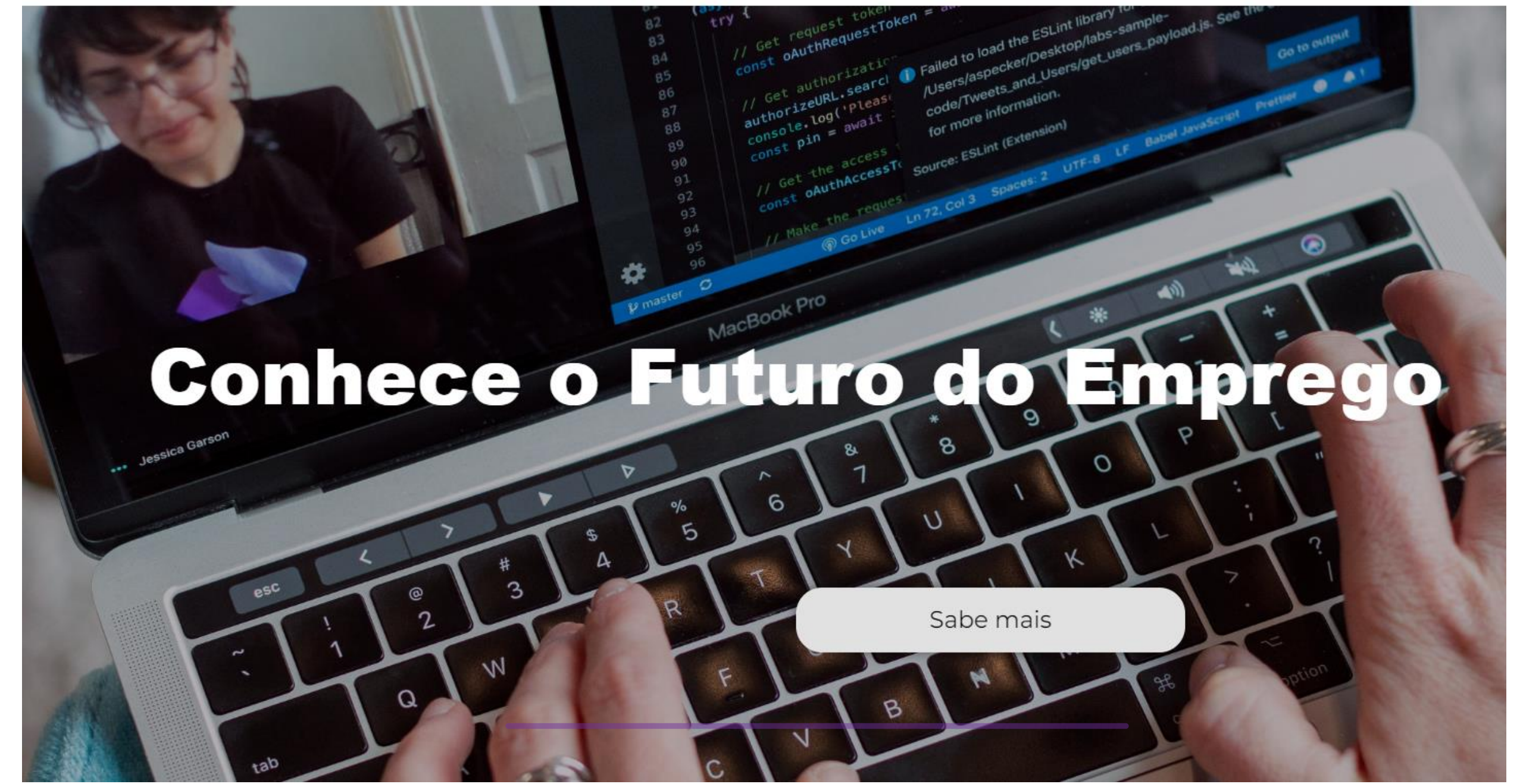


# Competências para o Futuro do Emprego

## Avaliar Competências Transversais através de Mini-Entrevistas Múltiplas

Plataforma Digital: [c-futuro.org](http://c-futuro.org)

PROJETO EQUIPA NOTÍCIAS RESULTADOS RECURSOS CONTACTOS



### Objectivos

O projeto S4F – Competências de Futuro? O Valor e a Eficácia de um Ensino Superior Baseado em Competências (PTDC/CED-EDG/29726/2017) promoveu a criação de uma plataforma multidisciplinar de investigadores com quatro grandes objetivos:

