduo nem sempre se encontra num ambiente favorável (Betz, 1989; Holland, 1985, citado por Lent et al., 1994). Assim, esta escolha pode ser influenciada, por exemplo, por uma necessidade económica, por razões de ordem familiar, por discriminação entre outras (Lent et al., 1994).

Deste modo, o MEC, integra no modelo apresentado anteriormente (MDI), fatores pessoais e contextuais (género, raça/etnia, condições de saúde, herança genética, estatuto socioeconómico, etc.) e as experiências de aprendizagem, que influenciam igualmente os comportamentos de escolha do indivíduo (Lent & Brown, 1996). A relação entre estes dois modelos espelha a continuidade entre os interesses vocacionais básicos e a sua eventual transformação em escolhas de carreira (Lent & Brown, 1996).

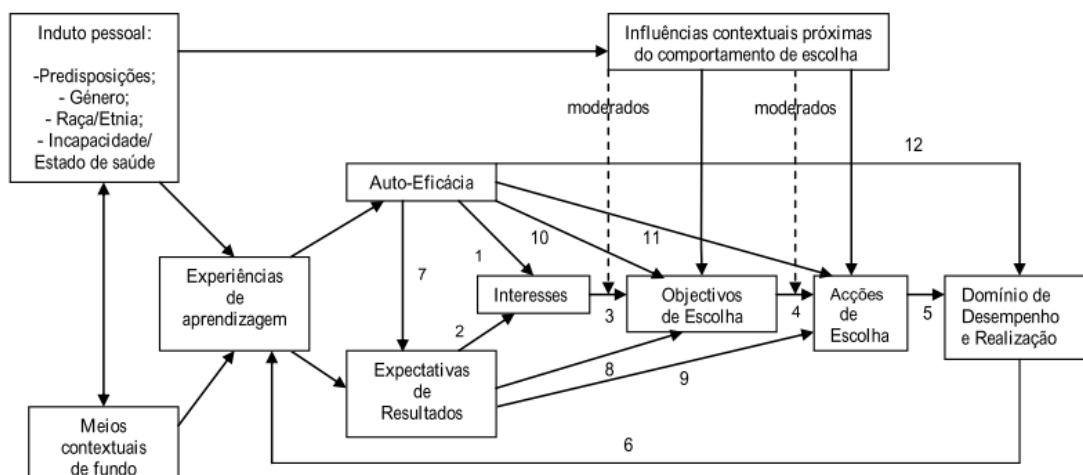


Figura 3. Modelo de Escolhas de Carreira, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.12.

Conceptualmente, os autores sugerem que o modelo pode ser dividido em três componentes principais: (a) a definição de objetivos de escolha, (b), as ações para a implementar as escolhas; e (c) as consequências dos desempenhos (sucessos ou fracassos). É possível verificar através da figura 3, que os fatores contextuais e ambientais podem exercer efeitos diretos moderadores, no estabelecimento de objetivos e nas ações de escolha, funcionando como facilitadores ou como barreiras ou na sua implementação. (Lent et al., 1994)

1.3.3 Modelo de Desempenho. Este modelo, ilustrado pela figura 4, preocupa-se com dois aspetos fulcrais para o desempenho de carreira: (a) o nível de realização pessoal do indivíduo nas suas tarefas profissionais, e (b) o nível de persistência do indivíduo, independentemente dos obstáculos que podem surgir em questões relacionadas com a carreira (Lent & Brown, 1996). Conforme demonstrado na figura 5, este retrata um ciclo dinâmico entre os níveis de desempenho alcançados e o comportamento decorrente dessa realização (Lent & Brown, 1996). Segundo os autores, o desempenho do indivíduo é influenciado substancialmente, pelas suas capacidades, percepção de autoeficácia, expectativas acerca dos resultados e a definição de objetivos (Lent & Brown, 1996). Todas estas variáveis são desenvolvidas tendo em conta o contexto sociocultural em que a pessoa se encontra inserida, sendo afetadas por fatores como: a estrutura da oportunidade (e.g. situação económica, acesso à educação, suporte social), socialização do papel de género, e normas da comunidade e família (Lent & Brown, 1996).

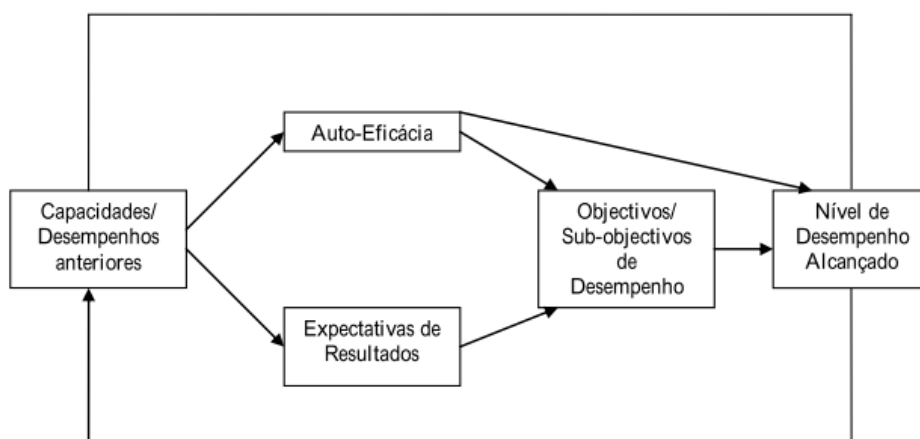


Figura 4. Modelo de Desempenho, proposto por Lent, Brown & Hackett (1994), retirado de Calado (2009), p.13.

Adicionalmente, as capacidades do indivíduo – avaliadas tendo em conta as suas realizações, aptidões ou desempenhos anteriores –, influenciam os níveis de desempenho alcançados de dois modos diferentes: (a) direta, através das competências (mais ou menos) desenvolvidas aquando da tarefa; ou (b) indireta, quando influenciados pela percepção de autoeficácia e expectativas de resultados. (Lent et al., 1994)

Assim, podemos dizer que experiências positivas (sucesso) fomentam o desenvolvimento de capacidades, e que uma elevada autoeficácia e expectativas relativamente ao resultado, promovem a definição de objetivos mais ambiciosos, os quais permitirão ao indivíduo mobilizar e manter melhores níveis de desempenho. Da mesma forma, quando as pessoas concebem crenças de autoeficácia baixas (relativas às capacidades que reconhecem em si), têm tendência para investir menos nas tarefas, definir objetivos mais baixos e, alcançar níveis de desempenho inferiores (Lent & Brown, 1996).

1.4. Teoria Sociocognitiva da Carreira e outras teorias do desenvolvimento da carreira

A Teoria Sociocognitiva da Carreira, baseada na teoria Sociocognitiva de Bandura (1986), surge como complemento a outras duas teorias da carreira: a Teoria da Aprendizagem Social de Krumboltz (1979), na tomada de decisões de carreira (Krumboltz, 1979; Krumboltz, Mitchell & Jones, 1976; Mitchell & Krumboltz, 1996) e a tradução da Teoria de Autoeficácia para o desenvolvimento de carreira (Hackett e Betz, 1981).

Importa por isso perceber quais as semelhanças entre estas teorias, e de que forma é que as mesmas divergem. No que diz respeito à Teoria de *Krumboltz*, sabemos que tanto esta como a Teoria de Bandura, reconhecem a influência da herança genética, das capacidades individuais e das condições ambientais, aquando da tomada de decisão relativa à carreira (Lent et al., 1994). Da mesma forma, identificam também a importância das experiências de aprendizagem na orientação do desenvolvimento de carreira (Lent et al., 1994).

No que diz respeito às divergências de pensamento entre estas duas teorias, podemos identificar três diferenças mais salientes. Enquanto que Krumboltz se preocupa primeiramente com a escolha comportamental, Bandura dá um maior enfoque a um conjunto de processos que se encontram interligados: o desenvolvimento de carreira, a escolha, e o desempenho do indivíduo (Lent et al., 1994). Outra das diferenças incide sobre a importância dada ao mecanismo de autoeficácia.

Enquanto que para Bandura, a eficácia é vista como a principal mediadora de uma escolha ou do desenvolvimento, para Krumboltz, a autoeficácia assume uma menor importância (Lent et al., 1994). A última diferença entre estas duas teorias, diz respeito a importância dada à definição de objetivos. Na Teoria Sociocognitiva, os objetivos são vistos como uma reflexão acerca da autoeficácia, das expectativas de resultados e dos interesses do indivíduo, servindo como autorreguladores da motivação, na Teoria da Aprendizagem Social na tomada de decisões de carreira, não é dada tanta importância aos objetivos (Lent et al., 1994). Contudo, reconhecem a importância das “intenções expressas recentemente” (variante dos objetivos), no comportamento de início de carreira (Krumboltz Mitchell e Jones, 1976, citados por Lent et al., 1994).

Capítulo II. Entrada para o mundo do trabalho

Apesar de a Teoria Sociocognitiva da Carreira não ter sido desenvolvida para explicar a transição dos contextos de aprendizagem para o trabalho, especificamente, esta pode ser estendida a este processo, facilitando assim esta mudança (Lent, Hackett & Brown, 1996, citados por Lent, Hackett, & Brown, 2004)

Lent, Hackett e Brown (1999), conceitualizam esta fase de transição, não como um evento exclusivo, mas como um processo, onde a entrada no mundo do trabalho é precedida por um período de preparação, seguido por um longo período de ajustamento ao trabalho e aos papéis sociais do indivíduo.

2.1 Fatores que contribuem para a entrada no mundo do trabalho: Um olhar centrado na intenção de pertença, na percepção de atratividade organizacional e de autoeficácia

2.1.1. Intenção de pertencer a uma organização. Os fatores que contribuem para um indivíduo se candidatar a um trabalho e querer pertencer a uma organização focam-se em três tipos de intenções: (a) a Intenção de se Candidatar a uma Vaga de Trabalho; (b) a Intenção de possuir um Trabalho; e (c) a Intenção de Aceitar um Trabalho (Gomes & Neves, 2011).

A ICVT tem sido estudada em duas áreas que se encontram muito relacionadas: a escolha de trabalho e a atratividade organizacional, sendo que, a área da investigação relativa à escolha de trabalho, procura entender os processos que resultam nas decisões dos candidatos, no que diz respeito às vagas de trabalho (Gatewood et al., 1993; Gomes & Neves, 2011). Segundo a Teoria da

Ação Racional (Fishbein & Ajzen, 1975), uma intenção prediz uma ação. Podemos assim afirmar que a ICVT é um forte preditor comportamental na fase de atração do recrutamento (Barber & Roehling, 1993), e que é crítica para entender a escolha de um candidato.

A IPT e a IAT representam também um fator importante para entender todo o processo de seleção de um trabalho (Chapman, Uggerslev, Carroll, Piasentin, & Jones, 2005) e predizer as intenções comportamentais dos candidatos.

Diversos estudos indicam que, o ajustamento Pessoa-Organização (ou ajustamento P-O) é também um antecedente da intenção de um indivíduo se candidatar a um trabalho (Cable & Judge, 1994; Roberson, Collins, & Oreg, 2005), e que medeia totalmente a relação positiva que existe entre a imagem da organização e a intenção de se candidatar (Wei, Chang, Lin, & Liang, 2016).

O ajustamento P-O refere-se às crenças subjetivas de um indivíduo sobre sua compatibilidade percebida com uma organização, e que ocorre quando: (a) pelo menos uma das entidades fornece o que a outra necessita, ou (b) partilham características semelhantes, ou (c) ambas (Kristof, 1996).

2.2.2. Percepção de atratividade organizacional. A percepção de atratividade organizacional refere-se ao grau em que um indivíduo percebe uma organização como um local favorável para trabalhar (Rynes, Bretz e Gerhart, 1991, citados por Gomes & Neves, 2011). Aiman-Smith Bauer e Cable (2001) operacionalizam a atratividade organizacional como uma atitude ou expressão positiva em relação a uma organização, identificando a mesma como uma entidade desejável com a qual o indivíduo deseja iniciar algum tipo de relação. Esta percepção, está sujeita à interpretação que o mesmo faz acerca da imagem dessa organização (Gomes & Neves, 2011).

