

Universidades Lusíada

Pinto, Alda Daniela Castro Costa

A influência da personalidade no engagement e retenção dos colaboradores na geração Millennials

<http://hdl.handle.net/11067/4727>

Metadados

Data de Publicação	2018
Resumo	<p>Hoje em dia é importante perceber de que forma é que o colaboradores se sentem mais engaged com a organização, perceber o que faz com que um colaborador se interesse pela organização. Uma empresa que possua trabalhadores satisfeitos conseguirá atingir objetivos a longo prazo, pois um colaborador engaged consegue fazer um melhor uso dos recursos, cometerá menos erros, conseguirá prestar um melhor serviço e assim possibilitar um crescimento das vendas. Surgiu há alguns anos uma nova geração no mer...</p> <p>Nowadays it's important to realize how employees feel more engaged with the organization, to understand what makes a collaborator interested in the organization. A company that has satisfied employees will be able to achieve long-term goals, because a engaged employee is able to make better use of resources, make fewer mistakes, manage better service and thus increase sales. A new generation in the labor market, which has been called millennials, emerged a few years ago, this generation has revo...</p>
Palavras Chave	Mercado de Trabalho, Avaliação da Personalidade
Tipo	masterThesis
Revisão de Pares	no
Coleções	[ULF-FCEE] Dissertações

Esta página foi gerada automaticamente em 2025-05-17T09:38:14Z com informação proveniente do Repositório



Universidade Lusíada -Norte
Campus Vila Nova de Famalicão

**A Influência da Personalidade no *Engagement* e Retenção dos
Colaboradores na geração *Millennials***

Alda Daniela Castro Costa Pinto

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre

Orientadora: Professora Elizabeth Real de Oliveira

Vila Nova de Famalicão
2018

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais por todo o apoio e paciência durante todo o meu percurso acadêmico e por nunca me deixarem desistir.

Ao meu irmão e à minha madrinha por todas as palavras de apoio e entusiasmo.

Tenho que agradecer à minha orientadora, Professora Doutora Elizabeth Real de Oliveira por todo o tempo disponibilizado.

À Professora Érika Laranjeira por todo o apoio e disponibilidade.

Aos meus amigos pelo apoio e palavras de conforto e incentivo.

Resumo

Hoje em dia é importante perceber de que forma é que os colaboradores se sentem mais *engaged* com a organização, perceber o que faz com que um colaborador se interesse pela organização. Uma empresa que possua trabalhadores satisfeitos conseguirá atingir objetivos a longo prazo, pois um colaborador *engaged* consegue fazer um melhor uso dos recursos, cometerá menos erros, conseguirá prestar um melhor serviço e assim possibilitar um crescimento das vendas. Surgiu há alguns anos uma nova geração no mercado de trabalho à qual se deu o nome de *millennials*, esta geração veio revolucionar o mercado de trabalho, visto que os seus membros têm diferentes formas de pensar e agir. Estes mudam facilmente de emprego, são mais intolerantes, têm falta de concentração, falta de envolvimento e falta de socialização.

O principal objetivo deste estudo passa por tentar perceber se há influencia dos diferentes tipos de personalidade no *engagement* e na retenção, e perceber, ainda, se há influencia do *engagement* na retenção.

A população deste estudo é constituída por 248 inquiridos. Para obtenção dos dados optou-se pela distribuição de um questionário recorrendo às redes sociais para a sua distribuição.

Os resultados obtidos indicam que os diferentes tipos de personalidade estão positivamente relacionados com o *engagement*, à excepção do neuroticismo que está por sua vez negativamente relacionado. No que diz respeito à retenção, os resultados obtidos ditam que apenas o neuroticismo está positivamente relacionados, todos os outros tipos de personalidade estão negativamente relacionados. Tendo em conta os resultados obtidos é correto dizer que o *engagement* está negativamente relacionado à retenção.

Palavras-chave: Engagement; Retenção; Personalidade; *Millennials*.

Abstrat

Nowadays it's important to realize how employees feel more engaged with the organization, to understand what makes a collaborator interested in the organization. A company that has satisfied employees will be able to achieve long-term goals, because a engaged employee is able to make better use of resources, make fewer mistakes, manage better service and thus increase sales. A new generation in the labor market, which has been called millennials, emerged a few years ago, this generation has revolutionized the labor market, since its members have different ways of thinking and acting. They easily change jobs, are more intolerant, lack concentration, lack of involvement and lack of socialization.

The main objective of this study is to try to understand if there is influence of the different types of personality in the engagement and the retention, and to perceive, still, if there is influence of the engagement in the retention.

The population of this study is made up of 248 respondents. To obtain the data, a questionnaire was distributed using social networks for distribution.

The results indicate that the different types of personality are positively related to engagement, with the exception of neuroticism which is in turn negatively associated. With regard to retention, the results obtained dictate that only neuroticism is positively related; all other personality types are negatively associated. Taking into account the results obtained it is correct to say that engagement is negatively associated with retention.

Keywords: Engagement; Retention; Personality; Millennials.

Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	v
Abstrat.....	vii
Índice.....	ix
Índice de Gráficos.....	x
Índice de Tabelas.....	xii
1. Introdução.....	1
1.1. Problema e Questões de Investigação.....	5
1.2. Estrutura da Dissertação.....	5
2. Revisão de Literatura.....	7
2.1. <i>Engagement</i>	9
2.2. Antecedentes e Consequências do <i>Engagement</i>	11
2.3. <i>Millennials</i>	15
2.4. Personalidade.....	16
2.5. Personalidade e <i>Engagement</i>	18
2.6. Retenção.....	19
3. Metodologia.....	23
3.1. Modelo Conceptual e Hipóteses de investigação.....	25
3.2. Procedimentos e Intrumentos de Recolha de Dados.....	26
4. Análise de dados e Discussão de Resultados.....	31
4.1. Descrição da Amostra Sociodemografica.....	33
4.2. Análise Factorial	40
4.2.1. KMO e Esfericidade de Bartlett.....	41
4.2.2. Análise de Fiabilidade das variáveis	42
4.3. Regressão Linear Simples.....	43
5. Conclusão.....	49
5.1. Principais Conclusões	50
5.2. Limitações e Futuras Investigações	51
Referências Bibliográficas.....	53
Anexos.....	59
Anexo A- Questionário.....	59

Índice de gráficos:

Gráfico 1: Género.....	24
Gráfico 2: Estado Civil.....	35
Gráfico 3: Situação Familiar.....	36
Gráfico 4: Situação Familiar.....	36
Gráfico 5: Habilitações Literárias	36
Gráfico 6: Residência dos inquiridos.....	37
Gráfico 7: Rendimento.....	38

Índice de Tabelas:

Tabela 1: Características dos 5P's.....	17
Tabela 2: Modelo Conceptual.....	25
Tabela 3: Idade	34
Tabela 4: Síntese dos Dados Sociodemográficos	38
Tabela 5: KMO e Bartlett's Test.....	41
Tabela 6: Alpha de Cronbach.....	42
Tabela 7: Resultados da Hipótese 1.....	43
Tabela 8: Resultados da Hipótese 2.....	44
Tabela 9: Resultados da Hipótese 3.....	45
Tabela 10: Matriz de Correlação entre as variáveis	46

Capítulo 1. Introdução

1. Introdução

Na atualidade, estamos perante um mercado cada vez mais competitivo. O que torna importante as empresas desenvolverem práticas que as diferenciem das restantes e as posicionem como sendo um empregador de excelência. Acredita-se que as pessoas contribuem significativamente para que uma organização se torne competitiva. Sendo, por isso, um dos principais objetivos dos departamentos de Recursos Humanos atrair, reter e desenvolver os colaboradores percebendo de que forma estes se sentem mais *engaged**.

É importante que os colaboradores se sintam *engaged*, pois são estes os mais empenhados e os que trabalham com mais afinco, se sentem mais satisfeitos, entusiasmados e orgulhosos e, assim, trabalham em prol do sucesso da organização, pois encaram-no como o seu próprio sucesso. Colaboradores *engaged* são eficazes, proativos e energéticos no trabalho e sentem-se capazes de lidar com qualquer desafio proposto (Shaufeli, et. Al., 2002).

Está presente no mercado de trabalho uma geração considerada diferente, aquela geração que surgiu com o avanço tecnológico e como tal veio revolucionar o mercado de trabalho, a essa geração deu-se o nome de *millennials*. É nesta geração que o presente estudo se irá centrar.

Esta geração é aquela que muda várias vezes de emprego, que vai em busca dos seus interesses, daí ser importante perceber o que os faz ficar e o que os faz sentir bem na organização de forma a retê-los o maior tempo possível. Os *millennials* sentem necessidade de crescer, dizem que o fator mais influente no seu trabalho é a oportunidade de crescimento pessoal (Nickell, 2014). Uma das principais características dos *millennials* é a comunicação, é a chave para melhorar a atitude, a compreensão e a direção dos *millennials*. Outra característica que os pode levar ao *engagement** é a flexibilidade na tomada de decisões, quando estes têm o poder de tomar as suas próprias decisões e são apoiados pelos seus superiores, eles conseguem ser muito mais inovadores.

Eles gostam de se sentir importantes para a organização e isso requer um relacionamento e comunicação com os líderes da organização.

Estes esperam constantemente o *feedback* do seu trabalho, seja este bom ou mau, para que possam permanecer motivados e assim se desenvolverem.

Em suma, o objetivo geral deste estudo é perceber se a personalidade influencia o facto de os colaboradores, neste caso, os *millennials*, estarem mais ou menos *engaged* com a organização.

Durante este trabalho de investigação é dado algum destaque a um termo designado de *Burnout*, visto que o *engagement* surge depois como sendo o seu oposto. É importante

que se estabeleça os dois lados opostos de bem-estar no trabalho, tendo em conta que o *burnout* é considerado o extremo negativo e o *engagement* o oposto positivo do bem-estar no local de trabalho. O *burnout* é considerado um problema com grande relevância quer a nível individual quer a organizacional pois tem um impacto negativo no desempenho profissional. Em Portugal, o fenómeno do *burnout* é frequentemente associado à expressão “esgotamento” (Pinto & Chambel, 2008). Por outro lado o *engagement* é definido como um estado de mente positivo e satisfatório relacionado com o trabalho (Schaufeli et al., 2002).

Toda a investigação efetuada para a realização deste trabalho centrar-se-à não só nesta geração que veio revolucionar o mercado de trabalho, como também no *engagement*, na personalidade e na retenção de talentos. Todos estes temas serão definidos e aprofundados nos seguintes capítulos.