- criar um quadro conceptual de identificação e interpretação das necessidades de competências transversais associadas à transformação do emprego jovem e qualificado;
- testar e desenvolver ferramentas analíticas e experimentais capazes de estimar os níveis dessas mesmas competências junto deste público-alvo e comparar esses estimados com medidas aproximadas, comumente utilizadas, dessas competências;
- estimar o valor destas competências em termos de resultados de empregabilidade e de carreira (salários e natureza do ajustamento entre emprego e qualificações);
- avaliar e discutir em que medida a organização do sistema de ensino superior promove a acumulação deste tipo de competências e as implicações da transição para um modelo de organização baseado em competências.

### Equipa

A equipa do projeto reúne investigadores integrados e colaboradores de várias instituições (UA – Universidade de Aveiro, UM – Universidade do Minho, UP – Universidade do Porto, UPRT – Universidade Portucalense, UL – Universidade Lusófona) e vários centros de investigação.

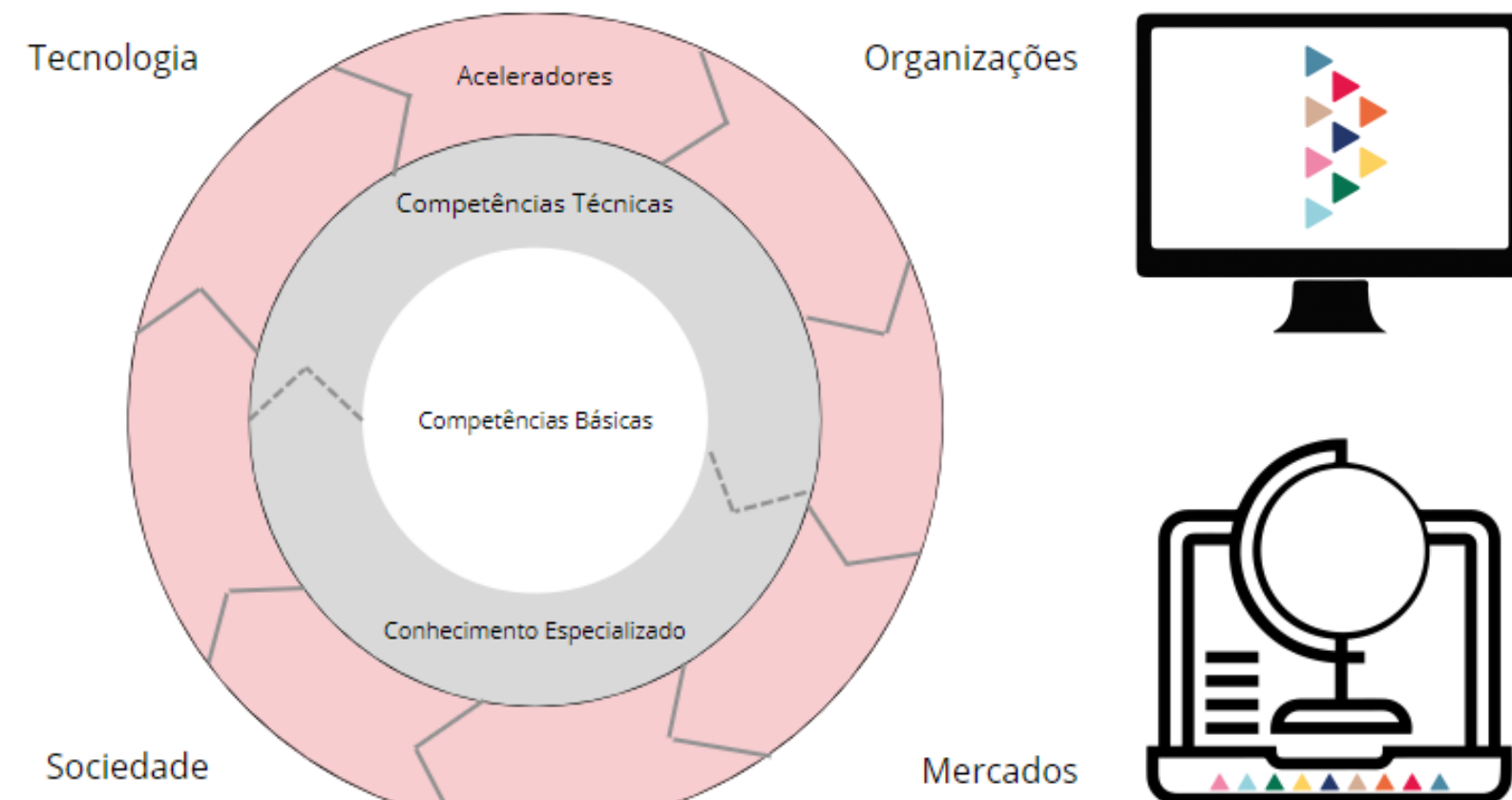
**Coordenação:** Hugo Figueiredo (UA, CIPES), Maria João Pires da Rosa (UA, CIPES), Sandra Santos (UM, CIPES, EPsi), Manuel João Costa (UM, ICVCS).