A imagem organizacional diz respeito a um conjunto de conhecimentos, crenças e sentimentos, que os candidatos possuem acerca das características de uma organização (Cable & Turban, 2001; Tom, 1971), a partir dos quais desenvolvem sentimentos positivos ou negativos (Aiman-Smith et al., 2001). A imagem deriva de fragmentos de informação ou de um envolvimento profundo com a mesma, que influenciam as decisões de escolha relativamente a um trabalho (Fombrun & Shanley, 1990; Tom, 1971). As características da organização, correspondem aos seus atributos (Gomes & Neves, 2010), sendo que a forma como o indivíduo prioriza cada um deles depende das suas necessidades pessoais (Schneider, 1987).

Diversos autores, defendem a existência de diferentes atributos organizacionais e que influenciam a atratividade, e a intenção de pertencer à mesma, nomeadamente: (a) a remuneração, (b) as oportunidades de promoção ou perspectivas de carreira, (d) os benefícios, (e) a autonomia, (f) a flexibilidade (Barber & Roehling, 1993; Cable & Judge, 1994; Feldman & Arnold, 1978), (h) a dimensão da organização (Turban & Keon, 1993) (i) as políticas ambientais (Bauer & Aiman-Smith, 1996), (i) as políticas de responsabilidade social da organização, relativas ao ambiente organizacional, à relação desta com a comunidade, à relação entre colaboradores (Backhaus, Stone, & Heiner, 2002), à diversidade e à segurança no trabalho (Pfeffer, 1998, citado em Aiman-Smith, Bauer, & Cable, 2001), (k) a existência de formação, (c) a localização (Barber & Roehling, 1993; Thomas & Wise, 1999), (l) e o prestígio da empresa (Cable & Turban, 2001).

2.2.3. Percepção de autoeficácia. O ser humano contribui para o seu próprio bem-estar recorrendo a mecanismos de gestão pessoal. Um dos mecanismos que mais contribui para este bem-estar são as crenças de um indivíduo acerca das suas capacidades. Só assim é possível, que este controle o seu próprio funcionamento e todas as exigências do seu meio envolvente (Bandura, 1994).

A percepção de autoeficácia, é definida por Bandura (1986) como um “juízo pessoal acerca das próprias capacidades, para executar as atividades requeridas e atingir um determinado nível de desempenho” (p.391) ou, de uma forma mais breve, como “uma crença naquilo de que se é capaz de fazer” (Bandura, 1982 in Azevedo, 1997, p.9). Não diz respeito às capacidades do indivíduo, mas sim ao julgamento acerca daquilo que o mesmo é capaz de fazer, com as capacidades que possui (Bandura, 1986).

Segundo a Teoria Sociocognitiva da Carreira, já anteriormente abordada, a percepção de autoeficácia envolve um conjunto de crenças pessoais, que dependem dos níveis de desempenho do indivíduo, e que interagem de forma complexa com as três dimensões causais da Teoria Sociocognitiva (Lent et al., 2002). Estas crenças são adquiridas e alteradas através de quatro fontes primárias de informação (Lent et al., 2002):

- I. Desempenho pessoal (Mestria): o ser humano age de acordo com a interpretação que faz das suas próprias ações. Assim, quando perceciona uma experiência como tendo tido sucesso, promove um elevado sentimento de autoeficácia, enquanto que a percepção de fracasso o diminui;

- II. Aprendizagem vicariante: observar o desempenho de outros indivíduos em tarefas percebidas como sendo semelhantes às suas, conduz a um aumento do sentimento de competência;
- III. Persuasão social: indivíduos que sejam persuadidos de que apresentam capacidades para determinada tarefa, tendem a dirigir e manter um maior esforço para a concretização da mesma, sendo que este é tanto mais forte quanto maior for a credibilidade da fonte de influência;
- IV. Estados fisiológicos e afetivos: o desempenho de um indivíduo, positivo ou negativo, induz a um determinado estado emocional, que é por sua vez indicador de competência.

Segundo Bandura (1986), a informação procedente destas fontes não influencia a autoeficácia de modo automático (Bzuneck, 2009, citado por Calado, 2009). Trata-se de um processo cognitivo, segundo o qual o indivíduo avalia, por um lado, as suas capacidades percebidas e suas experiências passadas, e por outro, os diversos componentes da situação tais como a dificuldade da tarefa, o seu grau de exigência e possíveis facilitadores que possa obter para a realização da mesma (Bzuneck, 2009, citado por Calado, 2009). Desta avaliação, resultará um julgamento - positivo ou negativo -, acerca das suas capacidades para controlar a situação. (Bzuneck, 2009, citado por Calado, 2009)

A percepção de autoeficácia pode ter diversos efeitos ao nível comportamental, nos padrões de pensamento e nos aspetos emocionais, influenciando as escolhas do indivíduo relativas a atividades e ambientes. Determina igualmente, quanto esforço irá despende, e durante quanto tempo irá persistir perante obstáculos ou experiências negativas (Lent et al., 1994).

O presente estudo

A presente investigação surge da interseção de três variáveis importantes para desenvolvimento de carreira, referidas anteriormente: (1) a percepção de atratividade organizacional, (2) a intenção de pertencer a uma organização e (3) a percepção de autoeficácia, e apresenta dois objetivos distintos. Por um lado, procura perceber quais os fatores que levam os estudantes universitários a escolher determinada empresa para realizar a sua primeira experiência profissional/estágio curricular na área, por outro, de que forma é que a percepção de autoeficácia de cada indivíduo influencia a relação entre o grau de atratividade dessa mesma empresa e a intenção de pertencer à mesma. Desta forma, será testada a seguinte hipótese:

Hipótese 1: A percepção de atratividade organizacional por parte dos indivíduos influencia positivamente a intenção de pertencer a uma organização, particularmente entre os indivíduos com percepção de autoeficácia mais alta (figura 5).

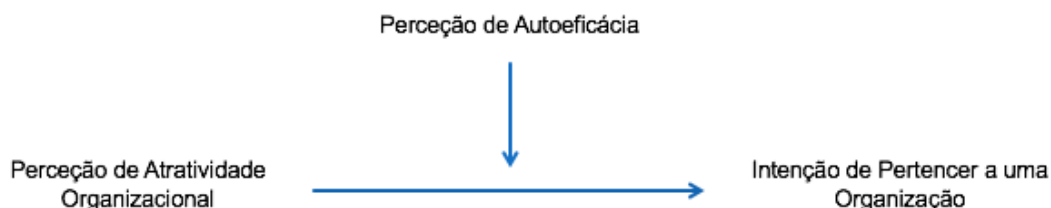


Figura 5. Modelo de estudo

Método

Participantes e delineamento

Considerando o objetivo do estudo, a população-alvo eram os estudantes universitários, que se encontravam no último ano de licenciatura ou mestrado, e que estavam, ou iriam estar brevemente, à procura de um estágio (curricular ou profissional), como forma de entrarem no mundo do trabalho.

No presente estudo a amostra é de 224 estudantes universitários, tendo sido posteriormente excluídos vinte ($n = 204$) por incoerência ou ausência de respostas às perguntas do questionário, ou por não respeitarem o critério de inclusão relativo à idade. Segundo o Eurostat (2009), o intervalo de idades considerado na Europa para estudantes em frequência no ensino superior é dos 18 aos 34 anos. No entanto, em Portugal, a referência para programas de incentivo a emprego jovem, abrange os 35 anos (Eurostat, 2009). Desta forma, o intervalo de idades considerado no presente estudo é dos 18 aos 35 anos ($M = 23.45$ anos; $DP = 2.71$), sendo a amostra recolhida do tipo não probabilística por conveniência.

Na amostra de 204 estudantes universitários, 60.78% são do sexo masculino ($n = 124$), 97.55% de nacionalidade portuguesa ($n = 199$) e 63.73% têm uma licenciatura ($n = 130$). No que diz respeito ao estado civil 52.45% encontram-se solteiros ($n = 107$) e 38.73% numa relação estável ($n = 79$). Da amostra total, 69.12% vive com familiares ($n = 141$) e 86.76% sente-se confortável nas condições em que se encontra ($n = 177$). Relativamente à faculdade onde realizaram os seus estudos, existem estudantes de universidades em Lisboa (95.56%; $n = 195$), Coimbra (3.44%; $n = 7$), Leiria (0.5%; $n = 1$) e Londres (0.5%; $n = 1$), sendo que 45.77% frequentaram a Faculdade de Ciências Tecnológicas

da Universidade Nova de Lisboa ($n = 92$), 19.9% frequentaram Instituto Superior Técnico da Universidade de Lisboa ($n = 40$) e 15.92% frequentaram o ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa ($n = 32$) (ver anexo B).

No quadro 1, podemos observar a distribuição dos indivíduos da amostra, por área de formação. A maioria dos indivíduos são da área das tecnologias (56.37%; $n = 115$), que incluem os cursos de engenharia.

Quadro 1

Distribuição dos participantes, por área de formação.

	N	%
Área de Formação		
Ciências	19	9.32
Saúde	3	1.47
Tecnologias	115	56.37
Agricultura e Recursos Naturais	1	.49
Arquitetura, Artes Plásticas e Design	7	4.41
Ciências da Educação e formação de Professores	1	.49
Direito, Ciências Sociais e Serviços	32	15.69
Economia, Gestão e Contabilidade	21	10.29
Humanidades, Secretariado e Tradução	3	1.47

*áreas de ensino estipuladas pela Direção Geral do Ensino Superior (DGES)

Relativamente às respostas acerca da experiência profissional dos indivíduos, 62.25% ($n = 127$) já responderam a um anúncio de emprego e 65.69% ($n = 134$) já foram a uma entrevista de emprego. Dos 69.61% ($n = 142$) dos estudantes que têm algum tipo de experiência profissional, 57.89% ($n = 77$) tem apenas uma experiência profissional. No que diz respeito aos estágios, 69.12% dos indivíduos ($n = 141$) já realizaram algum estágio na sua área, maioritariamente estágios curriculares (64.54%; $n = 91$). Dos estudantes, 62.25% ($n = 127$) encontram-se à procura de um estágio, sendo que a maior expressividade na urgência de encontrar um estágio é “em parte alto” (21.94%; $n = 34$).

Quadro 2

Dados sociodemográficos dos participantes, relativos às suas experiências profissionais

	N	%
Alguma vez respondeste a um anúncio de emprego?		
Sim	127	62.25
Não	77	27.75
Alguma vez foste a uma entrevista de emprego?		
Sim	134	65.69
Não	70	34.31
Tens alguma experiência profissional?		
Sim	142	69.61
Não	62	30.39
Número de experiências profissionais		
1	77	57.89
2	32	26.06
3 ou mais	24	18.05
Já realizaste algum estágio na tua área?		
Sim	141	69.12
Não	63	30.88
Tipos de estágios realizados		
Profissional	15	10.64
Curricular	91	64.54
Extracurricular	8	5.67
Profissional e curricular	17	12.06
Profissional e extracurricular	1	.71
Curricular e extracurricular	8	5.67
Profissional, curricular e extracurricular	1	.71
Encontras-te neste momento à procura de um estágio?		
Sim	127	62.25
Não	77	37.75
Qual o teu grau de urgência em encontrar um estágio?		
Extremamente baixo (1)	19	12.26
Bastante baixo (2)	10	6.45
Em parte baixo (3)	14	9.03
Nem alto nem baixo (4)	25	16.13
Em parte alto (5)	34	21.94
Bastante alto (6)	26	16.77
Extremamente alto (7)	27	17.42

Instrumentos

Este é um estudo quantitativo exploratório, e a operacionalização das variáveis foi realizada através de uma medida de autorrelato – o questionário (ver anexo A), composto por uma parte introdutória, que garantia a confidencialidade e anonimato dos participantes, seguindo-se de 6 blocos: (1) Experiência Profissional, (2) Apresentação de Anúncios de estágio, (3) Intenção de se candidatar

a um estágio, (4) Atratividade organizacional, (5) Perceção de Autoeficácia, (6) Questões Sociodemográficas. As medidas e instrumentos escolhidos, foram utilizados em estudos anteriores (e.g., Gomes & Neves, 2011; Simões, Meneses, Luís, & Drumonde, 2017), em contexto académico.