*A tradução de *Engaged* e *Engagement* para o português não é evidente daí optar-se por manter o termo em inglês, contudo pode ser considerado como um estado de espírito positivo e de realização relativamente ao trabalho

1.1. Problema e Questões de Investigação

Com este estudo pretende-se responder ao seguinte problema de investigação:

- Qual a influência da personalidade no *engagement* e na retenção?
- Qual a influencia do engagement na retenção?

1.2. Estrutura da dissertação

Este trabalho é constituído por 6 capítulos. No primeiro capítulo está presente uma introdução ao trabalho, onde será apresentado o domínio da dissertação, os problemas e as questões de investigação.

O segundo capítulo, é a chamada revisão de literatura onde são abordados os temas e os objetivos expondo as teorias e os estudos que foram feitos anteriormente.

Em seguida, o terceiro capítulo, apresenta-se um capítulo designado de metodologia, onde estão descritos os métodos a abordar.

No quarto capítulo serão apresentados e analisados os resultados.

No quinto capítulo os resultados serão comparados com os estudos anteriormente publicados.

Finalmente, no capítulo sexto capítulo, o da conclusão, onde são descritas as conclusões extraídas ao longo de todo o trabalho de investigação.

Capítulo 2. Revisão de Literatura

2. Revisão de Literatura

Este capítulo apresenta a revisão de literatura do contributo dos principais autores no estudo das variáveis em análise nesta dissertação.

Durante todo este capítulo irão ser abordados vários temas, tais como o *engagement*, a personalidade, a retenção e irá ser dado algum destaque, ainda, à geração *millennial*. Esta geração tem suscitado o interesse dos investigadores devido aos seus comportamentos e atitudes. É importante tentar perceber estes comportamentos, pois esta geração é a que está a entrar no mercado de trabalho. É interessante perceber se a personalidade destes influencia o seu comportamento no trabalho, se os faz ficar *engaged*, e se até mesmo a sua personalidade os faz ficar na organização, ou se os leva a sair com mais frequência.

2.1. Engagement

Para Schaufeli, Martínez, Pinto, Salanova e Bakker (2002) o *engagement* é um estado da mente positivo, relacionado com o trabalho que se caracteriza pelo vigor, dedicação e absorção. Os investigadores definem o vigor como sendo um aumento de energia, força mental, a vontade de investir no seu trabalho, a persistência em situações de dificuldade. A dedicação refere-se ao envolvimento no seu trabalho, é quando um indivíduo se orgulha da sua pessoa no trabalho, percebe que o seu trabalho é significativo e sente-se entusiasmado por isso. A absorção é caracterizada pelo envolvimento no trabalho, causa no indivíduo uma sensação de que o tempo passa com rapidez causando assim uma maior dificuldade em se separar do seu trabalho.

Para Harter *et. al.*, (2002), o *engagement* pode ser definido como o envolvimento e a satisfação do indivíduo, bem como o entusiasmo pelo trabalho.

É importante salientar que um colaborador *engaged* é diferente de um *Workaholic*. Um colaborador *engaged* trabalha muitas horas, mas não é obcecado, pois essa é uma característica dos *workaholics* (Schaufeli et al. 2001). Os colaboradores *engaged* não negligenciam a sua vida social fora do trabalho, pois despendem parte do seu tempo para a socialização.

É de esperar que quando um trabalhador está comprometido com a organização faça um melhor uso dos recursos, que cometa menos erros e assim consiga prestar um melhor atendimento aos clientes e consequentemente provocar um aumento nas vendas. Este tipo de colaboradores acham-se capazes de lidar com as exigências do trabalho, são ativos e tomam iniciativa no trabalho, tentam olhar para novas mudanças, quando estes não se sentem desafiados preferem mudar de trabalho.

A International Survey Research (2003) (citado por Andrew e Sofian, 2012) considera o *engagement* como uma prática que permite à empresa reforçar o compromisso e a contribuição dos seus recursos humanos de forma a alcançar maiores resultados. Para a International Survey Research o *engagement* dos funcionários consiste num conjunto de valências, são elas a dedicação cognitiva, comportamental e afetiva dos funcionários à empresa. A International Survey Research defende, ainda, que a organização ao ter funcionários altamente *engaged* proporciona a aquisição de clientes fiéis e posteriormente o cliente tornar-se-à igualmente *engaged* o que irá causar mais compras de produtos ou serviços, o que fará o cliente ficar por mais tempo aumentando, assim a rentabilidade da empresa. Kahn (1990) descobriu que são necessários três condições psicológicas para atingir o *engagement* nos colaboradores:

- Significância- corresponde à sensação da rentabilidade do investimento pessoal no desempenho das suas tarefas, isto é, os funcionários cedem valor e importância ao trabalho que desempenham e em troca recebem o *feed-back* desse valor e a importância que têm para a organização. O trabalho é considerado desafiante;
- Segurança- exprime a necessidade dos colaboradores em confiar no seu ambiente de trabalho cognitiva, emocional e comportamental, bem como de entender o que deles é esperado. O local de trabalho é seguro e confiável;
- Disponibilidade- evidencia a necessidade de possuir os recursos físicos, emocionais e psicológicos essenciais para desempenhar as suas tarefas.

Podemos então afirmar que os colaboradores têm uma maior tendência para se sentirem *engaged* em locais de trabalho onde se sintam mais seguros e importantes (Glieb, 2000). Quando os recursos no trabalho são bem geridos podem atuar como motivadores do *engagement* no trabalho, como consequência disso obtêm-se colaboradores com atitudes mais positivas em relação ao seu trabalho, manifestando uma boa saúde mental e um melhor desempenho do que os restantes. Os colaboradores *engaged* são ativos, têm iniciativa no trabalho e criam o seu próprio *feed-back* positivo. Concluiu-se também que o *engagement* não incide apenas num indivíduo, mas sim que poderia contagiar outros colaboradores., conduzindo assim ao *engagement* coletivo (Schaufeli, Taris e Van Rhenen, 2003).

Para Schaufeli e Salanova (2007) o *engagement* pode ser descrito como um construto multidimensional definido como uma satisfação na atividade profissional.

O *engagement* no trabalho tem uma relação positiva com os resultados organizacionais, mais concretamente o compromisso organizacional e a redução de intenção de sair da

organização (Hakanen, Bakker e Schaufeli, 2006; Bakker e Demerouti, 2007), podemos por isso dizer que um colaborador que esteja *engaged* tem uma maior probabilidade de querer ficar na organização do que um colaborador que não esteja tão comprometido. De igual forma, um colaborador mais comprometido tem um maior compromisso organizacional.

Segundo Bakker e Leiter (2010), os colaboradores que estejam mais *engaged* são aqueles que dizem estar mais satisfeitos com o seu trabalho, são os que apresentam uma melhor saúde mental e conseqüentemente são os que funcionam melhor na organização.

Para Mujtaba e Shuaib (2010), é muito importante a valorização das boas performances, pois quando os gestores se esquecem de elogiar o trabalho realizado pelos colaboradores, estes podem não ter vontade de voltar a repetir os feitos não estando assim comprometidos com a organização.

Estudos concluíram que o *engagement* é composto por três subtipos, são eles (Fredericks *et al.*, 2004; Jimerson, Campos e Greif, 2003):

- Comportamental- esforço, participação;
- Cognitivo- investimento em aprendizagem, metas de aprendizagem;
- Afetivo- atitudes positivas sobre aprendizagem, espírito de pertença, interesse.

2.2. Antecedentes e conseqüências do *engagement*

✓ Antecedentes:

- Qualidade e quantidade dos recursos disponíveis (Demerouti *et al.*, 2001);
- Apoio social dos colegas (Demerouti *et al.*, 2001);
- Autonomia no trabalho (Demerouti *et al.*, 2001);
- Relação com a chefia e com as práticas de recurso humanos (Demerouti *et al.*, 2001);
- Avaliação de desempenho e *Feed-back* (Demerouti *et al.*, 2001);
- Variedade de tarefas (Demerouti *et al.*, 2001);
- Auto-eficácia (Bakker *et al.*, 2008);
- Otimismo e autoestima (Bakker *et al.*, 2008);
- Valorização do trabalho (Mujtaba e Shuaib, 2010).

✓ Conseqüências:

-A nível individual:

- Atitudes positivas relativas ao trabalho (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Saúde mental dos colaboradores (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Emoções positivas (Schaufeli e Salanova; 2007)

- Aumenta a aquisição de certos recursos do trabalho e pessoais (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Autoeficácia (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Maior identificação do indivíduo com o seu trabalho (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Aumenta a motivação (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Bom desempenho (Schaufeli e Salanova; 2007)
- Estimula a aprendizagem (Schaufeli e Salanova; 2007)

-A nível organizacional:

- baixo absentismo (Bakker *et al.* 2007)
- elevada qualidade de desempenho (Bakker *et al.* 2007)
- baixa rotatividade (Bakker *et al.* 2007)
- satisfação e lealdade do cliente (Harter, Schmidt e Hayes, 2002)
- produtividade e baixo turnover (Harter, Schmidt e Hayes, 2002)
- falta de desejo de mudar de emprego (Bakker *et al.* 2007)
- desempenho de excelência (Bakker *et al.* 2007)

Para Bakker (2017), o *engagement* no trabalho pode ser definido como um estado de mente positivo e satisfatório.

Em suma, o *engagement* é caracterizado pelos altos níveis de energia e forte identificação com o seu trabalho.

O envolvimento do colaborador com o seu trabalho é um fator chave para o sucesso da organização e para que esta mantenha a sua vantagem competitiva (Saks e Gruman, 2014).

É importante referir que não podemos confundir o *engagement* com os diferentes construtos referidos habitualmente pela psicologia organizacional, como por exemplo, a satisfação no trabalho, o comprometimento organizacional e o envolvimento com o trabalho. A satisfação no trabalho pode ser definida como o resultado da avaliação que cada colaborador faz relativamente ao grau de realização das suas necessidades, preferências e expectativas profissionais. O comprometimento organizacional, por sua vez, é o grau de presença e compromisso do colaborador para com a organização a que pertence. Já o envolvimento com o trabalho é, dos três, o construto que mais se aproxima do *engagement*, o que o difere do *engagement* é o facto de não conter as dimensões de energia e eficácia. Podemos afirmar, então, que o *engagement* tem uma perspetiva mais completa sobre a relação do colaborador com o trabalho. (Maslach *et al.*, 2001)

Antes do aparecimento do *engagement* era apenas o *burnout* que suscitava o interesse dos investigadores, sendo estes dois termos antagónicos é importante perceber o que os diferencia. De uma forma muito geral, podemos definir o *burnout* como sendo um estado de exaustão emocional, perda de interesse, empenho e dedicação dos colaboradores. Para Freudenberger (1974) o *burnout* é manifestado por colaboradores que denotam uma redução de desempenho no trabalho nos quais são notórios os sintomas de desilusão, exaustão emocional e física, esgotamento, perda de interesse que vêm acompanhados de atitudes negativas e desfavoráveis.