**Investigadores:** Alberto Amaral (UP, CIPES), Ana Beatriz Rocha (UA, CIPES), Anabela Carneiro (UP, FEP, CEF-UP), Carla Freire (UM, EEG), Carla Sá (UM, EEG, NIPE, CIPES), Cristina Sin (UL, CeiED), Inês Moreira (UM, ICVCS), Iris Barbosa (UM, EEG), João Cerejeira (UM, EEG, NIPE), José Verónico (UP, FEP, CEF-UP), Margarida Lucas (UA, CIDTFF), Marlene Amorim (UA, GOVCOOP), Marta Ferreira Dias (UA, GOVCOOP), Rui Amaral Mendes (Case Western Reserve University), Sónia Cardoso (UL, CeiED).

**Investigadores Convidados:** Ana Dias (UA, GOVCOOP), Ana Raquel Xambre (UA, GOVCOOP), Ricardo Biscaia (UP, CIPES), Teresa Carvalho (UA, CIPES), Sílvia Monteiro (UM), Sofia Brückmann (UA)

### Quadro Conceptual

As mudanças na procura de emprego qualificado e as tendências para o futuro próximo são promovidas por mudanças a quatro grandes níveis: o progresso tecnológico, as consequências ao nível dos modelos de organização de empresas e outras organizações, as mudanças nos ambientes de mercado e mudanças sociais mais amplas como as associadas ao envelhecimento e à digitalização progressiva da vida social. Estas mudanças implicam mudanças na procura de competências.



**Competências Digitais:** Acesso a informação digital e compreensão do conteúdo, comunicação e colaboração em ambientes digitais, criação de conteúdos digitais, implementação de medidas de segurança digital e resolução de problemas com recurso às tecnologias.

**Literacia e Comunicação:** Descodificação, compreensão, criação e comunicação de informações ou opiniões nas modalidades oral e escrita de forma a atingir objetivos específicos e usufruir de diferentes oportunidades de aprendizagem.

### Competências Básicas: as novas literacias

**Competências STEM:** Compreensão de princípios científicos, tecnológicos e matemáticos e a sua utilização para a análise crítica da informação disponível e o levantamento de hipóteses com vista à resolução de problemas práticos complexos.

**Línguas e culturas:** Aprendizagem de novas línguas e comunicação nas modalidades oral e escrita (conversa, compreensão do que é lido e escrito, escrita) em mais do que uma língua fundamentais para a formação ao longo da vida.



Ao digitalizar, aproximar, automatizar e substituir a dimensão de rotina, a tecnologia complementa as qualificações técnicas e promove a necessidade de novas literacias. Promove a própria dimensão humana e social. As novas competências básicas atuam, de forma transversal, como facilitadoras do processo de aprendizagem de novos especializações técnicas e de forma complementar com capacidades de raciocínio (verbal, numérico, abstrato, mecânico, espacial). Mas promove também a procura por um conjunto de outras competências transversais, de natureza cognitiva, social, intrapessoal e de interação com contextos organizacionais e de mercado que atuam como autênticos **aceleradores** dos processos de aprendizagem.