Os blocos 1 e 6 dizem respeito a questões sociodemográficas dos participantes, em duas áreas distintas – experiência profissional e caracterização pessoal:

Experiência profissional. Esta primeira parte é composta por um conjunto de questões sociodemográficas, que procuram perceber se os participantes já foram a alguma entrevista, se já trabalharam, se já realizaram algum estágio, se estão à procura de um estágio, qual a sua urgência (Por exemplo: “Alguma vez respondeste a um anúncio de emprego?” – 1 = sim; 2 = não; “Alguma vez foste a uma entrevista de emprego” – 1 = sim; 2 = não).

Caraterização pessoal. Era pedido aos participantes que preenchessem um conjunto de informações sociodemográficas relativas ao sexo, idade, nacionalidade, etnia (1 = caucasiana; 2 = negra; 3 = outra), estado civil, agregado familiar, escolaridade, curso académico e faculdade frequentada.

Apresentação de Anúncios de estágio. De seguida, eram apresentados três anúncios para três estágios diferentes. Estes anúncios foram estruturados como forma de manipular os vários atributos que variam entre organizações e condições oferecidas aos estagiários, que influenciam a perceção de atratividade organizacional dos candidatos, e a sua intenção de querer pertencer a cada uma das organizações: (a) dimensão da organização; (b) anos de experiência da organização; (c) aspetos valorizados pela organização, (d) características da equipa, (e) horário do estágio, (f) duração do estágio, (g) ambiente organizacional; (h) acesso a programas de formação e de desenvolvimento; (i) perspetivas de carreira (possibilidade de continuidade); (j) ofertas (remuneração/ajudas de custos); (k) possibilidade de tomar decisões. Como forma de incluir estudantes de todas as áreas de estudo, foram omitidas as informações do anúncio relativas à função e às tarefas do estagiário.

Posteriormente, era pedido aos candidatos que selecionassem o anúncio para o qual se candidatariam, enumerando as três razões principais. Esta questão permite medir não só a intenção do participante se candidatar a um estágio, mas também, identificar as características que o levaram a selecionar esse mesmo anúncio.

Este bloco inclui ainda três questões de controlo utilizadas para perceber se a informação apresentada nos anúncios é suficiente, específica e objetiva, para julgar a oferta (Por exemplo: A

informação que te foi dada nos anúncios apresentados foi suficiente para fazer um julgamento da oferta? – 1 = Sim, 2 = Não)

Intenção de pertencer a uma organização. Para medir a intenção de pertencer a uma organização, foi utilizada uma escala adaptada de Taylor e Bergmann (1987), utilizada por Roberson, Collins e Oreg (2005), e que foi posteriormente traduzida por Gomes e Neves (2011). Esta é uma escala tipo *likert* de sete pontos em que 1 (Discordo totalmente), 2 (Discordo bastante), 3 (Discordo um pouco), 4 (Não concordo nem discordo), 5 (Concordo um pouco), 6 (Concordo bastante), 7 (Concordo totalmente), composta por 10 itens, e três fatores, sendo que (1) quatro itens medem a intenção de se candidatar a um estágio (item exemplo: “Se estivesse à procura de emprego/estágio, existiria forte probabilidade de me candidatar a esta oferta”), (2) dois itens medem a intenção de pertencer à organização (item exemplo: “Desenvolveria todos os esforços para ter uma entrevista de emprego/estágio para esta oferta.”), (3) três itens medem o ajustamento indivíduo-organização – *P-O Fit* (item exemplo: “Esta empresa corresponde totalmente ao tipo de empresas em que gostaria de trabalhar”). Embora seja de uso corrente, tratando-se de uma escala que foi apenas traduzida, sem estarem disponíveis estudos de adaptação, foi realizada uma análise fatorial confirmatória, a qual se aborda nos resultados .

Atratividade organizacional. A atratividade organizacional foi medida através de dois fatores: (1) os Atributos Organizacionais e (2) a Atratividade Organizacional.

A Escala de Atributos Organizacionais é adaptada de Collins e Stevens (2002) e foi posteriormente traduzida por Gomes e Neves (2011). Esta é composta por sete itens, avaliados numa escala tipo Likert em que 1 (Muitíssimo improvável), 2 (Bastante improvável), 3 (Improvável), 4 (Nem provável nem improvável), 5 (Provável), 6 (Bastante provável) e 7 (Muitíssimo provável). Era pedido aos participantes que “Pensando apenas na empresa descrita no anúncio que selecionaste, gostaríamos de te perguntar em que medida achas provável, que esta empresa providencie/ofereça aos colaboradores os seguintes atributos (...)” (item exemplo: perspectivas de carreira).

Como forma de identificar os atributos organizacionais mais relevantes aquando da procura de um estágio, foi concebida uma questão adicional às escalas: “De seguida ser-te-á apresentada uma lista de características que são valorizadas numa organização ou num estágio. Selecciona, aquelas que são para ti, as 6 características que mais valorizas e tens em conta, quando procuras um estágio ou

um emprego, e coloca-as por ordem crescente” (característica exemplo: acesso a programas de formação e de desenvolvimento).

A escala de Atratividade Organizacional é adaptada de Bauer e Aiman-Smith (1996), Fisher, Ilgen e Hoyer (1979) e Turban e Keon (1993), e traduzida por Gomes e Neves (2011). Esta é composta por seis itens numa escala tipo *likert* em que 1 (Muitíssimo improvável), 2 (Bastante improvável), 3 (Improvável), 4 (Nem provável nem improvável), 5 (Provável), 6 (Bastante provável) e 7 (Muitíssimo provável).

Foi também realizada uma análise fatorial confirmatória deste instrumento, que se encontra nos resultados.

Percepção de Autoeficácia. A escala de Percepção de Autoeficácia utilizada no presente estudo, é adaptada de Sherer et al. (1983), e traduzida por Ribeiro (1995). Esta é composta por 15 itens e três fatores, sendo que: (1) seis itens medem a iniciação e persistência do indivíduo (“Quando faço planos tenho a certeza que sou capaz de realizá-los.”), (2) quatro itens medem a eficácia perante as adversidades (“Quando não consigo fazer uma coisa à primeira insisto e continuo a tentar até lá”), e (3) cinco itens medem a eficácia social (“Tenho dificuldade em fazer novos amigos”). Esta é uma escala tipo *likert*, de sete pontos em que 1 (Discordo totalmente), 2 (Discordo bastante), 3 (Discordo um pouco), 4 (Não concordo nem discordo), 5 (Concordo um pouco), 6 (Concordo bastante), 7 (Concordo totalmente). A escala original traduzida para português, apresenta uma consistência interna adequada ($\alpha = .84$) (Ribeiro, n.d.), bem como em Simões e colaboradores (2017) ($\alpha = .82$).

Procedimentos

Tendo em conta que os anúncios de estágio apresentados foram criados de origem, com base em outros anúncios do mercado de trabalho, foi necessária a realização de pré-testes, como forma de perceber se algum dos anúncios era confuso, impercetível ou incompreensível. Este foi aplicado a 9 participantes.

A amostra desejada era composta por estudantes universitários que lidam diariamente com as novas tecnologias, fazendo por isso sentido, aplicar os questionários desenvolvidos no *Google Form* e posteriormente aplicados via *Online*. O questionário era composto pelo instrumento descrito anteriormente, composto pela escala de intenção de pertença a uma organização, pela escala de atratividade organizacional e pela escala de percepção de autoeficácia. Como forma de medir os

atributos organizacionais relevantes aquando da procura de um estágio, foi apresentada uma lista com atributos organizacionais, e pedido aos participantes que seleccionassem os seis atributos que mais valorizavam e que tinham em conta, quando procuravam uma organização, e que os colocassem do mais importante para o menos importante. Era-lhes fornecida previamente uma lista com alguns atributos organizacionais (De seguida ser-te-á apresentada uma lista de características que são valorizadas numa organização ou num estágio: acesso a programas de formação e de desenvolvimento; ambiente de trabalho; dimensão da empresa; flexibilidade horária (em caso de ida ao médio ou necessidade de apoio à família, por exemplo); estabilidade e segurança no trabalho; existência de uma remuneração/ajudas de custos; horário (part-time/full-time); localidade (distância casa-trabalho); perspectivas de carreira (possibilidade de continuidade); prestígio da empresa; responsabilidade social da empresa; tempo do estágio (3 meses/6 meses/9 meses/1 ano)), contudo, os participantes podiam acrescentar outros atributos, caso fizesse sentido para eles.

A recolha de dados foi realizada através da publicação do questionário em diferentes páginas de *Facebook* (*Facebook* Pessoal, *Facebook* de Amigos, Grupos de faculdade, Grupos de curso, etc.). Foi ainda enviado um email a todas as Faculdades, públicas e privadas, de Lisboa, a requisitar a partilha do estudo com todos os alunos do universo estudantil, tendo respondido positivamente a Faculdade de Ciências e Tecnologia, da Universidade Nova de Lisboa, e o departamento engenharia mecânica do Instituto Superior Técnico, da Universidade de Lisboa. O departamento afeto às carreiras do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, do Instituto Universitário de Lisboa, disponibilizou-se ainda para partilhar o link do questionário nas suas páginas nas redes sociais. Após a recolha de dados, que ocorreu durante quatro semanas, os mesmos foram inseridos no software IBM SPSS 25, ferramenta utilizada para caracterizar a amostra recolhida e analisar a Regressão Linear. Esta foi realizada com recurso ao Process Macro 2.4, desenvolvido por Hayes (2013).

Resultados

Validação de escalas

Embora as escalas de intenção de pertença a uma organização e de atratividade organizacional utilizadas no presente estudo, sejam escalas de uso corrente, estas foram apenas traduzidas, não estando disponíveis estudos de adaptação. Desta forma, foi realizada uma análise fatorial confirmatória.

De acordo com a análise fatorial confirmatória realizada para a escala de intenção de pertencer a uma organização, foi possível verificar que o modelo com 3 fatores e 10 itens apresenta um ajustamento inadequado, $\chi^2 (181, 23) = 6.39, p < .001$, CFI = .92, RMSEA = .163 (.138, .189), SRMR = .074. Após a análise dos índices de modificação, verificou-se que um dos itens da subescala de intenção de se candidatar ao estágio era redundante (item: não teria o mínimo interesse em candidatar-me a esta oferta de estágio). Uma vez eliminado esse item, o ajustamento foi adequado, $\chi^2 (181, 21) = 2.65, p < .001$, CFI = .98, RMSEA = .065 (.026, .100), SRMR = .020. Neste estudo, a escala foi usada como uma medida global de intenção de pertença. A consistência interna da presente escala é adequada ($\alpha = .91$).

Relativamente à escala de atratividade organizacional, de acordo com a análise realizada, o instrumento denota um ajustamento adequado, de acordo com a estrutura do instrumento original, $\chi^2 (253, 51) = 2.23, p < .001$, CFI = .96, RMSEA = .078 (.058, .097), SRMR = .058. A sua consistência interna é de .89.

No que diz respeito à escala de percepção de autoeficácia, esta apresenta também uma consistência interna adequada ($\alpha = .82$).

Todos os itens utilizados em cada uma das escalas encontram-se descritos no anexo A.

Razões que levam os estudantes universitários a escolher uma organização para realizar um estágio

O primeiro objetivo da presente dissertação consistia em perceber quais as razões que levam os estudantes universitários a escolher determinada organização para realizar a sua primeira experiência profissional/estágio curricular na área. A partir da questão “Seleciona, aquelas que são para ti, as 6 características que mais valorizas e tens em conta, quando procuras um estágio ou um emprego, e coloca-as por ordem crescente (da mais importante, para a menos importante).” (ver

anexo C), foi possível apurar que, aquando da procura de um estágio ou um emprego, 80.88% (n=165) dos estudantes mencionaram, independentemente da sua ordem de prioridades, a possibilidade de continuidade na organização após o termino do estágio, 75.98% (n=155) a existência de uma remuneração ou de ajudas de custos, 67.65% (n=138) o ambiente de trabalho, 61.76% (n=126) a localidade (distância casa-trabalho), e 54.9% (n=112) o prestígio e reputação da organização.