No que toca à saúde dos funcionários, para Brotheridge e Grandey (2002) o *burnout* é potencialmente uma das consequências mais prejudiciais do trabalho emocional. Para estes autores, o *burnout* é composto por três dimensões, são elas: exaustão emocional; cinismo e falta de realização pessoal. Estes definem exaustão emocional como sendo quando os funcionários se sentem emocionalmente esgotados; cinismo ou despersonalização é quando o funcionário perde o interesse e tem atitudes negativas em relação a outras pessoas no seu trabalho, não vê o trabalho como significativo; por fim a falta de realização pessoal é quando o colaborador apresenta uma avaliação negativa de si mesmo e uma redução da produtividade profissional.

Para Schaufeli e Enzemann (1998), a síndrome de *burnout* é um estado persistente, negativo que é essencialmente caracterizado pelo esgotamento, pela angústia, pela reduzida sensação de eficácia, pela baixa motivação e pelo desenvolvimento disfuncional de atitudes de comportamentos no trabalho.

Os autores Maslach e Schaufeli (1993) dizem que o *burnout* afeta pessoas altamente motivadas e dedicadas, é possível observar nos profissionais afetados uma queda no seu desempenho profissional o que influencia a qualidade dos serviços prestados.

Segundo Maslach e Leiter (1997), o *burnout* ocorre quando o vigor, dedicação e absorção se degradam e se transformam em exaustão, cinismo e ineficácia, respetivamente.

Na atualidade o *engagement* e o *burnout* são vistos como formas diferentes de bem-estar no local de trabalho.

Segundo Nelson e Cooper (2005), a introdução de *engagement* como oposto positivo de *burnout* indicou uma transição de negativo para positivo na psicologia.

Podemos começar por afirmar que o *engagement* e o *burnout* são conceitos negativamente associados, podem estes construtos promover o desempenho de um colaborador no seu trabalho. Durante toda a pesquisa foi-me possível concluir, por consenso de todos os autores,

que o *burnout* é uma síndrome relacionada ao trabalho que pode afetar negativamente o colaborador.

Maslach 1997 e Leiter 2008, defendem que a relação do colaborador com o seu trabalho está entre a experiência negativa de *burnout* e a oposição, o *engagement*. Estes investigadores indicam três dimensões interrelacionadas: exaustão-energia, cinismo-envolvimento e ineficácia-eficácia. Defendem, ainda que o extremo negativo inclui a exaustão, o cinismo e a perda de eficácia profissional (características da síndrome de *burnout*) e o extremo positivo engloba a energia, o envolvimento e a eficácia (características do *engagement*).

2.3. *Millennials*

A chegada da geração Y a postos de liderança nas empresas apresenta um novo desafio, pois os responsáveis pela gestão dos jovens executivos não sabem muito bem como lidar com eles. O resultado é a alta rotatividade dos novos talentos. Essa geração domina as tecnologias da informação como nenhuma das outras anteriores. Trata-se de uma geração que percebe tudo como sendo passageiro, não dando importância a longos períodos de aprendizagem. Seu estilo hands-on, ou seja, “colocar a mão na massa”, os possibilita realizar as tarefas, porém, tendem a não ter paciência e/ou disciplina para discutir a melhor maneira de chegar ao objetivo esperado (Feiertag e Berge, 2008).

Geração Y conhecida como os *millennials* (1980-1990) conhecem as tecnologias da informação em profundidade e geralmente possuem formação acadêmica de alto nível. Apreciam desafios e o fato de serem ouvidos na tomada de decisões. Gostam de mudanças e têm um forte senso de ética no trabalho. Tendo uma educação de alto nível, a Geração Y é autoconfiante e otimista em relação ao futuro. Também conhecidos como geração dot.com, geração why, geração milênio, geração 2001 e geração net, os membros da Geração Y são especialistas em redes sociais, gostam de mudanças e possuem forte senso ético no trabalho, espírito empreendedor e sentido de responsabilidade, além de abrir caminho para uma sociedade mais tolerante e aberta. Tendo uma educação de maior nível do que as gerações anteriores, os membros da geração Y são autoconfiantes e otimistas em relação ao futuro, valorizam o desenvolvimento de habilidades e são bem-sucedidos em mentoring e coaching. Assim, eles trabalham em grupo para atingir seus objetivos (Jorgensen, 2003). São impacientes, estão mais voltados para os resultados do que para os processos. E ainda, os membros desta geração tendem a viver com os pais por períodos mais longos do que gerações anteriores.

2.4. Personalidade

Segundo Larsen e Buss (2005), a personalidade é considerada um conjunto de traços e procedimentos psicológicos presentes numa pessoa que influenciam as suas relações e adaptações a determinados meios, são eles o social, físico e intrapsíquico. Os traços representam as características que descrevem cada pessoa, pois são diferentes umas das outras.

A personalidade é um aspecto-chave das relações interpessoais, há indivíduos que são mais motivados ou mais capazes de criar e manter relacionamentos pois possuem algumas características particulares de personalidade. (Costa e McCrae, 1992; Larsen e Buss, 2005)

Para McCrae e Jonh (1992) a estrutura mais amplamente aceite no estudo do conceito de Personalidade é a concepção dos cinco grandes. Esta concepção descreve a personalidade humana em termos de grandes dimensões, cada uma reunindo uma variedade de traços psicológicos. Este modelo é um dos mais utilizados por ser mais abrangente e preciso. As cinco grandes dimensões da personalidade humana são:

- Abertura à Experiência- Este factor caracteriza-se por um interesse individual na experiência numa ampla variedade de áreas. Engloba traços como flexibilidade de pensamento, fantasia e imaginação, interesses culturais, versatilidade e curiosidade. Indivíduos fechados, prezam os valores tradicionais, preferem o conhecido e a rotina.
- Consciência- Indivíduos conscienciosos são geralmente bem organizados, seguros e eficientes (Barrick e Mount, 1991; Goldberg, 1992; Saucier, 1994) tem presentes em si características de efetividade, tais como ajudar os outros no trabalho (Organ, 1988, citado por Liao *et al.*, 2013; Podsakoff *et al.*, 2000). Em oposição, funcionários com um baixo nível de conscienciosidade são de uma forma geral desorganizados, descuidados e ineficientes, pode-se dizer que não exercem um esforço deliberado para se relacionarem com os seus colegas e com o próprio trabalho (Kahn 1990; Kahn 1992, citado por Liao *et al.*, 2013).
- Extroversão- Indivíduos com alto nível de extroversão tendem a ser mais energéticos, assertivos e sociáveis (Barrick & Mount, 1991; Goldberg, 1992). Os funcionários mais extrovertidos são, de uma forma geral, aqueles que se sentem mais confortáveis para trabalhar em equipa (Ashton *et al.*, 2002, citado por Liao *et al.* 2013; Goldberg, 1992). Por outro lado, funcionários introvertidos, sendo geralmente tímidos, preferem trabalhar sozinhos (Ickes, Snyder e Garcia, 1997). A Extroversão corresponde ao nível de sociabilidade de um indivíduo. Um indivíduo extrovertido é

mais ativo, mais otimista, é mais afetuoso. Por outro lado, os introvertidos são sérios e inibidos e evitam a companhia de outras pessoas.

- **Amabilidade-** Este factor permite distinguir as pessoas que têm mais facilidade de se relacionar com os outros e os que não. Indivíduos com altos níveis de amabilidade têm tendência a serem socialmente agradáveis, dóceis, generosos e leais. Enquanto que aqueles que apresentam baixos níveis de amabilidade são mais preocupados com seus próprios interesses e desconfiam facilmente das outras pessoas, são egocêntricos e manipuladores.
- **Neuroticismo-** Para Goldberg (1992) os indivíduos com elevado nível de neuroticismo são geralmente temperamentais, tensos, invejosos e inseguros. Já os indivíduos com baixo nível de neuroticismo tendem a ser mais relaxados e apresentam um temperamento mais estável, têm mais capacidade de ajustar o seu temperamento face a situações distintas. Possivelmente, os colaboradores com baixos níveis de neurocitismo, ou seja, que têm uma maior estabilidade emocional, assumem papéis centrais nos grupos de trabalho, sendo vistos pelos seus colegas como pessoas de confiança no ambiente de trabalho. (Klein *et al.* 2004)

Tabela 1- Características dos 5 P's

Fatores	Abertura à experiência	Consciência	Extroversão	Amabilidade	Neuroticismo
Características	Curiosidade Sensibilidade Mente ampla Ações	Organização Persistência Confiabilidade Deliberação	Assertividade Sociabilidade Ambição	Cooperação Simpatia Confiança Sensibilidade	Ansiedade Hostilidade Insegurança Depressão Impulsividade

Fonte: Elaboração Própria

2.5. Personalidade e *Engagement*

Indivíduos com diferentes traços de personalidade em situações semelhantes podem avaliar e reagir de diferentes modos.

Segundo Judge e Ilies (2002), os traços de personalidade podem ser preditores do *engagement*, para estes investigadores, o neuroticismo, a consciência e a extroversão, possuem maior relevância no que toca à motivação e resultados obtidos por parte do colaborador.

Kim *et al.* (2009) envolveram o *engagement* com os traços de personalidade “big five” e afirmaram que apenas a consciência estava positivamente relacionada com o *engagement* e o neuroticismo estava negativamente associado. Não encontraram relação com o neuroticismo nem com a extroversão.

Estudos efetuados demonstram que a consciência tem a maior e mais consistente correlação com o *engagement*, seguido de extroversão, neuroticismo, abertura à experiência e amabilidade respetivamente.

Os colaboradores mais *engaged* são aqueles que estão receptíveis a novas oportunidades, promovendo um melhor desempenho, posto isto, podemos dizer que a abertura à experiência está relacionado com o *engagement*.