### Aceleradores

- Resolver Problemas:** Processo de identificação, descoberta ou criação de estratégias para lidar com um problema que implica a análise da situação-problema, da informação disponível e das alternativas de resposta para uma tomada de decisão.
- Gerar novidades:** Criação de novos produtos, novas ideias ou abordagens.
- Recetividade à Mudança:** Recetividade aos outros e a novas informações, ideias e experiências.
- Aprender a aprender:** Capacidade para gerir as próprias experiências de aprendizagem e de progressão na carreira através da implementação de um plano de ação e da gestão do tempo e da informação disponível.
- Demonstrar uma atitude profissional:** Uma atitude profissional implica a demonstração de autonomia no contexto de trabalho, bem como capacidade de iniciativa e de resiliência.
- Trabalhar em equipa:** Trabalho com outras pessoas com vista a atingir um objetivo comum, onde cada elemento do grupo assume papéis e funções distintas.
- Comunicar eficazmente:** Capacidade para receber e transmitir informação de forma eficaz, considerando diferentes perspetivas, reconhecendo o impacto do significado da mensagem e adaptando o meio e a forma de comunicar ao contexto e ao público-alvo.
- Liderar:** Capacidade de influenciar os outros e os persuadir a atingir determinadas metas.
- Demonstrar orientação para o mercado:** Compreensão do cliente, da organização e do contexto de negócio ou área de trabalho mais alargados.

### Estações de Medição

**Estação 1 – Dirigente da Associação**  
Imagine que se apresenta ao diretor de uma associação de estudantes da universidade que quer que a associação se torne mais ativa e envolvida e apresente a direção da universidade um desenvolvimento de uma estratégia de ação no campus para o ano académico seguinte. Apresente o plano de ação.

- Elabore um plano de ação para cada objetivo com um impacto visível durante o mandato da direção.
- Refira as prioridades, os recursos humanos e materiais que mobilizará.
- Identifique potenciais obstáculos e proponha formas de os superar.
- Explique como poderá verificar se o seu plano de ação estará a ser bem sucedido.



**Estação 2 – Um Futuro Promissor**

Imagine que trabalha recentemente no seu mercado. Envie o seu currículo para uma empresa de recrutamento e de consultoria para entrevistas para avaliar os seus interesses profissionais e analisar potenciais empregadores. Nesta entrevista deverá indicar qual é a empresa que gostaria de ir e por que razão consideraria ser a melhor opção para si. Deve referir-se à forma como esse emprego vai ao encontro dos seus valores pessoais e profissionais e a longo prazo, assim como a forma como planaria atingir esses objetivos e desenvolver a sua carreira profissional. Encontre-se no seu currículo a empresa de recrutamento que não o recrutou.

**Estação 3 – Apresentação Surpreendente**  
Imagine que terá de substituir um colega que, que trabalha no departamento comercial de uma empresa financeira e se vai demitir. Você vai apresentar a apresentação de um novo produto. O seu objetivo será convencer o diretor comercial da empresa, a partir de um cenário que se cria a partir de uma situação real, a apresentação de um novo produto. Você terá de convencer o diretor comercial da empresa para aceitar o novo produto com mais de 60 dias a partir de agora. Apresente o seu produto. O diretor comercial vai avaliar a sua apresentação.

Encontre-se no primeiro dispositivo o produto em comercialização e nos seguintes os produtos a serem apresentados. Cada imagem inclui o nome do produto e o seu preço. Cada imagem inclui o nome do produto e o seu preço. Cada imagem inclui o nome do produto e o seu preço.

**Estação 4 – Entrevista de Sonho**  
A agência de recrutamento, para a qual envia o seu currículo, acabou de receber o seu currículo e encontrou uma potencial empresa de topo no seu área de formação que poderá ser interessante para si. Você vai realizar uma entrevista através da videoconferência. O seu objetivo será convencer o diretor comercial da empresa, a partir de um cenário que se cria a partir de uma situação real, a apresentação de um novo produto. Você terá de convencer o diretor comercial da empresa para aceitar o novo produto com mais de 60 dias a partir de agora. Apresente o seu produto. O diretor comercial vai avaliar a sua apresentação.

**Estação 5 – Só falta uma**  
Vai realizar uma reunião com dois outros participantes. Cada participante receberá, de seguida, pelo "chat" ou "voz", uma lista com um conjunto de 25 figuras. Três das imagens são para avaliar a qualidade da forma redonda da cabeça, a partir da cabeça e do corpo da figura em si. Para avaliar a qualidade da forma redonda da cabeça, a partir da cabeça e do corpo da figura em si. Para avaliar a qualidade da forma redonda da cabeça, a partir da cabeça e do corpo da figura em si.