Ao analisar a ordem de preferências, 34.16% (n=69) valorizam primeiramente a possibilidade de continuar na organização após o termino do estágio, 23.76% (n=48) a existência de uma remuneração, ou de ajudas de custo, e 9.9% (n=20) têm em conta o prestígio e reputação da organização.

Dos três anúncios apresentados (ver anexo B), a maioria dos estudantes escolheram o anúncio C (58.82%; $n = 120$), 22.55% ($n = 46$) o anúncio B e 18.62% ($n = 38$) optaram pelo anúncio A. As três razões que levaram maioria dos estudantes a selecionar o anúncio C, foram a existência de ajudas de custos e subsídio de alimentação (19.14%; $n = 62$), as perspetivas de continuidade (16.98%; $n = 55$) e a possibilidade de ter um horário flexível (13.89%; $n = 45$) (ver anexo D).

Quando analisada a escolha dos anúncios em conjunto com a área de formação dos estudantes, nota-se que independentemente da sua área, o anúncio C é sempre o mais escolhido. No caso dos estudantes de tecnologia, por exemplo, dos 115 indivíduos desta área (54.37%), 31.86% escolheriam o anúncio C ($n = 65$) (ver anexo B).

Influencia da percepção de autoeficácia na relação entre o grau de atratividade e intenção de pertencer a uma organização

Em relação ao segundo objetivo, pretendeu-se apurar de que modo é que a percepção de autoeficácia de cada indivíduo influencia a relação entre o grau de atratividade organizacional e a intenção de pertencer à mesma (Figura 5, pág. 16). Depois de analisados e verificados todos os pressupostos (ver anexo E), e como forma de testar a hipótese proposta, realizou-se uma regressão linear múltipla (ver anexo E e F). Os resultados apresentados encontram-se no quadro 3.

Quadro 3.

Regressão da Intenção de Pertencer a uma Organização na Percepção de Atratividade Organizacional e na Percepção de Autoeficácia.

Intenção de Pertencer a uma Organização			
Variáveis independentes	B	SE	t
Constante	46.131***	.461	100.016
Atratividade Organizacional [A]	.572***	.037	15.516
Percepção de Autoeficácia [B]	.070*	.038	1.855
Efeito de Interação [A*B]	.000	.003	-.052
	$R^2_{\text{ajustado}} =$	.566	
	$F(3, 200) =$	87.033***	

*** $p < 0,001$ * $p < 0,1$

No presente modelo, 57% ($R^2_{\text{ajustado}} = .56$) da variação sobre a intenção de pertencer a uma organização, é explicada pela percepção do indivíduo relativamente à atratividade de uma organização, e à sua autoeficácia, sendo esta estatisticamente significativa $F(3,200) = 87.033$, $p < .001$.

Verifica-se ainda que, a percepção de atratividade organizacional tem um impacto significativo na intenção de pertencer a uma organização ($B = .572$, $t = 15.516$, $p < .001$), contribuindo aproximadamente 52% ($R^2_{\text{part}} = .523$) para explicar a variação da variável dependente, algo que seria de esperar. Também a percepção de autoeficácia se revela significativa, demonstrando que tem influencia na intenção de pertencer a uma organização ($B = .070$, $t = 1.855$, $p < .1$), e uma percentagem explicativa de .74% ($R^2_{\text{part}} = .007$) no modelo. Contudo, o efeito de interação entre a variável independente (Percepção de Atratividade Organizacional) e a variável moderadora (Percepção de Autoeficácia), não se demonstrou significativo ($B = -.000152$, $t = -.052$, $p = .958$), apresentando um efeito explicativo de apenas .0016% ($R^2_{\text{part}} = .000016$). Com base nestes resultados, a hipótese formulada não foi verificada.

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

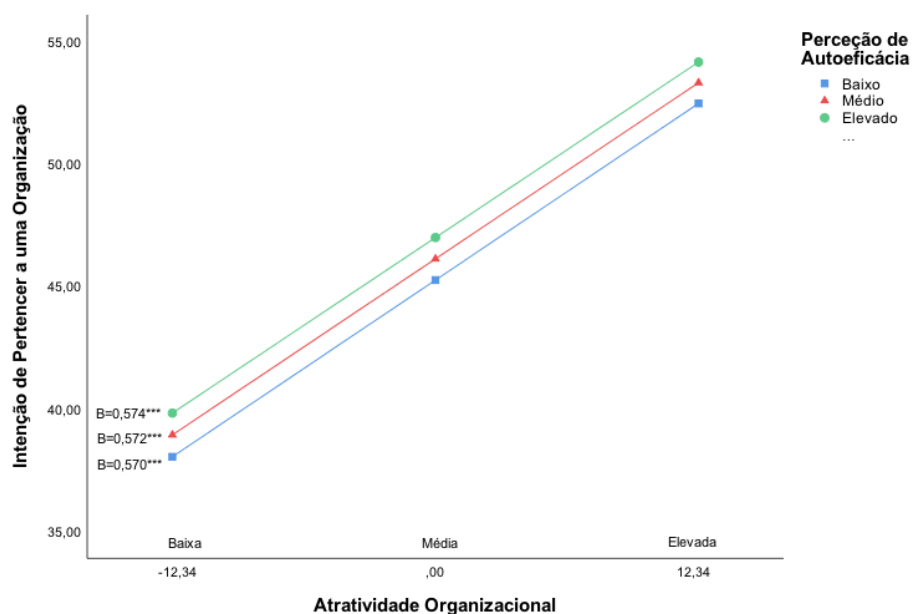


Figura 6. Efeito moderador da Percepção de Autoeficácia entre a Atratividade Organizacional e a Intenção de Pertencer a uma Organização

Discussão

O presente estudo tem dois objetivos distintos. Por um lado, procura perceber quais as razões que levam os estudantes universitários a escolher determinada empresa para realizar a sua primeira experiência profissional e de estágio na área de estudos, por outro, de que forma é que a percepção de autoeficácia de cada indivíduo influencia a relação entre o grau de atratividade dessa mesma empresa e a intenção de pertencer à mesma para futuro desenvolvimento de carreira.

No que diz respeito ao primeiro objetivo, verificou-se que aquando da procura de um estágio ou um primeiro emprego, os estudantes têm em conta maioritariamente fatores externos a si mesmos, entre os quais: (1) a possibilidade de continuar na organização; (2) a existência de uma remuneração ou de ajudas de custo, e (3) o prestígio e reputação da empresa. De acordo com a literatura, estes são alguns dos atributos que influenciam a percepção de atratividade organizacional, por parte de um candidato (Barber & Roehling, 1993; Stigler, 1962 in Fombrum, & Shanley, 1990). Reconhecendo as interações de influência mútua que existem entre o indivíduo, o comportamento e o ambiente (Bandura, 1986), seria de esperar que o mesmo tivesse em conta não só fatores externos de atratividade organizacional que levam à intenção de pertença, mas também fatores internos, como a percepção de autoeficácia, o que não se verificou.

Apesar da atratividade organizacional ter uma influência direta na intenção de um indivíduo pertencer a uma organização, relação já comprovada em diferentes estudos (e.g., Gatewood, Gowan, & Lautenschlager, 1993; Saks, Leck, & Saunders, 1995), esta não é moderada pela percepção de autoeficácia dos mesmos. Ao contrário da literatura existente, que defende que a autoeficácia é uma variável preditora de escolhas relacionadas com a carreira, a vida académica do indivíduo, e os seus índices de desempenho (Hackett & Betz, 1981; Hackett & Lent, 1992; Lent et al., 1994; Multon et al., 1991), e que esse é o fator considerado mais importante para questões relacionadas com a carreira e o seu desenvolvimento (Lent et al., 1994), no presente estudo a percepção de autoeficácia não tem uma influência significativa na relação entre a atratividade organizacional e a intenção de pertencer a uma organização, rejeitando-se assim a hipótese inicialmente formulada.

Segundo o Modelo das Escolhas de Carreira, as percepções de autoeficácia e as expectativas de resultados do indivíduo, influenciam concomitantemente a formação dos interesses de carreira e consequentemente as escolhas relacionadas com a carreira (Lent et al., 1994). Contudo, o presente estudo, é referente à exploração de percepções acerca de uma experiência de estágio e não uma proposta de emprego.

Os estágios são reconhecidos pelos estudantes, pelos docentes, e pelas entidades empregadoras, como sendo uma “experiência de formação estruturada e como um marco fundamental na formação e preparação dos estudantes do ensino superior para a entrada no mundo profissional” (Vieira, Caires & Coimbra, 2011, p. 30), que permite ao estudante ter uma visão mais abrangente e realista acerca da prática profissional e do mundo do trabalho (Bolhão, 2013), e colocar em prática os conteúdos que aprendeu ao longo da sua formação. Sendo os estágios uma experiência de formação, parece que os estudantes têm a percepção de que irão apenas aprender, não tendo por isso em primeira linha de conta se estão ou não preparados para o desafio, e se têm as competências e conhecimentos necessários para desempenharem uma determinada função, numa organização. Desta forma, parece que aquando da procura de um estágio, de acordo com o primeiro objetivo deste estudo, os estudantes não têm em conta fatores internos como a percepção de autoeficácia.

Implicações, limitações e recomendações

Com o presente estudo é possível entender que a procura de uma primeira experiência profissional ou estágio, são experiências distintas, e que requerem diferentes atenções. Contrariamente às situações de emprego, onde a percepção de autoeficácia influencia as escolhas relacionadas com a carreira (Hackett & Betz, 1981; Hackett & Lent, 1992; Lent et al., 1994; Multon et al., 1991), quando os estudantes universitários pensam num local para estagiar, têm em conta fatores maioritariamente externos. Estes idealizam um local com um determinado prestígio e reputação, onde terão a possibilidade de aprender e de permanecer após o término do mesmo, e onde serão recompensados através de uma remuneração ou de ajudas de custo.

O presente estudo apresentou algumas limitações, que podem ter tido implicações nos seus resultados. A primeira limitação é relativa à amostra recolhida por conveniência. Apesar de esta cumprir com os requisitos previamente impostos, esta não é representativa da população universitária. Assim, a amostra é composta maioritariamente por alunos do distrito de Lisboa (96%) e da área das tecnologias. Estudos futuros devem incluir uma amostra mais abrangente e representativa da população. O segundo aspeto a salientar, é o facto de este ser um estudo exploratório, que mede a reação dos indivíduos a determinados cenários, que não correspondem a situações da vida real. Outro aspeto a incluir nas limitações deste estudo, diz respeito à estrutura dos cenários criados. Como forma de abranger o maior número de estudantes possíveis, das diferentes áreas de formação, os anúncios concebidos eram anúncios generalistas que não incluíam um descritivo das funções que os participantes iriam desempenhar. Assim, aquando da análise destes anúncios, os indivíduos tinham apenas informações relativamente à organização para a qual se estavam a candidatar, e aos requisitos necessários para o desempenho da mesma, não sendo possível tomar uma decisão de acordo com uma visão holística da função. A inclusão desta informação no anúncio, em estudos futuros, pode trazer implicações para a percepção de autoeficácia dos indivíduos.

Existe ainda escassez de estudos acerca da importância dos estágios para o desenvolvimento de carreira dos estudantes universitários. Em estudos futuros seria interessante perceber de que forma é que a motivação dos estudantes ou as suas aspirações de carreira tem influência no modelo proposto.