A abertura à experiência pode estar positivamente relacionada com o *engagement* tendo em conta que os colaboradores estão abertos a novas experiências permitindo assim um maior desenvolvimento. A amabilidade pode também estar positivamente relacionada com o *engagement* visto que estes se mostram cuidadosos, cooperativos e simpáticos. (Schaufeli, 2016)

Posto isto podemos afirmar que a personalidade influencia o *engagement* a longo prazo.

2.6. Retenção

São necessários profissionais capazes de conduzirem as empresas em cenário de mudanças rápidas e contínuas, que sejam capazes de acompanhar as inovações tecnológicas, a globalização da economia e o aumento da competitividade.

Os profissionais nascidos e criados nos meios das novas tecnologias são considerados a chave do sucesso empresarial da atualidade, são aqueles que estão habituados à rapidez de processamento das informações e à multiplicidade de possibilidades, são aqueles que têm o talento necessário para alcançar soluções diferenciadas (Lombardía *et al.*, 2008).

Atualmente é um enorme desafio para as empresas atrair, desenvolver e reter talentos. Segundo Chiavenato (2014) a tarefa de manter e reter talentos numa organização envolve uma série de fatores, tais como, os estilos de gestão, as relações entre os funcionários, políticas empresariais, programas de desenvolvimento de carreiras, saúde e segurança no trabalho, comprometimento nas atividades, entre outros fatores que vão para além, exclusivamente, da remuneração. Salienta, ainda, que a motivação e a satisfação dos colaboradores são os requisitos chave para manter profissionais qualificados, *engaged* e competentes dentro de uma organização.

As empresas têm agora um desafio que não é a atração dos *Millennials*, mas sim a sua retenção. Esta geração do momento tem uma necessidade constante de mudança, exigem desafios permanentes. Eles não gostam de monotonias.

É extremamente importante que por parte da organização seja construído, contínua e constantemente, um clima organizacional agradável e atraente para que os colaboradores se sintam bem e satisfeitos não só com aquilo que fazem como também com o que recebem em troca. (Chiavenato, 2014)

Vão crescendo as estratégias das organizações de forma a conseguirem reter os seus talentos. Essas estratégias baseiam-se em:

- Gestão de carreiras: Há duas partes principais envolvidas, são elas a empresa e o colaborador. A relação entre ambos os papéis permite que a preparação e a oportunidade caminhem juntas para alcançarem resultados significantes com o desenrolar do tempo. Segundo França (2013), o conceito de carreira é definido como estágios e transições que possibilitam a construção de uma sequência de experiências que causam impacto sobre o indivíduo, e com essas experiências o mesmo constrói uma série de aprendizagens para atuar no mercado. Por outro lado, pela óptica da empresa, a carreira reúne procedimentos e políticas organizacionais, que assim como as pessoas, recebe também influências do ambiente interno e externo

referente a tendências informações. Essa união de papéis permite que haja uma relação de dinâmica entre os colaboradores e a empresa.

- Remuneração: Segundo Marras (2011), a remuneração pode ser definida como uma recompensa pelo trabalho exercido, sendo composta pelo salário somado com outras variáveis, tais como: horas extras, horas noturnas, comissões, gratificações, entre outras. A remuneração pode fazer parte de um processo estratégico da empresa. A remuneração estratégica é um modelo de compensação ligado a uma certa forma de avanço em que os colaboradores recebem um aumento quando contribuem para o sucesso da organização. Segundo Wood Jr e Picarelli Filho (2014), as organizações consideradas inteligentes têm como práticas de estratégia e desenvolvimento a remuneração como recompensa. Este tipo de recompensa é aplicada quando o indivíduo aplica as suas competências e o seu talento contribuindo para o progresso da empresa. Tem, ainda, como objetivo fazer com que os colaboradores se sintam recompensados e motivados para exercerem as suas funções com mais eficiência e eficácia.

- Qualidade de vida no trabalho: É necessário o equilíbrio do trabalho com a vida pessoal para que haja qualidade de vida no trabalho e assim manter a saúde física e mental do indivíduo para um bom clima organizacional. A melhoria contínua da qualidade de vida no trabalho é benéfica quer para o colaborador quer para a organização, que ao proporcionar essas boas condições, consegue o comprometimento do colaborador e ainda consegue atingir as taxas de lucro, produtividade e crescimento da empresa quando percebem que as pessoas são o ativo mais estratégico que a empresa possui.

- Avaliação e Feedback: Conforme Bohlander e Snell (2015), a avaliação tem como objetivo avaliar o desempenho do colaborador para evidenciar quais as melhorias que são necessárias, dispondo da capacidade de influenciar o seu comportamento. Por outro lado, o feedback, permite que sejam feitas avaliações acerca do desempenho do colaborador. Assim, permite uma troca de ideias entre a empresa e os colaboradores. É importante salientar que posteriormente à avaliação e feedback, há o processo de reanálise, que tem como objetivo criar planos de ação para otimização do desempenho da empresa – o que irá caracterizar-se num ciclo: avaliação – feedback – reanálise – planos de ação. A avaliação também pode ajudar na estratégia da organização em situações de mudanças ou crises, permitindo averiguar a produtividade de cada colaborador, de modo a perceber se o perfil está de acordo com os objetivos e necessidades da empresa naquele momento para uma melhor gestão. Para o colaborador é importante o processo de avaliação de forma a obter algum retorno dos supervisores, “mesmo o feedback negativo é melhor do que nenhum” (Bohlander; Snell, 2015, p. 309), pelo menos os colaboradores sentem-se importantes. Além disso, a comunicação entre

as hierarquias pode ser melhorada, assim como a identificação dos pontos fortes e fracos dos colaboradores, determinando quais os trabalhos organizacionais que são necessários para o desenvolvimento de cada um. Em relação a questões administrativas, a avaliação de desempenho também facilita a tomada de decisão entre retenções e demissões.

Estas práticas fazem com que o colaborador se sinta motivado, satisfeito e comprometido e tenha vontade de permanecer no ambiente organizacional, contribuindo assim para o desenvolvimento da empresa e na conquista dos objetivos definidos pela organização.

Capítulo 3- Metodología

3. Metodologia

Neste capítulo está apresentado o modelo conceptual, a metodologia que foi utilizada no trabalho de investigação, as hipóteses de investigação, as técnicas de recolha de dados e a seleção da amostra.

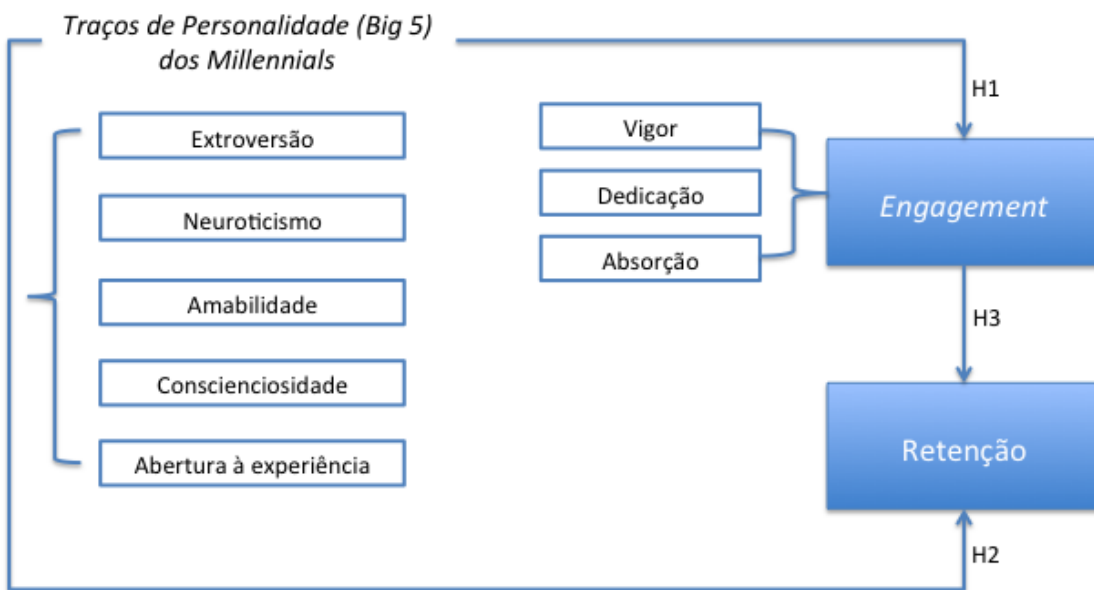
3.1. Modelo Conceptual e Hipóteses de Investigação

Com este estudo pretendo responder às seguinte questão de investigação:

- Qual a influência da personalidade no *engagement* e na retenção?

Para dar resposta às questões anteriores foi construído o seguinte Modelo Conceptual:

Tabela 2- Modelo conceptual



Fonte: Elaboração própria

Após o desenho do Modelo Conceptual foi-me possível determinar as Hipóteses de estudo. São elas:

H1: Existem diferenças significativas entre os diferentes tipos de personalidade dos *millenialls* e o *engagement*

H2: Existem diferenças significativas entre os diferentes tipos de personalidade dos *millenialls* e a retenção

H3: O *engagement* nos *millenialls* influencia positivamente a sua retenção

3.2. Procedimentos e instrumentos de recolha de dados

Para este trabalho de investigação o instrumento de recolha de dados escolhido foi um questionário.

Irá proceder-se a uma revisão de literatura para definir e a aprofundar os temas relevantes para este estudo, são eles o *engagement*, a retenção, a personalidade e os *millennials*.

Procede-se, ainda, à análise quantitativa, através de um questionário (ver anexo A). A recolha de dados decorreu entre o mês de Julho e Setembro de 2018, no qual foram obtidas 248 respostas. No questionário existem duas questões de controlo, a primeira é a idade, visto ser necessário para o estudo em causa que os inquiridos tenham idade compreendida entre os 16 e os 36 anos. Para este estudo utilizar-se-à a geração Millennial como sendo a que nasceu entre 1982 e 2003 (Strauss, W., & Howe, N., 1992), considerando que a idade mínima para trabalhar em Portugal são os 16 anos e que este estudo visa a população activa tomo como ponto de partida os 16 e não os 15 anos. A segunda questão de controlo, visto que o estudo se destina a população activa é perceber se o inquirido se encontra a trabalhar ou não.

Este instrumento de recolha de dados foi elaborado com a ajuda do *Google Drive*, de forma a facilitar a sua distribuição e foi disponibilizado nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, pois existe uma maior rapidez e facilidade na comunicação quando feita através destes meios. Parte dos questionários foram entregues em mão. Foi requisitada a sinceridade dos inquiridos e garantida a confidencialidade dos dados fornecidos.