**Estação 6 – Cultura é Negócio**  
Uma empresa multinacional de uma zona urbana pretende criar um novo produto cultural para espaços e equipamentos de recreação de Coimbra. Trata-se de um serviço destinado a crianças com 6 a 12 anos, com a duração máxima de 30 minutos. O objetivo do projeto é criar uma experiência positiva e gerar o máximo lucro possível, sem ser deturpado de lado ao objetivo de recreação cultural.

Imagine que faz parte de uma equipa de trabalho e cultura da empresa, deve criar uma proposta de projeto e apresentá-la ao diretor comercial da empresa. O seu objetivo será convencer o diretor comercial da empresa, a partir de um cenário que se cria a partir de uma situação real, a apresentação de um novo produto. Você terá de convencer o diretor comercial da empresa para aceitar o novo produto com mais de 60 dias a partir de agora. Apresente o seu produto. O diretor comercial vai avaliar a sua apresentação.

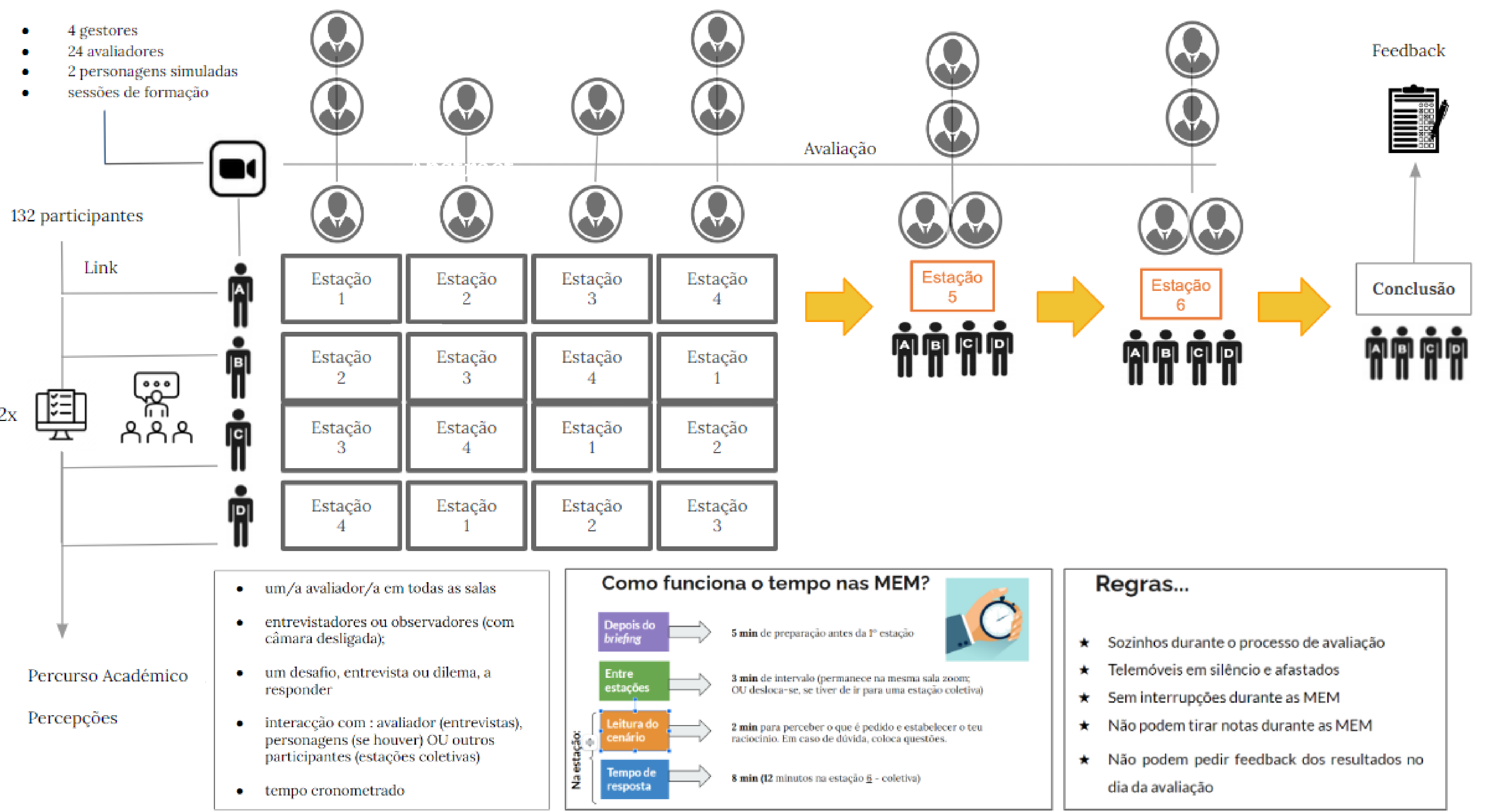
A capacidade de influenciar os outros e os persuadir a atingir determinadas metas.