Referências Bibliográficas

- Aiman-Smith, L., Bauer, T. N., & Cable, D. M. (2001). Are you attracted? Do you intend to pursue? A recruiting policy-capturing study, *16*(2), 219–238.
- Azevedo, M. (1997). A teoria cognitiva social de Albert Bandura. Retirado de:
<http://webpages.fc.ul.pt/~mdazevedo/materiais/ME&TES/Aprendiz02CognitSocial.pdf>
- Backhaus, K. B., Stone, B. A., & Heiner, K. (2002). Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business & Society*, *41*(3), 292–318.
<https://doi.org/10.1177/0007650302041003003>
- Bandura, A., & National Inst of Mental Health. (1986). Prentice-Hall series in social learning theory. Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In R. J. Corsini (Ed.), *Encyclopedia of Psychology* (2nd ed., pp. 368–369). New York: Wiley.
- Barber, A. E., & Roehling, M. V. (1993). Job postings and the decision to interview: A verbal protocol analysis. *Journal of Applied Psychology*, *78*(5), 845–856.
- Bartley, D. F., & Robitschek, C. (2000). Career exploration: A multivariate analysis of predictors. *Journal of Vocational Behavior*, *56*(1), 63–81. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1999.1708>
- Bauer, T. N., & Aiman-Smith, L. (1996). Green career choices: The influence of ecological stance on recruiting. *Journal of Business and Psychology*, *10*(4), 445–459.
- Blustein, D. L. (1992). Applying current theory and research in career exploration to practice. *Career Development Quarterly*, *41*(2), 174–184. Retrieved from
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=heh&AN=9605213065&site=eds-live>
- Blustein, D. L. (1997). A context-rich perspective of career exploration across the life roles. *The Career Development Quarterly*, *45*, 260–274.
- Bolhão, A. F. de J. (2013). *Contribuição do estágio curricular para a formação académica e profissional dos estagiários: Estudo de caso numa instituição de ensino superior*. Instituto Superior Miguel Torga.
- Brooks, L., Cornelius, A., Greenfield, E., & Joseph, R. (1995). The relation of career-related work or internship experiences to the career development of college seniors. *Journal of Vocational Behavior*, *46*, 332–349.
- Brown, D., Brooks, L., & Associates. (n.d.). *Career choice and development: Applying contemporary theories to Practice* (2ª Ed.). San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Cable, D. M., & Judge, T. A. (1994). Pay preferences and job search decisions: A person-organization fit perspective. *Personnel Psychology*, *47*, 317–348. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1994.tb01727.x>
- Cable, D. M., & Turban, D. B. (2001). Establishing the dimensions sources and value of job seekers' employer knowledge during recruitment. *Research in Personnel and Human Resources Management*, *20*, 115–163.
- Calado, I. S. (2009). *Um Programa de Planeamento de Carreira para Estudantes do 9.º ano de Escolaridade*. Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of

- recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 928–944.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.928>
- Collins, C. J., & Stevens, C. K. (2002). The relationship between early recruitment - related activities and the application decisions of new labor-market entrants : A brand equity approach to recruitment the relationship between early recruitment. *Journal of Applied Psychology*, 87(6), 1121–1133.
- Eurostat. (2009). *Youth in Europe: A statistical portrait. Eurostat- Statistical Books*.
<https://doi.org/10.2785/30500>
- Feldman, D. C., & Arnold, H. J. (1978). Position choice: Comparing the importance of organizational and job factors. *Journal of Applied Psychology*, 63(6), 706–710. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.63.6.706>
- Feldman, D. C., & Weitz, B. A. (1990). Summer interns: Factors contributing to positive developmental experiences. *Journal of Vocational Behavior*, 37(3), 267–284. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(90\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0001-8791(90)90045-4)
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fisher, C. D., Ilgen, D. R., & Hoyer, W. D. (1979). Source credibility, information favorability, and job offer acceptance. *Academy of Management Journal*, 22(1), 94–103.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233–258. <https://doi.org/10.2307/256324>
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image , recruitment image, and initial job choice decisions. *Academy of Management Journal*, 36(2), 414–427.
- Gomes, D. R., & Neves, J. G. (2010). Employer branding constrains applicants' job seeking behaviour? *Revista de Psicologia Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 26(3), 223–234.
<https://doi.org/10.5093/tr2010v26n3a6>
- Gomes, D. R., & Neves, J. G. (2011). Organizational attractiveness and prospective applicants ' intentions to apply. *Personnel Review*, 40(6), 684–699.
<https://doi.org/10.1108/00483481111169634>
- Hackett, G., & Betz, N. E. (1981). The relationship of career-related self-efficacy expectation to perceived career options in college comen and men. *Journal of Counseling Psychology*, 28(5), 399–410. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.28.5.399>
- Hackett, G., & Lent, R. W. (1992). Theoretical advances and current Inquiry in career psychology. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), *Handbook of Counseling Psychology* (2ª Edição, pp. 419–451). New York: Wiley.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis: A regression-based approach*. The Guilford Press.
- Kristof, A. M. Y. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49.
- Krumboltz, J. D. (1979). A Social Learning Theory of career decision making. In A. M. Mitchell, G. B. Jones, & J. D. Krumboltz (Eds.), *Social learning and career decision making* (pp. 19–49). Cranston: Carroll Press.
- Krumboltz, J. D., Mitchell, A. M., & Jones, G. B. (1976). A Social Learning Theory of career selection. *The Counseling Psychologist*, 6(1), 71–81. <https://doi.org/10.1177/001100007600600117>

- Lent, R. W., & Brown, S. D. (1996). Social cognitive approach to career development: An overview. *Career Development Quarterly*, 44, 310–321.
- Lent, R. W., & Brown, S. D. (2006). Integrating person and situation perspectives on work satisfaction: A social-cognitive view. *Journal of Vocational Behavior*, 69, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2006.02.006>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying Social Cognitive Theory of Career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 79–122.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social Cognitive Career Theory. In *career choice and development* (pp. 255–311).
- Lent, R. W., Hackett, G., & Brown, S. D. (1999). A social cognitive view of school-to-work transition. *The Career Development Quarterly*, 47, 297–311.
- Lent, R. W., Hackett, G., & Brown, S. D. (2004). Una perspectiva social cognitiva de la transición entre la escuela y el trabajo, 4, 1–22.
- Mitchell, L. K., & Krumboltz, J. D. (1996). Krumboltz's learning theory of career choice and counseling. In D. Brown, L. Brooks, & Associates (Eds.), *Career choice and development* (3ª Edição, pp. 233–280). San Francisco: Jossey-Bass.
- Multon, K. D., Brown, S. D., & Lent, R. W. (1991). Relation of self-efficacy beliefs to academic outcomes : A meta-analytic investigation. *Journal of Counseling Psychology*, 38(1), 30–38. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.38.1.30>
- Pfeffer, J. (1998). The human equation: Building profits by putting people first. *Forum American Bar Association*. Boston: Harvard Business School.
- Powell, G. N. (1984). Effects of job attributes and recruiting practices on applicant decisions: a comparison. *Personnel Psychology*, 37, 721–732. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1984.tb00536.x>
- Ribeiro, J. L. P. (1995). Adaptação de uma Escala de Avaliação da Auto-eficácia Geral. *Avaliação Psicológica: Formas e Contextos*, 163-176. <https://doi.org/10.13140/2.1.3971.1682>
- Roberson, Q. M., Collins, C. J., & Oreg, S. (2005). The effects of recruitment message specificity on applicant attraction to organizations. *Journal of Business and Psychology*, 19, 319–339. <https://doi.org/10.1007/s10869-004-2231-1>
- Rynes, S. L. (1989). Recruitment, job choice, and post-hire consequences: A call for new research directions. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 2, 399–444.
- Saks, A. M., Leck, J. D., & Saunders, D. M. (1995). Effects of application blanks and employment equity on applicant reactions and job pursuit intentions. *Journal of Organizational Behavior*, 16(5), 415–430. <https://doi.org/10.1002/job.4030160504>
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 437–453. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1987.tb00609.x>
- Simões, F., Meneses, A., Luís, R., & Drumonde, R. (2017). NEETs in a rural region of Southern Europe: perceived self-efficacy, perceived barriers, educational expectations, and vocational expectations. *Journal of Youth Studies*, 20(9), 1109–1126. <https://doi.org/10.1080/13676261.2017.1311403>
- Taveira, M. do C., & Ussene, C. (2010). Estudo do Carrer Exploration Survey com estudantes do ensino secundário moçambicano. *I Seminário Internacional "Contributos Da Psicologia Em Contextos Educativos,"* 1785–1799.

- Taylor, M. S., & Bergmann, T. J. (1987). Organizational recruitment activities and applicants reactions at different stages of the recruitment process. *Personnel Psychology*, 40(2), 261–285. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1987.tb00604.x>
- Thomas, K. M., & Wise, P. G. (1999). Organizational attractiveness and individual differences: Are diverse applicants attracted by different factors? *Journal of Business and Psychology*, 13(3), 375–390.
- Tom, V. R. (1971). The role of personality and organizational images in the recruiting process. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6(5), 573–592. [https://doi.org/10.1016/S0030-5073\(71\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0030-5073(71)80008-9)
- Turban, D. B., & Keon, T. L. (1993). Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 78(2), 184–193. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.2.184>
- Vieira, D. A., Caires, S., & Coimbra, J. L. (2011). Do ensino superior para o trabalho: Contributo dos estágios para inserção profissional. *Revista Brasileira de Orientacao Profissional*, 12(1), 29–36.
- Wei, Y. C., Chang, C. C., Lin, L. Y., & Liang, S. C. (2016). A fit perspective approach in linking corporate image and intention-to-apply. *Journal of Business Research*, 69(6), 2220–2225. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.033>

Anexos

Anexo A - Questionário

Introdução

No âmbito deste projeto de investigação, gostaríamos que preenchesse o questionário que se segue de acordo com as instruções apresentadas.

É muito importante que respondas a todas as perguntas. No fim, confirma que respondeste a tudo.

Cada parte do questionário tem instruções sobre como deves responder.

Isto não é um teste. Ao responderes, pedimos-te que sejas o mais honesto/a possível. O importante é a tua perspetiva, as tuas experiências, comportamentos e sentimentos. **Não existem respostas certas ou erradas.** Estamos apenas interessados na tua opinião.

As tuas respostas são **confidenciais**. Quer dizer que ninguém que tu conheças saberá a tua opinião. Por isso, não deves escrever o teu nome em qualquer uma das páginas deste questionário.

Irás ter o tempo suficiente para responderes.

Agradecemos mais uma vez o teu importante contributo neste trabalho.

Sem a tua colaboração tal não seria possível.

Obrigado!

Parte I - Experiência Profissional (EP)

1. Responde às seguintes questões acerca da tua experiência profissional.

1.1. Alguma vez respondeste a um anúncio de emprego? Sim ☐1 Não ☐2

1.2. Alguma vez foste a uma entrevista de emprego? Sim ☐1 Não ☐2

1.3. Tens alguma experiência profissional? Sim ☐1 Não ☐2

1.3.1. Se sim, quais? _____

1.4. Já realizaste algum estágio na tua área (curricular/profissional)? Sim ☐1 Não ☐2

1.4.1. Se sim, que tipo de estágios já realizaste? Profissional ☐ Curricular ☐2 Outros ☐3

1.5. Encontras-te neste momento à procura de um estágio na tua área? Sim ☐1 Não ☐2

1.5.1. Se sim, qual o teu grau de urgência em encontrar um estágio?

<i>Extremamente baixo (1)</i>	<i>Bastante baixo (2)</i>	<i>Em parte baixo (3)</i>	<i>Nem alto nem baixo (4)</i>	<i>Em parte alto (5)</i>	<i>Bastante alto (6)</i>	<i>Extremamente alto (7)</i>
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2. De seguida ser-te-á apresentada uma lista de **características que são valorizadas numa organização ou num estágio.**

- Perspetivas de carreira (possibilidade de continuidade)
- Existência de uma remuneração/ajudas de custos
- Prestígio da empresa
- Dimensão da empresa
- Responsabilidade social da empresa
- Ambiente de trabalho
- Acesso a programas de formação e de desenvolvimento
- Estabilidade e segurança no trabalho
- Tempo do estágio (3 meses/6 meses/9 meses/1 ano)
- Horário (Part-time/Full-time)
- Flexibilidade horária (em caso de ida ao médico ou necessidade de apoio à família, por exemplo)
- Localidade (distância casa-trabalho)

2.1. Selecciona, aquelas que são para ti, as **6 características que mais valorizas e tens em conta, quando procuras um estágio ou um emprego**, e coloca-as por **ordem crescente** (da mais importante, para a menos importante). **ATENÇÃO:** Caso valorizes outras características que não se encontram nesta lista, podes referi-las.