No questionário existem quatro grupos de perguntas que estão diretamente associadas a cada uma das variáveis em estudo.

O primeiro grupo pretende avaliar o grau de *engagement*, com recurso à escala UWES-9 (*Utrecht Work Engagement Scale*), composta pelos aspetos essenciais do *Engagement*: vigor, dedicação e absorção.

Escala do *Engagement*:

Vigor

1. No meu trabalho sinto-me cheio(a) de energia
2. No meu trabalho sinto-me com força e energia
3. Quando me levanto de manhã apetece-me ir trabalhar

Dedicação

4. Estou entusiasmado(a) com o meu trabalho
5. O meu trabalho inspira-me
6. Estou orgulhoso(a) do que faço neste trabalho

Absorção

7. Sinto-me feliz quando estou a trabalhar intensamente
8. Estou imerso(a) no meu trabalho
9. “Deixo-me” ir quando estou a trabalhar

O segundo grupo de questões está relacionado com a Retenção, pretende avaliar o grau em que os inquiridos tencionam abandonar a organização onde atualmente trabalham, através da indicação do seu nível de concordância através de uma escala tipo Likert de 1 (Discordo Totalmente) a 5 (Concordo Totalmente). A escala de Retenção que utilizei é baseada na escala utilizada por Mendes, A. (2014)

Escala de Retenção:

1. Se pudesse escolher novamente, escolheria trabalhar na organização onde atualmente trabalho
2. Tenho feito contactos para sair desta organização
3. Tenciono manter-me na organização onde trabalho
4. Penso com frequência “deixar” a organização onde atualmente trabalho
5. Penso prosseguir a minha carreira na organização onde trabalho
6. É bastante provável que procure um novo emprego no próximo ano

7. Não estou ativamente à procura de outro emprego noutra organização
8. Penso em sair desta organização logo que tenha oportunidade para isso

O terceiro grupo de questões está relacionada com a Personalidade no qual os inquiridos expressam a sua opinião em relação a si próprio.

Escala de Personalidade:

1. É conversador, comunicativo
2. Às vezes é frio e distante
3. Tende a ser crítico com os outros
4. É minucioso e detalhista no trabalho
5. É assertivo, não teme expressar o que sente
6. Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho
7. É depressivo, triste
8. Gosta de cooperar com os outros
9. É original, tem sempre novas ideias
10. É temperamental, muda de humor facilmente
11. É inventivo, criativo
12. É reservado
13. Valoriza o artístico, o estético
14. É emocionalmente estável, não se altera facilmente
15. É prestativo e ajuda os outros
16. É, às vezes, tímido e inibido
17. Pode ser um tanto descuidado
18. É amável, tem consideração pelos outros
19. Tende a ser preguiçoso
20. Faz as coisas com eficiência
21. É relaxado, controla bem o stress
22. É facilmente distraído
23. Mantém-se calmo nas situações de tensão
24. Prefere trabalho rotineiro
25. É curioso sobre muitas coisas diferentes
26. É sociável, extrovertido

27. É geralmente confiável
28. É, às vezes, rude (grosseiro) com os outros
29. É cheio de energia
30. Começa discussões, disputas, com os outros
31. É um trabalhador de confiança
32. Faz planos e segue-os à risca
33. Tem uma imaginação fértil
34. Fica tenso com frequência
35. É engenhoso, alguém que gosta de analisar profundamente as coisas
36. Fica nervoso facilmente
37. Gera muito entusiasmo
38. Tende a ser desorganizado
39. Gosta de reflectir, brincar com as ideias
40. Tem capacidade de perdoar, perdoa facilmente
41. Preocupa-se muito com tudo
42. Tende a ser quieto, calado
43. Tem poucos interesses artísticos
44. É sofisticado em artes, música ou literatura

O quarto e último grupo de questões está associado à caracterização sociodemográfica dos inquiridos.

Onde está incluído o género, o estado civil, a situação familiar (se tem filhos ou não; e quanto), as habilitações literárias, com quem reside, e qual o seu rendimento.

Capítulo 4- Análise e Discussão de Resultados

4. Análise e Discussão de Resultados

Neste capítulo serão observados e analisados os resultados obtidos tendo em conta a metodologia definida.

Após a caracterização da amostra serão apresentados os resultados obtidos após a utilização do software estatístico STATA, versão 12.

4.1. Descrição da amostra

Neste ponto, procede-se à caracterização da amostra tendo por base os dados sociodemográficos recolhidos.

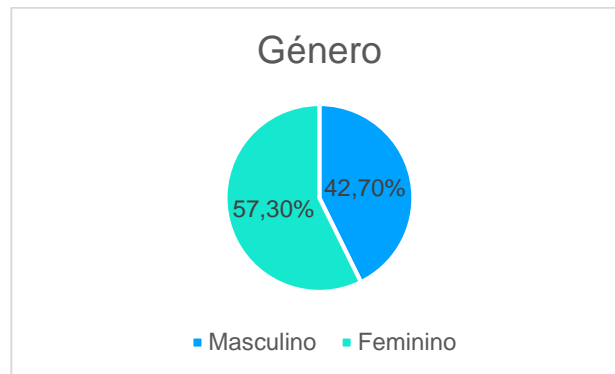
A recolha de dados foi efetuada através de um questionário que decorreu entre o mês de Julho e Setembro de 2018, no qual foram obtidas 248 respostas. Este instrumento de recolha de dados foi elaborado com a ajuda do *Google Drive*, de forma a facilitar a sua distribuição e foi disponibilizado nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, pois existe uma maior rapidez e facilidade na comunicação quando feita através destes meios. Uma parte dos questionários foram entregues em mão.

No questionário existem duas questões de controlo, a primeira é a idade, visto ser necessário para o estudo em causa que os inquiridos tenham idade compreendida entre os 16 e os 36 anos. Para este estudo utilizar-se-à a geração *Millennial* como sendo a que nasceu entre 1982 e 2003 (Strauss & Howe, 1992), considerando que a idade mínima para trabalhar em Portugal são os 16 anos e que este estudo visa a população activa tomo como ponto de partida os 16 e não os 15 anos. A segunda questão de controlo, visto que o estudo se destina a população activa é perceber se o inquirido se encontra a trabalhar ou não.

A amostra desde estudo é composta por 248 indivíduos, com idade compreendida entre os 17 e os 36 anos.

Os resultados dos dados sociodemográficos obtidos foram os seguintes:

Gráfico 1- Género



Fonte: Elaboração Própria

Quanto ao género, registaram-se 142 inquiridos (57,3%) do género feminino e 106 (42,7%) do género masculino.

Tabela 3- Idade:

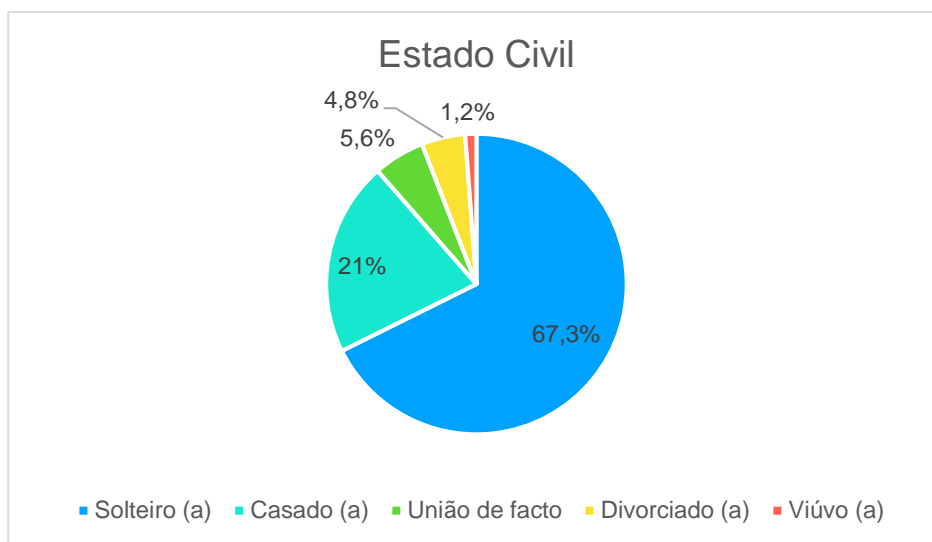
	Frequência	Percentagem
17	4	1,6
18	5	2,0
19	15	6,0
20	12	4,8
21	4	1,6
22	15	5,9
23	18	7,1
24	18	7,1
25	19	7,7
26	17	6,7
27	17	6,7
28	14	5,5
29	15	5,9
30	17	6,7
31	8	3,2
32	14	5,5
33	10	4,0
34	7	2,8
35	16	6,3
36	3	1,2
Total	248	100,0

Fonte: Elaboração Própria

Como já foi referido anteriormente, o target do estudo em análise é a geração *Millennials* no qual a idade mínima será os 16 anos visto ser a idade mínima para trabalhar em Portugal e a idade máxima será os 36 anos.

Com 16 anos não foi recolhido qualquer inquirido, sendo que a idade mínima da amostra é os 17 anos com 4 respostas recolhidas. Com a idade máxima foram recolhidos três. A idade com maior representatividade foi os 25 anos com um total de 19 inquiridos. Com menos representatividade a seguir aos 36, que foram os que tiveram menor número de inquiridos, são os 17 e os 21 com o mesmo número de inquiridos (4).

Gráfico 2- Estado Civil



Fonte: Elaboração Própria

No que diz respeito ao Estado Civil o que tem maior representatividade são os solteiros com 67,3%, seguidos dos casados com 21%. O que tem menor representatividade são os viúvos com 1,2% e de seguida são os divorciados com 4,8%.