A capacidade de compreender o cliente, da organização e do contexto de negócio ou área de trabalho mais alargados.

### Trabalho de Campo: Mini-Entrevistas Múltiplas Digitais

Devido à pandemia COVID-19, o projeto readaptou as MEM para um formato digital para possibilitar a sua implementação. O trabalho de campo envolveu:

- pedido de parecer às comissões de ética da UA, UM, UP
- criação, seleção e adaptação de seis estações de avaliação
- preparação de material de divulgação e recrutamento
- sessões de recrutamento junto de 15 diretores de cursos de mestrado das 3 universidades
- preparação e formação dos avaliadores (24)
- criação de plataforma informática de gestão de contactos com participante avaliadores do estudo
- definição e implementação de políticas de privacidade de dados pessoais
- recolha de dados dos participantes para estudo de validade
- desenvolvimento e aplicação de questionário avaliação de percepções
- 39 sessões de avaliação (132 participantes)
- criação de repositório de vídeos e sessões de avaliação assíncrona dos participantes.
- envio de relatórios personalizados de avaliação de competências transversais a todos os participantes.

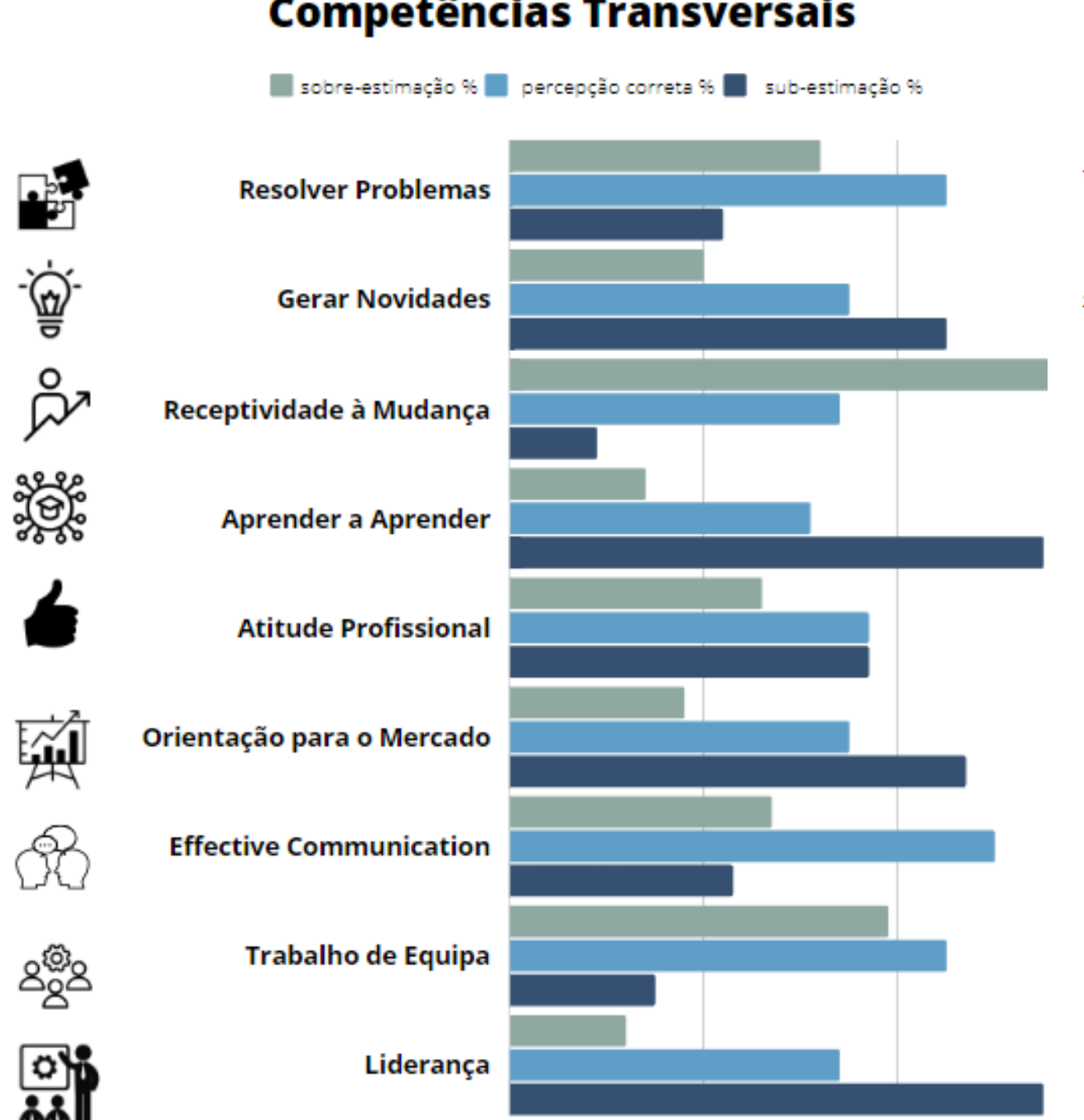


### Competências Detalhadas

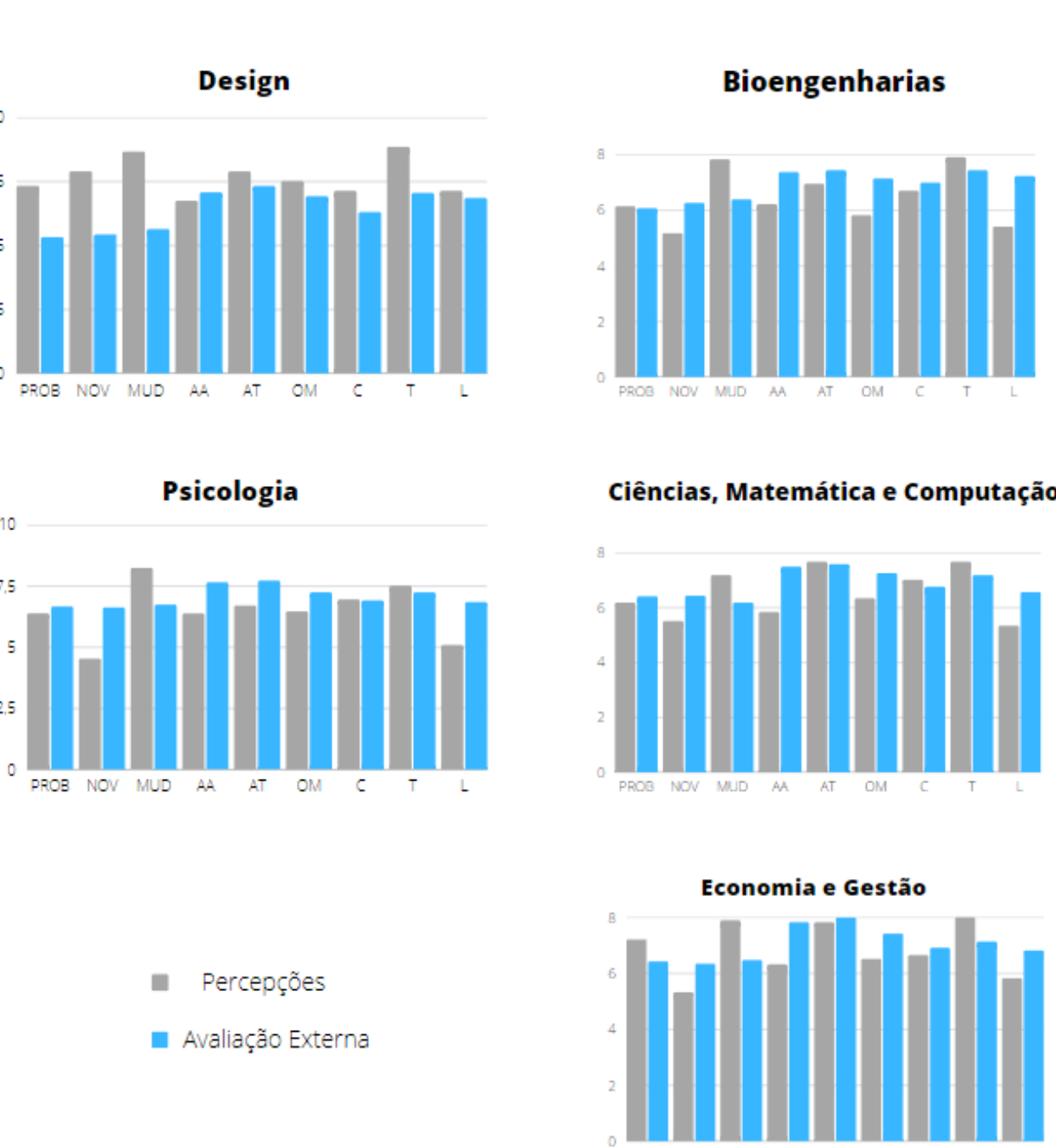
Competência	Descrição das Competências	Estações				
		1	2	3	4	5