1º _____

2º _____

3º _____

4º _____

5º _____

6º _____

Parte II – Apresentação de anúncios de estágio

Irão ser agora apresentados, **três anúncios de estágio** para **três empresas** diferentes. Lê atentamente cada um deles, e **seleciona aquele com o qual te identificas mais**.

Não interrompas a leitura das descrições. De seguida, serão colocadas algumas questões onde será solicitada a tua opinião.

ESTÁGIO CURRÍCULAR OU PROFISSIONAL NA WeDo (m/f)

Descrição da WeDo

A WeDo é uma **empresa Portuguesa**, especializada em diferentes áreas de atuação **que conta apenas com 10 anos de história**.

A sua missão é prestar serviços de elevada qualidade, que correspondem às necessidades específicas de cada cliente, contribuindo assim, para um aumento da produtividade e competitividade da empresa cliente e consequentemente para o seu desenvolvimento, **sempre de forma responsável e sustentável ambientalmente**.

Conta com uma equipa **qualificada e multidisciplinar**, com a capacidade de proporcionar aos seus clientes serviços integrais e desenvolver soluções completas e adequadas a cada caso específico.

Encontramo-nos neste momento à procura de jovens com vontade de aprender, para realizarem um estágio em regime de **full-time**, com a duração de **3 meses**.

Descrição do Perfil

- Formação Superior em qualquer área;
- Boa capacidade de organização, planeamento, autonomia e proatividade;
- Gosto por trabalhar em equipa e bom relacionamento interpessoal;
- Forte sentido de responsabilidade e elevado espírito crítico;
- Domínio de Microsoft Office;
- Bons conhecimentos de Inglês (oral e escrito).

O que pode esperar:

- Ambiente profissional;
- Oportunidade de continuidade na organização;
- Horário das 9h às 18h;
- Oferecemos subsídio de transporte + subsídio de alimentação.

ESTÁGIO CURRÍCULAR OU PROFISSIONAL NA IAZ (m/f)

Descrição da IAZ

O IAZ é um grupo **internacional, sediado em Portugal**, em expansão, e especializado em diferentes áreas de atuação. **A sua posição sólida no mercado é fruto dos 100 anos de história.**

A sua missão é prestar serviços de elevada qualidade que correspondem às necessidades específicas de cada cliente, contribuindo assim, para um aumento da produtividade e competitividade da empresa cliente e consequentemente para o seu desenvolvimento, **valorizando a formação constante dos colaboradores.**

Conta com uma equipa **experiente, qualificada, motivada** e com a capacidade de proporcionar aos seus clientes serviços integrais e desenvolver soluções completas e adequadas a cada caso específico.

Encontramo-nos neste momento à procura de jovens com vontade de aprender, para realizarem um estágio não remunerado em regime de **part-time**, com a duração de **6 meses**.

Descrição do Perfil

- Formação Superior em qualquer área;
- Boa capacidade de organização, planeamento, autonomia e proatividade;
- Gosto por trabalhar em equipa e bom relacionamento interpessoal;
- Forte sentido de responsabilidade e elevado espírito crítico;
- Domínio de Microsoft Office;
- Bons conhecimentos de Inglês (oral e escrito).

O que pode esperar de nós:

- Ambiente **familiar**;
- Formação **inicial gratuita e acompanhamento individual**;
- Horário de **manhã (das 9h às 13h) ou tarde (das 14h às 18h)**;
- Oferecemos **subsídio de transporte**.

ESTÁGIO CURRÍCULAR OU PROFISSIONAL NA MindThink (m/f)

Descrição da Mindthink

A Mindthink é uma [start-up portuguesa, que se encontra há aproximadamente 1 ano no mercado, e que valoriza a multidisciplinaridade dentro da mesma.](#)

A sua missão é prestar serviços de elevada qualidade que correspondem às necessidades específicas de cada cliente, contribuindo assim, para um aumento da produtividade e competitividade da empresa cliente e consequentemente para o seu desenvolvimento, [valorizando a formação constante dos colaboradores.](#)

Conta com uma equipa [jovem e qualificada, motivada](#) e com a capacidade de proporcionar aos seus clientes serviços integrais e desenvolver soluções completas e adequadas a cada caso específico

Encontramo-nos neste momento à procura de jovens com vontade de aprender, para realizarem um estágio em regime de [full-time](#), com a duração de [6 meses](#).

Descrição do Perfil

- Formação Superior em qualquer área;
- Boa capacidade de organização, planeamento, autonomia e proatividade;
- Gosto por trabalhar em equipa e bom relacionamento interpessoal;
- Forte sentido de responsabilidade e elevado espírito crítico;
- Domínio de Microsoft Office;
- Bons conhecimentos de Inglês (oral e escrito).

O que pode esperar de nós:

- Ambiente [informal](#);
- Oportunidade de [continuidade na organização que se encontra em rápido crescimento](#);
- Integração numa [equipa criativa e multidisciplinar, onde terá a oportunidade de participar na tomada de decisões](#);
- [Flexibilidade de horário](#);
- Oferecemos [ajuda de custos + subsídio de alimentação](#).

3. Responde às seguintes questões, dando a tua opinião:

3.1. A informação que te foi dada nos anúncios apresentados foi **suficiente** para fazer um julgamento da oferta? Sim ☐1 Não ☐2

3.2. A informação que te foi dada nos anúncios apresentados foi **específica** para fazer um julgamento da oferta? Sim ☐1 Não ☐2

3.3. A informação que te foi dada nos anúncios apresentado foi **objetiva** para fazer um julgamento da oferta? Sim ☐1 Não ☐2

4. A partir das informações e da descrição que recebeste, responde agora às seguintes questões:

4.1. Se tivesses de escolher algum anúncio para te candidatares, **que anúncio escolherias?**

Anúncio A ☐1 Anúncio B ☐2 Anúncio C ☐3

4.2. Enumera as **três razões principais** que te levaram a escolher o anúncio que selecionaste.

1. _____

2. _____

3. _____

PARTE III – Intenção de Pertencer a uma Organização

5. Pensando agora no **anúncio que selecionaste**, indica agora o teu **grau de concordância** com as afirmações apresentadas utilizando a escala em baixo. (Intenção de se Candidatar a um Estágio – ICE;

Intenção de Pertencer a uma Organização – IPO; P-O Fit – POF; P-J Fit - PJF)

1	2	3	4	5	6	7
Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo um pouco	Não concordo nem discordo	Concordo um pouco	Concordo bastante	Concordo totalmente
1. Se estivesse à procura de estágio, existiria forte probabilidade de me candidatar a esta oferta.						ICE_1
2. Se estivesse à procura de estágio, candidatar-me-ia a esta oferta.						ICE_2
3. Se estivesse à procura de estágio, teria forte intenção de me candidatar a esta oferta.						ICE_3
4. Não teria o mínimo interesse em candidatar-me a esta oferta de estágio.						ICE_4
5. Esta empresa corresponde totalmente ao tipo de empresas em que gostaria de estagiar.						POF_1
6. Esta empresa satisfaria os meus interesses profissionais.						POF_2
7. As minhas capacidades não correspondem aos requisitos necessários para o bom desempenho desta função.						PJF_1
8. Esta empresa não condiz com a minha pessoa.						POF_3
9. Desenvolveria todos os esforços para ter uma entrevista de estágio para esta oferta.						IPO_1
10. Se esta empresa me chamasse para uma entrevista de estágio, eu não iria.						IPO_2

PARTE 4 – Atratividade Organizacional (AtribO)

6. Pensando **apenas na empresa descrita** no **anúncio que seleccionaste**, gostaríamos de te perguntar **em que medida achas provável**, que esta empresa providencie/ofereça aos colaboradores os seguintes atributos.

Esta empresa oferece aos seus colaboradores...

1	2	3	4	5	6	7
Muitíssimo improvável	Bastante improvável	Improvável	Nem provável nem improvável	Provável	Bastante provável	Muitíssimo provável
1. ... perspectivas de carreira.						AtribO_1
2. ... um bom ambiente de trabalho.						AtribO_2
3. ... um salário adequado às exigências da função.						AtribO_3
4. ... acesso a programas de formação e de desenvolvimento.						AtribO_4
5. ... estabilidade e segurança no trabalho profissionais dos colaboradores.						AtribO_5
6. ... oportunidade para aprender novas competências.						AtribO_6
7. ...bons benefícios extra-salariais.						AtribO_7

7. Novamente, a partir das informações e das descrições que recebeste, pensa nesta empresa enquanto **local/empresa para estagiar** e indica o teu **grau de concordância** com as afirmações apresentadas. (AtratO)

1	2	3	4	5	6	7
Muitíssimo improvável	Bastante improvável	Improvável	Nem provável nem improvável	Provável	Bastante provável	Muitíssimo provável
1. Esta empresa é muito atrativa em termos de estágio.						AtratO_1
2. Esta seria uma boa empresa para estagiar.						AtratO_2
3. Eu só estaria interessado em estagiar para esta empresa em último recurso.						AtratO_3
4. Esta empresa é atrativa enquanto local para estagiar.						AtratO_4
5. Ter um estágio nesta empresa seria muito apelativo para mim.						AtratO_5
6. Eu gostaria de estagiar nesta empresa.						AtratO_6

PARTE V – Percepção de Autoeficácia

8. Abaixo vais encontrar algumas afirmações acerca da maneira como pensas sobre ti mesmo.

(Iniciação e Persistência – IP; EPA – Eficácia Perante as Adversidades; ES – Eficácia Social

Classifica cada frase de acordo com a escala que te é apresentada.

1	2	3	4	5	6	7
Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo um pouco	Não concordo nem discordo	Concordo um pouco	Concordo bastante	Concordo totalmente
1. Quando faço planos tenho a certeza que sou capaz de realizá-los.						IP_1
2. Quando não consigo fazer uma coisa à primeira insisto e continuo a tentar até conseguir.						EPA_1
3. Tenho dificuldade em fazer novos amigos.						ES_1
4. Se uma coisa me parece muito complicada, não tento sequer realizá-la.						EPA_2
5. Quando estabeleço objetivos que são importantes para mim, raramente os consigo alcançar.						IP_2
6. Sou uma pessoa autoconfiante.						IP_3
7. Não me sinto capaz de enfrentar muitos dos problemas que se me deparam na vida.						IP_4
8. Normalmente desisto das coisas antes de as ter acabado.						EPA_3
9. Quando estou a tentar aprender alguma coisa nova, se não obtenho logo sucesso, desisto facilmente.						ES_2
10. Se encontro alguém interessante com quem tenho dificuldade em estabelecer amizade, rapidamente desisto de tentar fazer amizade com essa pessoa.						ES_3
11. Quando estou a tentar tornar-me amigo de alguém que não se mostra interessado, não desisto logo de tentar.						ES_4
12. Desisto facilmente das coisas.						EPA_4
13. As amizades que tenho foram conseguidas através da minha capacidade pessoal para fazer amigos.						ES_5
14. Sinto insegurança acerca da minha capacidade para fazer coisas.						IP_5
15. Um dos meus problemas, é que não consigo fazer as coisas como devia.						IP_6

PARTE VI – Questões Sociodemográficas

9. Para fins exclusivamente estatísticos, pedimos-te que respondas primeiramente a algumas questões de carácter individual.