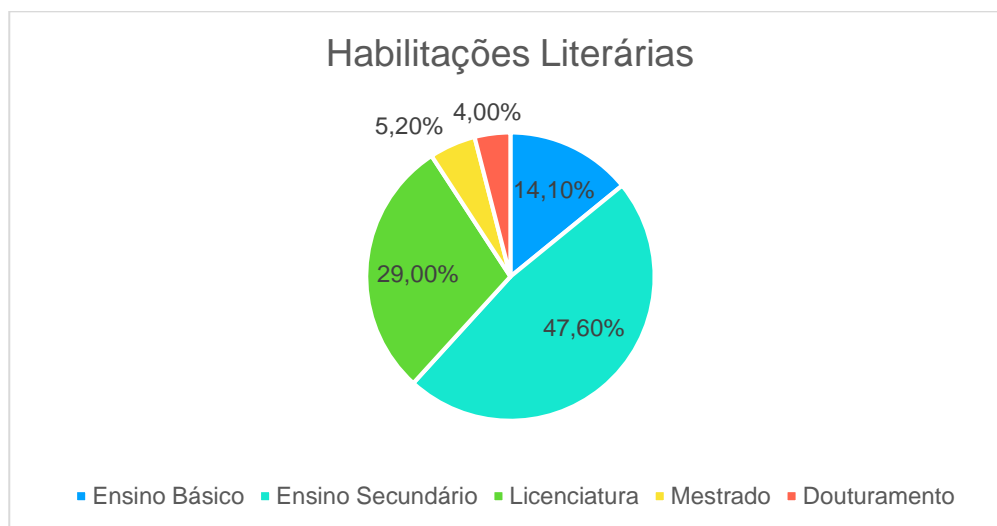
Gráfico 3 e 4 - Situação Familiar:



Fonte: Elaboração Própria

Relativamente à questão de ter filhos, 66,1% respondem negativamente e apenas 33,9% respondem afirmativamente. Destes 33,9%, 22,2% têm apenas um filho. 8,5% têm dois filhos, 2,4% têm mais de três filhos e 1,6% têm três.

Gráfico 5- Habilitações Literárias



Fonte: Elaboração Própria

Relativamente às habilitações literárias, o nível com maior representatividade foi o Ensino Secundário com 47,60%, posteriormente a Licenciatura com 29,0%. O Doutoramento foi o que obteve menor percentagem com 4,0%.

Gráfico 6- Residência dos inquiridos

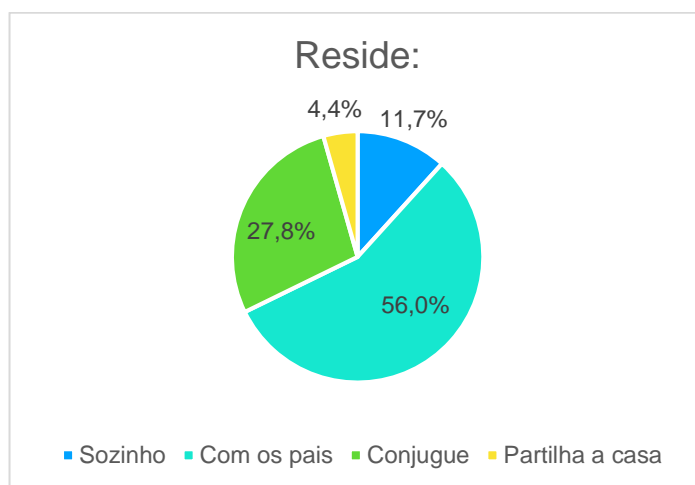
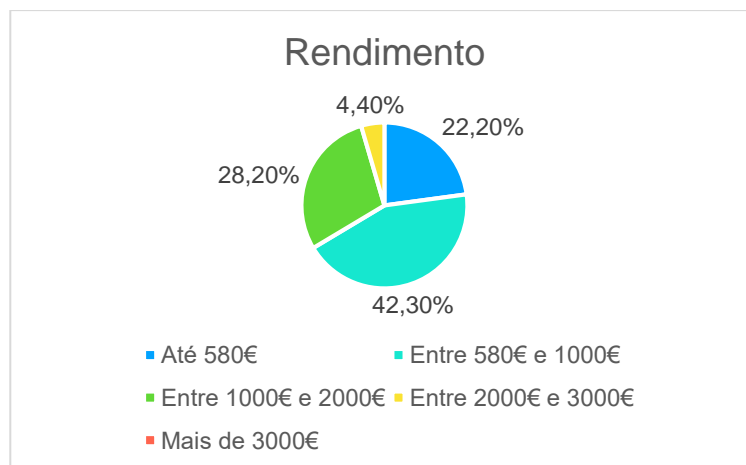


Gráfico 6- Com quem reside
Fonte: Elaboração Própria

Na questão com quem reside a resposta que obteve maior representatividade foi residir com os pais com 56%, posteriormente foi com o conjuge com 27,8%. O que obteve menor representatividade foi partilhar casa com 4,4% seguido de sozinho com 11,7%.

Gráfico 7-Rendimento



Fonte: Elaboração Própria

Quanto ao rendimento mensal verificou-se que o intervalo entre os 580€ e os 1000€ foi o que obteve uma maior percentagem (42,3%) com 105 inquiridos. Posteriormente, entre os 1000€ e os 2000€ com 28,2%. O que obteve menor representatividade foram os inquiridos que auferem um salário mensal superior a 3000€ com apenas 4,4%.

Na seguinte tabela é possível observar de uma forma mais sintetizada os dados sociodemográficos.

Tabela 4- Síntese dos dados sociodemográficos

Dados Sociodemográficos	N	%
Género		
Feminino	142	57,3%
Masculino	106	42,7%
Idade		
Média	26,56	
Moda	25,00	
Mediana	26,00	
Mínimo	17	
Máximo	36	
Estado Civil		
Solteiro	167	67,3%
Casado	52	21,0%

União de facto	14	5,6%
Divorciado	12	4,8%
Viúvo	3	1,2%
Tem Filhos		
Sim	84	33,9%
Não	164	66,1%
Quantos		
1	55	22,2%
2	21	8,5%
3	4	1,6%
Mais de 3	6	2,4%
Habilitações		
Ensino Básico	35	14,1%
Ensino Secundário	118	47,6%
Licenciatura	72	29,0%
Mestrado	13	5,2%
Doutoramento	10	4,0%
Reside		
Sozinho	29	11,7%
Com os pais	139	56,0%
Conjuge	69	27,8%
Partilha a casa	11	4,4%
Rendimento		
Até 580€	55	22,2%
Entre 580€ e 1000€	105	42,3%
Entre 1000€ e 2000€	70	28,2%
Entre 2000€ e 3000€	11	4,4%
Mais de 3000€	7	2,8%

Fonte: Elaboração própria

A média da idade da amostra é 26,56, entende-se por média da amostra o valor obtido da soma de todos os valores de um conjunto de dados dividida pelo número de elementos deste conjunto.

A mediada da idade da amostra é 26,00, entende-se por mediana o valor central de um conjunto de dados. Para encontrar o valor da mediana é necessário colocar os valores em

ordem crescente ou decrescente. Tendo em conta que a amostra é par, a mediana é encontrada pela média dos dois valores centrais, isto é, esses valores são somados e divididos por dois.

A moda da idade da amostra é 25, entende-se por moda o valor mais frequente de um conjunto de dados.

4.2. Análise Fatorial Exploratória

A população da amostra deste estudo são os *Millennials*, no qual as variáveis dependentes são os diferentes tipos de personalidade (Abertura à Experiência, Amabilidade, Consciência, Extroversão e Neuroticismo) e as independentes são a retenção e o *engagement*.

Para Pasquali (1999), para se proceder à Análise Fatorial Exploratória primeiramente teremos de analisar se os dados podem ser submetidos ao processo de Análise Fatorial. Para isso recorre-se a dois métodos de avaliação são eles: o critério de KaiserMeyer-Olkin (KMO) e o Teste de Esfericidade de Bartlett. O índice de KMO indica o quão adequada é a aplicação da Análise Fatorial Exploratória para o conjunto de dados (Hair *et. al*, 2005 em Damásio 2012). O valor do KMO pode variar entre zero e um, valores iguais ou próximos a zero indicam que a análise fatorial será inapropriada (Pasqualí, 1999 em Damásio 2012). Valores menores que 0,5 são considerados inaceitáveis; entre 0,5 e 0,7 são considerados medíocres; valores entre 0,7 e 0,8 são considerados bons; valores que variam entre 0,8 e 0,9 são considerados ótimos; e valores superiores a 0,9 são considerados excelentes (Hutcheson & Sofroniou, 1999 em Damásio 2012).

Por sua vez, o teste de esfericidade de Bartlett tem como objetivo avaliar a significância geral de todas as correlações numa matriz de dados (Hair e cols., 2005 em Damásio 2012). Os valores deste teste com níveis de significância (p) menores do que 0,05 indicam que a matriz é fatorável.

4.2.1. KMO e Esfericidade de Bartlett

Calculou-se então o KMO e a esfericidade do Bartlett para perceber se os dados são válidos para a realização da análise fatorial.

Tabela 5- KMO e Bartlett's test

Variáveis	KMO	Bartlett's test		
		Chi-square	Df	Sig.
<i>Engagement</i>	0,890	3238,619	36	0,000
Retenção	0,922	2799,129	28	0,000
Abertura à experiência	0,901	1020,766	45	0,000
Amabilidade	0,820	947,269	36	0,000
Consciência	0,765	776,032	36	0,000
Extroversão	0,764	697,831	28	0,000
Neuroticismo	0,767	677,844	28	0,000

Fonte: Elaboração própria

Tendo em conta a tabela 5, podemos concluir que os valores da consciência, extroversão e neuroticismo são valores bons. Os valores da amabilidade e do *engagement* são considerados ótimos. E os valores da variável retenção são considerados excelentes.

4.2.2. Análise de Fiabilidade das variáveis

Podemos verificar a fiabilidade das variáveis através do valor do Alpha de Cronbach.

O coeficiente alpha de Cronbach apareceu em 1951 pelas mãos de Lee J. Cronbach (Cronbach, 1951), este coeficiente tem o objetivo de medir a fiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, isto é, a média das correlações entre os itens que fazem parte de um instrumento (Streiner, 2003). Quando o alpha é maior ou igual a 0,70 podemos classificar o teste ou instrumento como sendo fiável; abaixo desse valor a consistência interna da escala utilizada é considerada baixa, o valor máximo que o alpha de Cronbach pode assumir é de 1.

Tabela 6- Alpha de Cronbach

Variáveis	Alpha Cronbach
<i>Engagement</i>	0,964
Retenção	0,970
Abertura à experiência	0,823
Amabilidade	0,776
Consciência	0,737
Extroversão	0,752
Neuroticismo	0,792

Fonte: Elaboração própria

No presente estudo, podemos verificar que os valores de Alpha de Cronbach têm relevância. Após observação da tabela 6 pode-se concluir que os construtos *engagement* e retenção são aqueles que possuem valores de fiabilidade mais elevados, podendo ser considerados excelentes. Os restantes revelam uma consistência muito boa. Pode-se então concluir que estamos perante bons níveis de fiabilidade.