<b>Inovação de problemas</b>	Processo pelo qual alguém tenta identificar, desenvolver ou inventar algo novo e adaptativo para lidar com problemas da vida cotidiana (Pratt & Chubb, 1991). Envolve a geração e a avaliação de ideias e a implementação de uma ideia (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Cognição</b>	Capacidade de pensar e agir de forma criativa, original e inovadora. Envolve a geração e a avaliação de ideias e a implementação de uma ideia (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Recetividade à diferença e à mudança</b>	Capacidade de lidar com a mudança e a diversidade. Envolve a capacidade de lidar com a mudança e a diversidade (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Aprender a aprender</b>	Capacidade de aprender a aprender. Envolve a capacidade de aprender a aprender (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Atitude profissional</b>	Capacidade de demonstrar uma atitude profissional. Envolve a capacidade de demonstrar uma atitude profissional (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Trabalhar em equipa</b>	Capacidade de trabalhar em equipa. Envolve a capacidade de trabalhar em equipa (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Comunicar eficazmente</b>	Capacidade de comunicar eficazmente. Envolve a capacidade de comunicar eficazmente (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Liderar</b>	Capacidade de liderar. Envolve a capacidade de liderar (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5
<b>Demonstrar orientação para o mercado</b>	Capacidade de demonstrar orientação para o mercado. Envolve a capacidade de demonstrar orientação para o mercado (Chubb & Pratt, 2001).	1	2	3	4	5