9.1. Sexo: Feminino ☐1 Masculino ☐2

9.2. Idade (em anos): _____

9.3. Nacionalidade: Portuguesa ☐1 Outra ☐ Qual? _____

9.4. Etnia: Caucasiana ☐1 Negra ☐2 Outra ☐ Qual? _____

9.5. Estado civil:

Solteiro/a ☐1 Casado/a ☐2 Em união de facto ☐3 Separado/Divorciado/a ☐4 Viúvo ☐5

Numa relação estável ☐6 Numa relação instável ☐7 Sozinho(a) e desconfortável com isso ☐8

Sozinho e Confortável com isso ☐9 Outra ☐10 Qual? _____

9.6. Com quem vives atualmente? Mãe ☐1 Pai ☐2 Irmão/s ☐3 Filho/s ☐4 Cônjuge ☐5

Amigos ☐6 Sozinho ☐7 Outros ☐ Quem? _____

9.6.1. Sentes-te confortável nestas condições? Sim ☐1 Não ☐2

9.7. Escolaridade/Habilitações (concluída):

4º ano (1º ciclo) ☐1 6º ano (2º ciclo) ☐2 9º ano (3º ciclo) ☐3 12º ano ☐4 Licenciatura

☐5 Pós-Graduação ☐6 Mestrado ☐7 Doutoramento ☐8

9.8. Qual é o teu curso académico: _____

9.9. Em que faculdade te encontras? _____

Por favor, revê o questionário. Certifica-te que respondeste a todas as questões.

Muito obrigado pela tua colaboração!

Anexo B – Estatística descritiva

Caracterização da amostra

	N	%
Sexo		
Masculino	124	60,78
Feminino	80	39,22
Nacionalidade		
Portuguesa	199	97,55
Brasileira	2	0,98
Cabo-verdiana	2	0,98
Ucraniana	1	0,49
Habilitações Literárias		
4º ano (1º ciclo)	0	0
6º ano (2º ciclo)	0	0
9º ano (3º ciclo)	0	0
12º ano	30	14,70
Licenciatura	130	63,73
Pós-Graduação	5	2,45
Mestrado	39	19,12
Doutoramento	0	0
Estado Civil		
Solteiro(a)	107	52,45
Casado	2	0,98
Em união de Facto	2	0,98
Numa relação estável	79	38,73
Numa relação instável	2	0,98
Sozinho(a) e desconfortável com isso	3	1,47
Sozinho(a) e confortável com isso	9	4,41
Com quem vive		
Familiar/es	141	69,12
Amigo/s	25	12,26
Companheiro/a	13	6,37
Sozinho/a	17	8,33
Familiar/es e amigo/s	4	1,96
Familiar/es e companheiro/a	3	1,47
Companheiro/a e amigo/s	1	0,49
Sente-se confortável nestas situações		
Sim	177	86,76
Não	27	13,24
Área de Formação		
Ciências	19	9,32
Saúde	3	1,47
Tecnologias	115	56,37
Agricultura e Recursos Naturais	6	2,94
Arquitetura, Artes Plásticas e Design	7	3,43
Ciências da Educação e formação de Professores	1	0,49

A Perceção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

Direito, Ciências Sociais e Serviços	31	15,20
Economia, Gestão e Contabilidade	19	9,31
Humanidades, Secretariado e Tradução	3	1,47
Faculdade		
Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa	1	0,49
Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Tecnologia e Gestão	1	0,49
Universidade de Lisboa - Faculdade de Arquitetura	2	1
Universidade de Coimbra - Faculdade de Ciências e Tecnologia	1	0,49
Universidade Nova de Lisboa - Faculdade de Ciências Tecnológicas	92	45,77
Universidade de Coimbra - Faculdade de Economia	1	0,49
Universidade de Coimbra - Faculdade de Farmácia	1	0,49
Universidade de Lisboa - Faculdade de Medicina	1	0,49
Universidade de Lisboa - Faculdade de Psicologia	1	0,49
Universidade de Coimbra - Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação	2	1
Universidade de Lisboa - Instituto Superior de Agronomia	1	0,49
Universidade de Lisboa - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas	1	0,49
Universidade de Lisboa - Instituto Superior de Economia e Gestão	2	1
Instituto Politécnico de Lisboa - Instituto Superior de Engenharia de Lisboa	2	1
Instituto Superior Miguel Torga	1	0,49
Universidade de Lisboa - Instituto Superior Técnico	40	19,90
ISPA - Instituto Universitário de Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida	2	1
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	32	15,92
Middlesex University London	1	0,49
Universidade Católica Portuguesa de Lisboa	5	2,49
Universidade da Madeira	1	0,49
Universidade de Coimbra	1	0,49
Universidade Europeia	7	3,48
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias	2	1

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

Escolhas dos participantes relativamente aos anúncios para se candidatarem, segundo a sua área de formação.

	Anúncio A	Anúncio B	Anúncio C	Total
Ciências	2 (0,98%)	8 (3,92%)	9 (4,41%)	19 (9,31%)
Saúde	0 (0,00%)	0 (0,00%)	3 (1,47%)	3 (1,47%)
Tecnologias	28 (13,73%)	22 (10,78%)	65 (31,86%)	115 (54,37%)
Agricultura e Recursos Naturais	1 (0,49%)	0 (0,00%)	5 (2,45%)	6 (2,94%)
Arquitetura, Artes Plásticas e Design	2 (0,98%)	1 (0,49%)	4 (1,96%)	7 (3,43%)
Ciências da Educação e Formação de Professores	0 (0,00%)	1 (0,49%)	0 (0,00%)	1 (0,49%)
Direito, Ciências Sociais e Serviços	0 (0,00%)	10 (4,90%)	21 (10,29%)	31 (15,20%)
Economia, Gestão e Contabilidade	4 (1,96%)	4 (1,96%)	11 (5,39%)	19 (9,31%)
Humanidades, Secretariado e Tradução	1 (0,49%)	0 (0,00%)	2 (0,98%)	3 (1,47%)
Total	38 (18,62%)	46 (22,55%)	120 (58,82%)	204 (100%)

Escalas de atratividade organizacional e percepção de autoeficácia

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Atratividade Organizacional	204	13,00	91,00	13062,00	64,0294	12,59248
Percepção de Autoeficácia	204	35,00	105,00	16520,00	80,9804	12,33960
Valid N (listwise)	204					

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

Anexo C – Características que mais valorizadas pelos estudantes, quando procuram um estágio ou um emprego, por ordem de preferência

	1º	%	2º	%	3º	%	4º	%	5º	%	6º	%	TOTAL	%	TOTAL x 100/204 (%)*
Acesso a programas de formação e de desenvolvimento	9	4,46	11	5,50	11	5,56	10	5,21	18	9,57	21	11,9	80	6,914	39,216
Ambiente de trabalho	11	5,45	22	11,00	20	10,10	39	20,31	30	15,96	16	9,0	138	11,927	67,647
Dimensão da empresa	1	0,50	6	3,00	11	5,56	11	5,73	6	3,19	9	5,1	44	3,803	21,569
Estabilidade e segurança no trabalho	1	0,50	8	4,00	9	4,55	10	5,21	9	4,79	12	6,8	49	4,235	24,020
Existência de uma remuneração/ajudas de custos	48	23,76	42	21,00	28	14,14	14	7,29	15	7,98	8	4,5	155	13,397	75,980
Flexibilidade horária	5	2,48	9	4,50	12	6,06	15	7,81	19	10,11	23	13,0	83	7,174	40,686
Horário (Part-time/Full-time)	6	2,97	15	7,50	8	4,04	14	7,29	15	7,98	8	4,5	66	5,704	32,353
Localidade (distância casa-trabalho)	9	4,46	19	9,50	25	12,63	21	10,94	24	12,77	28	15,8	126	10,890	61,765
Perspetivas de carreira (possibilidade de continuidade)	69	34,16	26	13,00	26	13,13	18	9,38	18	9,57	8	4,5	165	14,261	80,882
Prestígio/Reputação da empresa	20	9,90	20	10,00	20	10,10	16	8,33	14	7,45	22	12,4	112	9,680	54,902
Responsabilidade social da empresa	4	1,98	1	0,50	6	3,03	3	1,56	3	1,60	9	5,1	26	2,247	12,745
Tempo do estágio (3 meses/6 meses/9 meses/1 ano)	12	5,94	15	7,50	18	9,09	19	9,90	15	7,98	11	6,2	90	7,779	44,118
Tarefas/Funções	3	1,49	1	0,50	1	0,51	0	0,00	0	0,00	1	0,6	6	0,519	2,941
Oportunidade de aprendizagem	1	0,50	3	1,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,0	4	0,346	1,961
Diversidade de experiências	0	0,00	0	0,00	1	0,51	0	0,00	0	0,00	0	0,0	1	0,086	0,490
Setor da empresa	3	1,49	1	0,50	1	0,51	1	0,52	1	0,53	0	0,0	7	0,605	3,431
Condições/Benefícios	0	0,00	0	0,00	1	0,51	0	0,00	0	0,00	0	0,0	1	0,086	0,490
Colaborações da empresa	0	0,00	1	0,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,0	1	0,086	0,490
Relação que se estabelece com o entrevistador	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	0,53	0	0,0	1	0,086	0,490
Possibilidade de autonomia	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	0,6	1	0,086	0,490
Acompanhamento	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	0,52	0	0,00	0	0,0	1	0,086	0,490
TOTAL	202	100	200	100	198	100	192	100	188	100	177	100	1157	100	

* Valor encontrado para perceber a percentagem de estudantes que escolheram determinado atributo, sem terem em conta a ordem de preferência

Anexo D – Razões pelas quais os estudantes escolheram o anúncio A/B/C, por ordem de preferência

Anúncio A	1ª	%	2ª	%	3ª	%	TOTAL	%
Dimensão (Empresa Portuguesa)	0	0,00	1	3,33	0	0,00	1	1,09
Antiguidade e história (10 anos)	4	11,43	1	3,33	1	3,70	6	6,52
Aspetos valorizados (Responsabilidade social e ambiental)	0	0,00	1	3,33	1	3,70	2	2,17
Equipa (Qualificada e multidisciplinar)	0	0,00	3	10,00	1	3,70	4	4,35
Horário fixo (Full-time das 9h às 18h)	4	11,43	3	10,00	4	14,81	11	11,96
Duração (3 meses)	5	14,29	8	26,67	2	7,41	15	16,30
Ambiente (Profissional)	0	0,00	1	3,33	1	3,70	2	2,17
Perspetivas de continuidade	9	25,71	8	26,67	3	11,11	20	21,74
Ofertas (Subsídio de transporte + Alimentação)	9	25,71	1	3,33	12	44,44	22	23,91
Prestação de serviços a clientes	1	2,86	0	0,00	0	0,00	1	1,09
Empresa em crescimento	0	0,00	1	3,33	0	0,00	1	1,09
Estabilidade da empresa	1	2,86	1	3,33	0	0,00	2	2,17
Margem de progressão	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Oportunidade de aprender	2	5,71	1	3,33	2	7,41	5	5,43
	35	100	30	100	27	100	92	100

Anúncio B	1ª	%	2ª	%	3ª	%	TOTAL	%
Dimensão (Grupo internacional, sediado em Portugal)	3	6,82	2	4,65	0	0	5	4,00
Antiguidade (100 anos)	2	4,55	3	6,98	4	10,5	9	7,20
Aspetos valorizados (Formação dos colaboradores)	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00
Equipa (Experiente, qualificada e multidisciplinar)	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00
Horário flexível (Part-time)	13	29,55	13	30,2	6	15,8	32	25,60
Duração (6 meses)	3	6,82	1	2,33	1	2,63	5	4,00
Ambiente (Familiar)	6	13,64	6	14	7	18,4	19	15,20
Formação Gratuita e acompanhamento ind.	10	22,73	10	23,3	9	23,7	29	23,20
Ofertas (Subsídio de transporte)	2	4,55	6	14	4	10,5	12	9,60
Empresa sólida no mercado	2	4,55	1	2,33	2	5,26	5	4,00
Especializado em diversas áreas de atuação	0	0,00	1	2,33	0	0	1	0,80
Prestígio da empresa	3	6,82	0	0	0	0	3	2,40
Posicionamento da empresa	0	0,00	0	0	4	10,5	4	3,20
Perfil da empresa	0	0,00	0	0	1	2,63	1	0,80
	44	100	43	100	38	100	125	100