4.3. Regressão Linear Simples

H1: Existem diferenças significativas entre os diferentes tipos de personalidade dos *millennials* e o *engagement*.

Tabela 7- Resultados da hipótese 1

<i>Engagement</i>	Beta (β)	Std.Err.	t	P> t
Extroversão	0.4357904	0.0635421	6.86	0.000
cons	4.89e-09	0.0579324	0.00	1.000
Consciência	0.455027	0.0637001	7.14	0.000
cons	7.95e-09	0.057542	0.00	1.000
Neuroticismo	-0.3088408	0.0656671	-4.70	0.000
cons	6.65e-09	0.0605645	0.00	1.000
Abertura à experiência	0.4075879	0.061347	6.64	0.000
cons	6.88e-09	0.0582206	0.00	1.000
Amabilidade	0.5529447	0.0568544	9.73	0.000
cons	6.69e-09	0.0537363	0.00	1.000

Fonte: Elaboração própria

Recorreu-se ao modelo de regressão simples de forma a analisar a relação entre as variáveis. Posto isto, na primeira hipótese o objetivo é perceber se existem diferenças significativas entre os diferentes tipos de personalidade dos *millennials* e o *engagement*.

Após a análise da tabela 7 podemos concluir que todas as variáveis em análise influenciam o *engagement* tendo em conta que $p=0,000 < 0,05$. Apenas o Neuroticismo tem uma influência negativa, visto que o Beta assume valores negativos ($\beta = -0,3088408$). Podemos, ainda, dizer que a variável da personalidade com maior significância é a amabilidade pois é a variável que assume o Beta mais elevado. Tendo em conta os resultados obtidos podemos afirmar que a hipótese é válida.

Contrariamente ao que foi dito por Schaufeli (2016) que apenas a abertura à experiência e a amabilidade influenciam positivamente o *engagement*, o que pode justificar esta

diferença é que o presente estudo tem por base os millennials e o estudo feito por Schaufeli tem por base população de meia idade.

H2: Existem diferenças significativas entre os diferentes tipos de personalidade dos *millennials* e a retenção.

Tabela 8- Resultado da hipótese 2

Retenção	Beta (β)	Std.Err.	t	P> t
Extroversão	-0.4338625	0.0633555	-6.85	0.000
cons	-3.21e-09	0.0577624	-0.00	1.000
Consciência	-0.4259744	0.0642705	-6.63	0.000
cons	-6.21e-09	0.0580572	-0.00	1.000
Neuroticismo	0.3460158	0.0646794	5.35	0.000
cons	-4.91e-09	0.0596535	-0.00	1.000
Abertura à experiência	-0.3860916	0.061682	-6.26	0.000
cons	-5.21e-09	0.0585386	-0.00	1.000
Amabilidade	-0.5088617	0.0582609	-8.73	0.000
cons	-5.04e-09	0.0550657	-0.00	1.000

Fonte: Elaboração Própria

Na segunda hipótese o objetivo é testar se os diferentes tipos de personalidade dos *millennials* influenciam a retenção.

Como se pode verificar na tabela 8, todas as variáveis analisadas têm influencia significativa no que diz respeito à retenção, visto que $p=0,000 < 0,05$. Mais uma vez, apenas o neuroticismo se opõe a todas as outras variáveis, desta vez assumindo um Beta positivo. Podemos com isto dizer que apenas o neuroticismo tem influencia positiva na retenção. Todas as outras variáveis têm influencia negativa. O que parece normal, tendo em conta que as pessoas que possuem características do neuroticismo são aquelas que são inseguras, ansiosas e depressivas o que pode justificar o facto de não estarem receptíveis às mudanças evitando assim mudar de emprego. Ou seja, são aquelas que vão permanecer na organização por mais tempo, vão-se acomodando.

Podemos concluir que a hipótese 2 é válida, tendo em conta os resultados obtidos.

H3: O *engagement* nos *millennials* influencia positivamente a retenção.

Tabela 9- Resultados da Hipótese 3

Retenção	Beta(β)	Std.Err.	t	P> t
<i>Engagement</i>	-0.7828884	0.0393415	-19.90	0.000
cons	1.49e-10	0.0390151	0.00	1.000

Fonte: Elaboração própria

Após análise da tabela 9 podemos concluir que a retenção e o *engagement* têm influência significativa tendo em conta que o $p=0,000<0,05$. Visto que o Beta assume valores negativos é correto dizer que o *engagement* e a retenção estão negativamente relacionados o que faz com que a hipótese 3 não seja válida.

As conclusões que podemos tirar é que pode ser devido às diferentes formas de agir e pensar da geração *millennial* que provocam estes resultados, isto é estes podem sentir-se engaged mas ainda assim tentar ir em busca de mais e de melhor.

As conclusões que podemos tirar é que pode ser devido às diferentes formas de agir e pensar da geração *millennial* que provocam estes resultados, isto é estes podem sentir-se engaged mas ainda assim tentar ir em busca de mais e de melhor.

Tabela 10- Matrix de Correlação entre variáveis

	Extroversão	Consciência	Neuroti- cismo	Aber- tura à ex- periên- cia	Ama- bilidade	Engage- ment	Re- tenção
Extroversão	1.0000						
Consciência	0.5936* (0.000)	1.0000					
Neuroti- cismo	-0.4958* 0.0000	-0.4381* (0.0000)	1.0000				
Abertura à experiência	0.6763* 0.0000	0.5238* 0.0000	-0.3212* 0.0000	1.0000			
Amabilidade	0.6322* 0.0000	0.6903* 0.0000	-0.4170* 0.0000	0.5492 * 0.0000	1.0000		
Engagement	0.2682* 0.0000	0.3817* 0.0000	-0.1974* 0.0018	0.3176 * 0.0000	0.3980 * 0.0000	1.0000	
Retenção	-0.3392* 0.0000	-0.3888* 0.0000	0.2492* 0.0001	- 0.3833 * 0.0000	- 0.4316 * 0.0000	-0.7234* 0.0000	1.0000

*p<0,005

Fonte: Elaboração própria

Após análise da tabela 10 podemos concluir que todas as variáveis estão correlacionadas.

A variável extroversão está negativamente correlacionada com o neuroticismo e com a retenção e positivamente correlacionada com as restantes.

A variável consciência está igualmente negativamente correlacionada com o neuroticismo e com a retenção e positivamente com as restantes.

Já o neuroticismo está positivamente correlacionado apenas com a retenção e negativamente com as restantes variáveis.

Por outro lado, a amabilidade está apenas negativamente correlacionada com a retenção e positivamente correlacionada com o engagement.

Como já foi dito anteriormente o *engagement* está negativamente correlacionado com a retenção.

Capítulo 5- Conclusão

5. Conclusão

5.1. Principais Conclusões

Cada vez mais estamos perante um mercado de trabalho competitivo no qual as organizações necessitam de adaptar a sua gestão aos novos desafios que vão surgindo. Os colaboradores têm um papel fundamental na organização por isso é necessário mantê-los *engaged* para que estes vejam o sucesso da organização como o seu próprio sucesso. Como já foi dito anteriormente o presente estudo tem por base a geração *millennial*.

O objetivo fundamental do estudo incidido na análise da influência dos diferentes tipos de personalidade no *Engagement* e na retenção, tendo em conta que estes fatores assumem uma importância extrema para garantir melhores resultados. O presente estudo tem como objetivo, ainda, a análise da influência do *engagement* na retenção.

Inicialmente foi feita uma descrição das variáveis em estudo, sendo estas o *engagement*, a personalidade e a retenção, descreveu-se ainda um pouco a geração que o estudo tem em consideração, os *millennials*. Em seguida foram propostas as questões de investigação às quais se tentou dar uma resposta tendo por base as hipóteses de forma a ajudar a responder. Para ser possível testar as hipóteses teria de se recolher dados, para tal foi elaborado um questionário. Posteriormente foi feito o tratamento de dados.

Depois de analisados e discutidos os dados podemos dar resposta às questões de investigação propostas inicialmente. Tendo em conta a primeira hipótese, os resultados obtidos indicam que os diferentes tipos de personalidade têm influência no *engagement*. Sendo que o neuroticismo é o único tipo de personalidade que está negativamente relacionados ao *engagement*; por outro lado, a extroversão, a consciência, a abertura à experiência e a amabilidade estão positivamente relacionados.

No que diz respeito à segunda hipótese, os resultados obtidos concluem que os diferentes tipos de personalidade têm influência na retenção. Desta vez apenas o neuroticismo está positivamente relacionado com a retenção e todos os outros estão negativamente relacionados.

Por último, a terceira hipótese não foi considerada válida tendo em conta que o *engagement* está negativamente relacionado com a retenção. Estes resultados não eram os esperados, pois normalmente quando um colaborador está *engaged* com a organização estes permanecem por mais tempo. Visto que a geração *millennial* não tem medo da mudança podem sentir-se *engaged* mas ainda assim tentar ir em busca de mais e de melhor, o que pode explicar esta hipótese não ter sido validada.

5.2. Limitações e futuras investigações

No decorrer do estudo foram identificadas algumas limitações. Em primeiro lugar, as limitações respeitantes ao processo de recolha de dados uma vez que foi aplicado num único momento e via internet, o que pode condicionar a veracidade das respostas.

Outra limitação respeitante à recolha de dados consiste no tamanho da amostra, foram recolhidos apenas 248 questionários, visto que a amostra é pequena os dados podem não ser considerados tão fiéis.

A escassez na literatura sobre a retenção e a personalidade também foi uma entrave.

No que toca a futuras investigações a minha sugestão é a o mesmo estudo a diferentes gerações e compará-las de forma a obter as diferenças entre cada uma

Referencias Bibliográficas

Andrew, O. e Sofian, S. (2012) Individual Factors and Work Outcomes of Employee Engagement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 40, pp. 498-508.

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22, 309–328.

Bakker, A. B., Hakanen, J. J., Demerouti, E., & Xanthopoulou, D. (2007). Job resources boost work engagement, particularly when job demands are high. *Journal of Educational Psychology*, 99, 274-284.

Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22(3), 187–200.

Barrick e Mount (1991) - Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44(1), 1-26.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44(1), 1-26.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott. Administração de recursos humanos. São Paulo, SP: Cengage, 2015.

Brotheridge, C. M., & Grandey, A. A. (2002). Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of “people work”. *Journal of vocational behavior*, 60(1), 17-39.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

COSTA, P. T., & MCCRAE, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological assessment*, 4(1), 5.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.