### Resultados Parciais

#### Desajustamento entre Percepções e Medições de Competências Transversais



#### Área de Ensino



#### Género



Os resultados sugerem que as competências transversais são sujeitas a desvios entre a percepção dos estudantes e a avaliação que foi feita externamente. A capacidade de adaptabilidade foi sobreavaliada por parte dos participantes. O contrário é verdade relativamente às capacidades de liderança, orientação para o mercado, aprender a aprender e gerar novidade. A capacidade de comunicação parece ser auto-avaliada sem grandes desvios.

A avaliação externa sugere também resultados similares para homens e mulheres no perfil médio de competências. Os scores mais baixos referem-se às competências de resolução de problemas, geração de novidade e adaptação à mudança. Os resultados mais positivos são os relativos à capacidade de aprendizagem e demonstração de uma atitude profissional. Do ponto de vista de auto-avaliação, as mulheres reportam percepção de competências mais elevadas ao nível da adaptabilidade e capacidade de trabalhar em equipa.

Os resultados indicam diferenças ao nível das áreas de estudo. Os estudantes de Design reportam percepções mais elevadas mas com diferenças significativas entre esse nível percebido e a avaliação externa ao nível da resolução de problemas, gerar novidades e recetividade à mudança. Os estudantes de Economia e Gestão são melhor avaliados – externamente – nas competências de capacidade de aprendizagem, demonstração de atitude profissional e orientação para o mercado. Os estudantes de Psicologia foram melhor avaliados na capacidade de resolução de problemas, geração de novidade e adaptabilidade. Os estudantes de engenharia demonstraram maiores capacidades de comunicação, trabalho em equipa e liderança.