A Perceção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

Anúncio C	1ª	%	2ª	%	3ª	%	TOTAL	%
Dimensão (Start-up portuguesa)	6	5,17	2	1,80	2	2,06	10	3,09
Antiguidade (1 ano)	3	2,59	0	0,00	3	3,09	6	1,85
Aspetos valorizados (Formação dos colaboradores)	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Equipa (Jovem, qualificada e motivada)/(criativa e multidisciplinar)	7	6,03	10	9,01	10	10,31	27	8,33
Horário (Full-time)	3	2,59	4	3,60	3	3,09	10	3,09
Duração (6 meses)	7	6,03	7	6,31	3	3,09	17	5,25
Ambiente (informal)	15	12,93	10	9,01	13	13,40	38	11,73
Perspetivas de continuidade (sim)	33	28,45	11	9,91	11	11,34	55	16,98
Ofertas (ajudas de custos + subsídio de alimentação)	21	18,10	24	21,62	17	17,53	62	19,14
Tomada de decisão	1	0,86	9	8,11	7	7,22	17	5,25
Flexibilidade de Horário	11	9,48	17	15,32	17	17,53	45	13,89
Rápido crescimento (sim)	5	4,31	12	10,81	8	8,25	25	7,72
Missão (prestar serviços de elevada qualidade)	1	0,86	0	0,00	0	0,00	1	0,31
Margem de progressão (aprendizagem e desenvolvimento)	2	1,72	3	2,70	1	1,03	6	1,85
Abrangência nas atividades	0	0,00	1	0,90	0	0,00	1	0,31
Projeto mais exigente e aliciante	1	0,86	0	0,00	1	1,03	2	0,62
Posicionamento da empresa	0	0,00	1	0,90	0	0,00	1	0,31
Criatividade	0	0,00	0	0,00	1	1,03	1	0,31
	116	100	111	100	97	100	324	100

Anexo E – Regressão Linear

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAttrOrg.c.x. TPerAut.c, TAttrOrg.c, TPerAut.c ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,752 ^a	,566	,560	6,51088

a. Predictors: (Constant), TAttrOrg.c.x.TPerAut.c, TAttrOrg.c, TPerAut.c

b. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11068,385	3	3689,462	87,033	,000 ^b
	Residual	8478,301	200	42,392		
	Total	19546,686	203			

a. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

b. Predictors: (Constant), TAttrOrg.c.x.TPerAut.c, TAttrOrg.c, TPerAut.c

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	46,131	,461		100,016	,000	45,222	47,041			
	TAttrOrg.c	,572	,037	,734	15,516	,000	,499	,644	,747	,739	,723
	TPerAut.c	,070	,038	,089	1,855	,065	-,004	,145	,204	,130	,086
	TAttrOrg.c.x.TPerAut.c	,000	,003	-,002	-,052	,958	-,006	,006	,021	-,004	-,002

a. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	TAttrOrg.c	TPerAut.c	TAttrOrg.c.x.TPerAut.c
1	1	1,224	1,000	,14	,07	,29	,29
	2	1,121	1,045	,20	,40	,14	,13
	3	,924	1,151	,52	,27	,13	,13
	4	,731	1,294	,14	,27	,45	,45

a. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

Análise de Pressupostos

a) Inexistência de Multicolinearidade

Tendo em conta que a tolerância regista um valor mínimo de 0,950, e um valor máximo de 0,972 e que o VIF apresenta, consequentemente, valores inferiores a 5 (sendo o seu valor máximo de 1,052), podemos afirmar que não existem problemas de multicolinearidade.

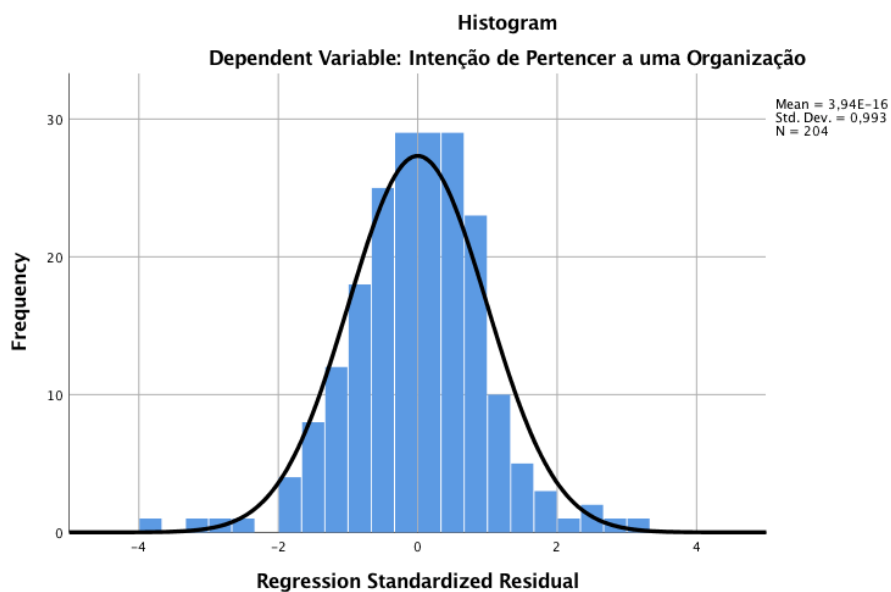
b) Variáveis aleatórias residuais com valor esperado nulo

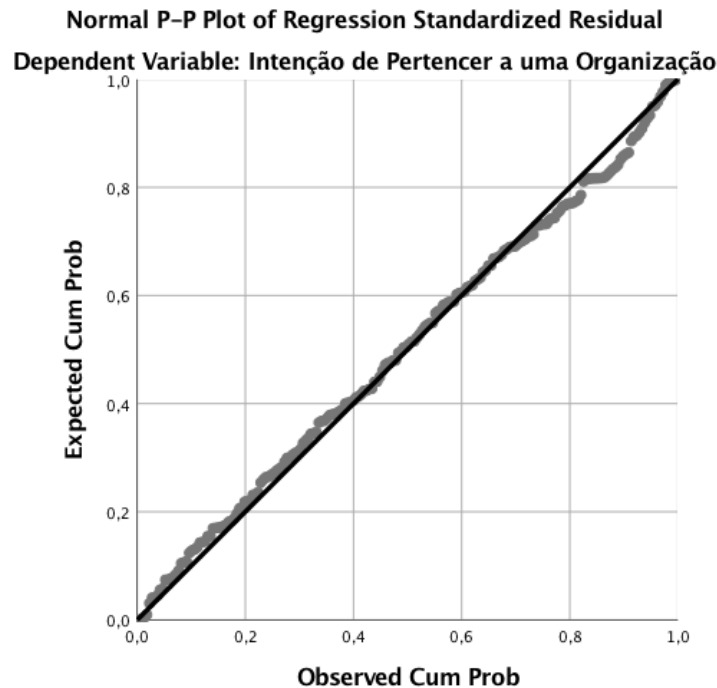
Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16,6474	62,2146	46,1275	7,38404	204
Residual	-24,12867	20,72122	,00000	6,46259	204
Std. Predicted Value	-3,992	2,179	,000	1,000	204
Std. Residual	-3,706	3,183	,000	,993	204

a. Dependent Variable: Intenção de Pertencer a uma Organização

Através da interpretação das variáveis aleatórias residuais, verificamos que a média dos resíduos é aproximadamente 0, de onde se poderá então concluir que as mesmas possuem um valor esperado nulo.

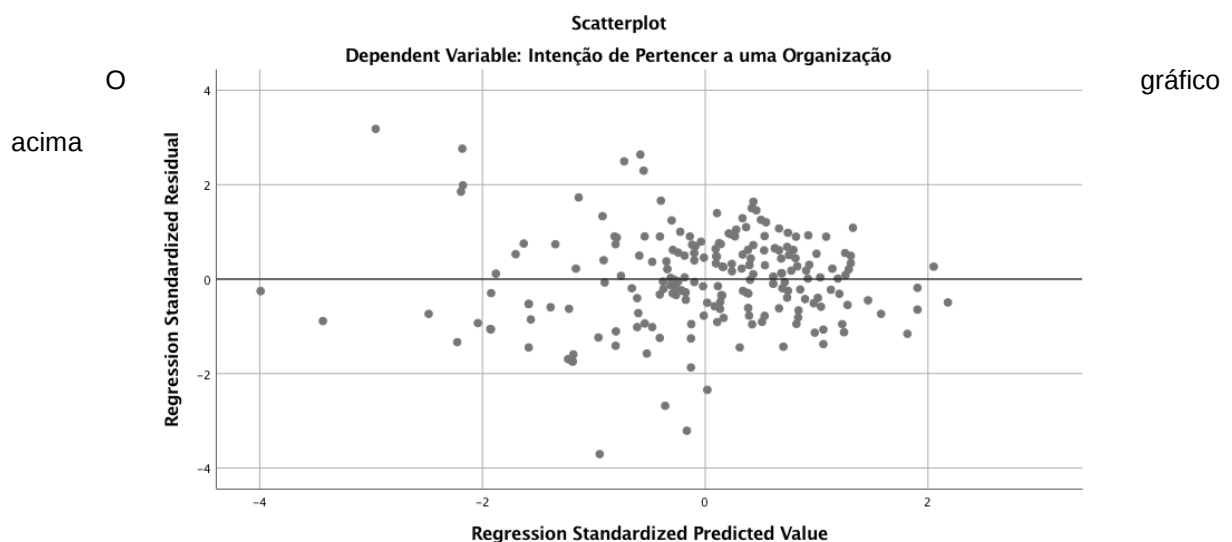
c) Normalidade dos Erros





Na análise gráfica da normalidade, mais precisamente através do histograma, podemos verificar que a distribuição dos resíduos apresenta uma aderência acentuada à distribuição normal. O gráfico P-P Plot apresenta alguns dos pontos afastados da reta. Estes resultados podem dever-se à pouca expressão que o modelo revela.

c) Homogeneidade da Variância dos Erros



apresentado mostra que a distribuição dos resíduos é aleatória em torno de 0, o que significa que os pontos apresentam variabilidade em torno da reta resíduos, ou seja, não é visível heterocedasticidade.

Anexo F - Moderação com moderadora quantitativa via PROCESS

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.16.3 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com

Model = 1

Y = TIntPerO

X = TAtrOrg

M = TPerAut

Sample size

204

Outcome: TIntPerO

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,752	,566	42,392	87,033	3,000	200,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	46,131	,461	100,016	,000	45,222	47,041
TPerAut	,070	,038	1,855	,065	-,004	,145
TAtrOrg	,572	,037	15,516	,000	,499	,644
int_1	,000	,003	-,052	,958	-,006	,006

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

Product terms key:

int_1 TAttrOrg X TPerAut

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,000	,003	1,000	200,000	,958

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

TPerAut	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-12,340	,574	,053	10,749	,000	,468	,679
,000	,572	,037	15,516	,000	,499	,644
12,340	,570	,049	11,519	,000	,472	,667

Values for quantitative moderators are the mean and plus/minus one SD from mean.

Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

Data for visualizing conditional effect of X on Y

Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

DATA LIST FREE/TAttrOrg TPerAut TIntPerOrg.

BEGIN DATA.

-12,592	-12,340	38,039
,000	-12,340	45,262

A Percepção de Autoeficácia na Escolha de um Local de Estágio Mediante a Atratividade Organizacional para desenvolvimento de carreira: um estudo com estudantes universitários

12,592	-12,340	52,484
-12,592	,000	38,932
,000	,000	46,131
12,592	,000	53,330
-12,592	12,340	39,825
,000	12,340	47,001
12,592	12,340	54,176

END DATA.

GRAPH/SCATTERPLOT=TAttrOrg WITH TIntPerOrg BY TPerAut.

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:

TAttrOrg TPerAut

----- END MATRIX -----