Demerouti, E., Bakker, A. B., Janssen, P. P. M. e Schaufeli, W. B. (2001). Burnout and Engagement at work as a function of demands and control. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 27, 279-286.

Feiertag, J., & Berge, Z. L. (2008). Training Generation N: how educators should approach the Net Generation. *Education+ Training*, 50(6), 457-464.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Práticas de recursos humanos – PRH: Conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

Fredericks, J. A., Blumenfeld, P. C. e Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74, 59– 109.

Freudenberger, H. J. (1974). Staff burn-out. *Journal of social issues*, 30(1), 159-165.

Glied, S., 2000. Chapter 13 managed care. In J.C. Anthony and P.N. Joseph (Eds.). *Handbook of health economics*, 1, 707-753.

Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological assessment*, 4(1), 26.

Hakanen, J. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and work engagement among teachers. *Journal of school psychology*, 43(6), 495-513.

Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis. *Journal of applied psychology*, 87(2), 268.

Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-Unit-Level Relationship Between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta-Analysis, *87*(2), 268–279.

Ickes, W., Snyder, M., & Garcia, S. (1997). Personality influences on the choice of situations. In R. Hogan, J. A. Johnson, & S. R. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 165–195). San Diego, CA: Academic Press.

Jimerson, S. R., Campos, E. e Greif, J. L. (2003). Toward and understanding of definitions and measures of school engagement and related terms. *California School Psychologist*, *8*, 7– 27.

Jorgensen, B. (2003). Baby Boomers, Generation X and Generation Y? Policy implications for defence forces in the modern era. *foresight*, *5*(4), 41-49.

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, *33*(4), 692-724.

Kim, T. Y., Hon, A. H., & Crant, J. M. (2009). Proactive personality, employee creativity, and newcomer outcomes: A longitudinal study. *Journal of Business and Psychology*, *24*(1), 93-103.

Klein, K., Lim, B. C., Saltz, J., & Mayer, D. (2004). How do they get there? An examination of the antecedents of centrality in team networks. *Academy of Management Journal*, *47*, 952–963.

Larsen, R. J. and Buss, D. M. (2005) *Personality psychology: Domains of knowledge about human nature*, 2nd Ed. New York: McGraw-Hill.

Liao, F. Y., Yang, L. Q., Wang, M., Drown, D., & Shi, J. (2013). Team–member exchange and work engagement: Does personality make a difference?. *Journal of business and psychology*, *28*(1), 63-77.

Lombardía, P. G., Stein, G., & Pin, J. R. (2008). Políticas para dirigir a los nuevos profesionales—motivaciones y valores de la generación Y. *Documento de investigación. DI-753*.

MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humanos: Do operacional ao estratégico. 14. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2011.

Maslach C, Leiter MP. The truth about burnout. San Francisco, CA: Josey-Bass Publishers; 1997.

Maslach, C., & Schaufeli, W. (1993). Historical and conceptual development of burnout., *Professional Burnout* (pp. 1–16). Washington: T. & Francis.

Maslach, C., & Leiter, M. (1997). The truth about burnout - How organizations cause personal stress and what to do about it. San Francisco: Jossey-Bass Inc.

Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual review of psychology*, 52(1), 397-422.

MCCRAE, R. R & JOHN, O. P. (1992). An introduction to the Five-Factor Model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-216.

Mujtaba, B. e Shuaib, S. (2010) An Equitable Total Rewards Approach to Pay for Performance Management. *Journal of Management Policy and Practice*. 11 (4), pp. 111-121.

Nelson, D., & Cooper, C. (2005). Stress and health: A positive direction. *Stress and Health: Journal of the International Society for the Investigation of Stress*, 21(2), 73-75.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513–563.

Saks, A. M., & Gruman, J. A. (2014). What do we really know about employee engagement?. *Human Resource Development Quarterly*, 25(2), 155-182.

Saucier, G. (1994). Mini-Markers: A brief version of Goldberg's unipolar Big-Five markers. *Journal of Personality Assessment*, 63, 506–516.

Schaufeli, W. B. (2016). Heavy work investment, personality and organizational climate. *Journal of Managerial Psychology*, 31(6), 1057-1073.

Schaufeli, W. B., Martinez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M., & Bakker, A. B. (2002). Burnout and engagement in university students: A cross-national study. *Journal of cross-cultural psychology*, 33(5), 464-481.

Schaufeli, W. B., Taris, T. W., Le Blanc, P., Peeters, M., Bakker, A. B., & De Jonge, J. (2001). Maakt arbeid gezond. *Op zoek naar de bevlogen werknemer [Does work make happy]*, 422-428.

Schaufeli, W., & Salanova, M. (2007). Work engagement - an emerging psychological concept and its implications for organizations. In *Managing Social and Ethical Issues in Organizations* (pp. 135–177).

Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: Quill/William/Morrow.

Streiner, D.L., 2003. Being inconsistent about consistency: when coefficient alpha does and doesn't matter. *Journal of Personality Assessment*. v. 80, p. 217-222.

WOOD JR., Thomaz. PICARELLI FILHO, Vicente. Remuneração e carreira por habilidades e por competências: preparando a organização para a era das empresas de conhecimento intensivo. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

Anexo

Anexo A

Questionário - A Influência da Personalidade no Engagement e Retenção dos Colaboradores na Geração Milénio

Este questionário faz parte de uma dissertação de Mestrado em Gestão da Universidade Lusfada Norte - Campus Vila Nova de Famalicão, tem como intuito estudar a influência da personalidade no Engagement e retenção dos colaboradores nos millennials. Todas as respostas são anónimas e os resultados serão utilizados apenas para fins académicos. Obrigada pela sua colaboração.

Questão de Controlo

O objectivo deste trabalho é inquirir jovens que se encontrem inseridos no mercado de trabalho. Se tiver menos de 15 ou mais de 36 anos e não se encontra a trabalhar não necessita de responder ao inquérito. Obrigada pela colaboração.

1. Qual a sua idade?

Se tiver menos de 16 anos ou mais de 36 anos o inquérito termina aqui. Obrigada pela sua participação.

2. Encontra-se actualmente a trabalhar ?

Sim

Não

Envolvimento com o trabalho:

Engagement

Responda de acordo com as suas percepções sobre o seu trabalho actual de acordo com a seguinte escala:
0 – Nenhuma vez a 6 – todos os dias.

	0	1	2	3	4	5	6
1. No meu trabalho sinto-me cheio(a) de energia.							
2. No meu trabalho sinto-me com força e energia.							
3. Quando me levanto de manhã apetece-me ir trabalhar.							
4. Estou entusiasmado(a) com o meu trabalho.							

5. O meu trabalho inspira-me.							
6. Estou orgulhoso(a) do que faço neste trabalho.							
7. Sinto-me feliz quando estou a trabalhar intensamente.							
8. Estou imerso(a) no meu trabalho.							
9. “Deixo-me ir” quando estou a trabalhar.							

Retenção

Responda de acordo com as suas percepções sobre o seu trabalho actual de acordo com a seguinte escala: discordo totalmente da afirmação a concordo totalmente com a afirmação.

	Discordo Totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1. Se pudesse escolher novamente, escolheria trabalhar na organização onde actualmente trabalho.					
2. Tenho feito contactos para sair desta organização.					
3. Tenciono manter-me na organização onde trabalho.					
4. Penso com frequência “deixar” a organização onde actualmente trabalho.					
5. Penso prosseguir a minha carreira na organização onde trabalho.					
6. É bastante provável que procure um novo emprego no próximo ano.					
7. Não estou activamente à procura de outro emprego noutra organização.					
8. Penso em sair desta organização logo que tenha oportunidade para isso.					

Personalidade

De seguida encontram-se algumas características que lhe podem, ou não, dizer respeito. Por favor escolha um dos números na escala que melhor expresse a sua opinião em relação a si mesmo e assinale-o, colocando uma cruz (X) na coluna correspondente à sua opinião. Não existem respostas certas, nem erradas!

As suas características:

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

1. É conversador, comunicativo.					
2. Às vezes é frio e distante.					
3. Tende a ser crítico com os outros.					
4. É minucioso e detalhista no trabalho.					
5. É assertivo, não teme expressar o que sente.					
6. Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho.					
7. É depressivo, triste.					
8. Gosta de cooperar com os outros.					
9. É original, tem sempre novas ideias.					
10. É temperamental, muda de humor facilmente.					
11. É inventivo, criativo.					
12. É reservado.					
13. Valoriza o artístico, o estético.					
14. É emocionalmente estável, não se altera facilmente.					
15. É prestativo e ajuda os outros.					
16. É, às vezes, tímido e inibido.					
17. Pode ser um tanto descuidado.					
18. É amável, tem consideração pelos outros.					
19. Tende a ser preguiçoso.					
20. Faz as coisas com eficiência.					
21. É relaxado, controla bem o stress.					
22. É facilmente distraído.					
23. Mantém-se calmo nas situações de tensão.					
24. Prefere trabalho rotineiro.					
25. É curioso sobre muitas coisas diferentes.					
26. É sociável, extrovertido.					
27. É geralmente confiável.					

28. É, às vezes, rude (grosseiro) com os outros.					
29. É cheio de energia.					
30. Começa discussões, disputas, com os outros.					
31. É um trabalhador de confiança.					
32. Faz planos e segue-os à risca.					
33. Tem uma imaginação fértil.					
34. Fica tenso com frequência.					
35. É engenhoso, alguém que gosta de analisar profundamente as coisas.					
36. Fica nervoso facilmente.					
37. Gera muito entusiasmo.					
38. Tende a ser desorganizado.					
39. Gosta de reflectir, brincar com as ideias.					
40. Tem capacidade de perdoar, perdoa facilmente.					
41. Preocupa-se muito com tudo.					
42. Tende a ser quieto, calado.					
43. Tem poucos interesses artísticos.					
44. É sofisticado em artes, música ou literatura.					

Variáveis Sociodemográficas

Género:

Feminino

Masculino

Estado Civil:

Solteiro/a

Casado/a

União de facto

Divorciado/a

Viúvo/a

outra opção

Situação Familiar - Filhos:

Sim

Não

Se respondeu sim, quantos?

1

2

3

mais de 3

Habilitações Literárias:

Ensino básico

Ensino secundário

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

outra opção

Reside:

Sozinho

Com os pais

Conjugue

Partilha a casa

outra opção

Qual o seu rendimento?

Até €580

Entre €580 e €1000

Entre €1000 e €2000

Entre €2000 e €3000

Mais de €3000