INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A relação entre o *future self continuity* e os resultados organizacionais: O papel do mediador da autoeficácia na transição para o trabalho e moderador do *employer branding*

Eugénia Sofia Oliveira Félix

Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional

Orientadora: Doutora Andrea Maria Flores Oliveira Fontes, Professora Auxiliar Convidada, (BRU-Iscte), Departamento de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional na Iscte Business School

Junho, 2026

Departamento de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

A relação entre o *future self continuity* e os resultados organizacionais: O papel do mediador da autoeficácia na transição para o trabalho e moderador do *employer branding*

Eugénia Sofia Oliveira Félix

Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional

Orientadora: Doutora Andrea Maria Flores Oliveira Fontes, Professora Auxiliar Convidada, (BRU-Iscte), Departamento de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional na Iscte Business School

Junho, 2026

Resumo

Num mercado de trabalho cada vez mais instável, exigente e orientado para um desenvolvimento contínuo, torna-se relevante compreender como é que os indivíduos se projetam no futuro, nas suas expectativas e vínculos organizacionais.

A presente dissertação analisa a relação entre o *future self continuity* e dois resultados organizacionais – crescimento na carreira e intenção de *turnover* – considerando a autoeficácia na transição para o trabalho como mediador e o *employer branding* como moderador. Foi realizado um estudo quantitativo, transversal, com um questionário *online*, com uma amostra final de 263 profissionais de Portugal.

Os resultados evidenciaram que a continuidade com o "eu" futuro prediz positivamente o crescimento na carreira e negativamente a intenção de saída. Confirmou-se que a autoeficácia na transição medeia a relação entre o *future self continuity* e o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*. Por sua vez, o *employer branding*, não moderou a relação entre a autoeficácia e o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*, apesar de se associar positivamente às mesmas.

A investigação reforça a importância de integrar perspetivas temporais e sociocognitivas na compreensão dos percursos profissionais e dos vínculos organizacionais, realçando a complexidade dos fatores contextuais que influenciam o desenvolvimento dos indivíduos nas organizações.

Palavras-chave: *Future self continuity*; crescimento na carreira profissional; intenção de *turnover*; autoeficácia na transição para o trabalho; *employer branding*.

Classificação JEL: J63: *Turnover*; J29: *Other*.

Abstract

In a labor market that is increasingly unstable, demanding, and focused on continuous development, it becomes important to understand how individuals project themselves into the future, in terms of their expectations and organizational ties.

This dissertation examines the relationship between future self continuity and two organizational outcomes – career growth, and turnover intention – while considering self-efficacy in the transition to work as a mediator and employer branding as a moderator. To this extent, a quantitative, cross-sectional study was conducted using an *online* questionnaire, with a final sample of 263 professionals from Portugal.

The results showed that continuity with the future self positively predicts career growth and negatively predicts turnover intention. It was confirmed that self-efficacy in transition mediates the relationship between future self continuity and career growth and turnover intention. In turn, employer branding did not moderate the indirect effect between self-efficacy, career growth, and turnover intention, despite being positively associated with them.

In summary, the research reinforces the importance of integrating temporal and sociocognitive perspectives into our understanding of career trajectories and organizational ties, highlighting the complexity of the contextual factors that influence individuals' development within organizations.

Keywords: Future self continuity; career growth; turnover intention; self-efficacy in the transition to work; employer branding.

JEL Classification: J63: Turnover; J29: Other.

Índice

Resumo i
Abstract iii
Capítulo 1: Introdução 1
Capítulo 2: Revisão da Literatura 5
2.1. *Future self continuity* 5
2.1.1. *Future self continuity*: Contexto de trabalho 6
2.2. Carreira Profissional 7
2.3. Intenção de *Turnover* 9
2.4. Autoeficácia na Transição para o Trabalho 11
2.5. *Employer Branding* 13
2.6. Relação entre as Variáveis: Social Cognitive Career Theory 15
Capítulo 3: Modelo de Investigação e Hipóteses 17
3.1. Modelo de Investigação 17
3.2. Hipóteses de Investigação 17
Capítulo 4: Metodologia 19
4.1. Identificação da Amostra 19
4.2. Instrumentos 20
4.3. Técnica de Recolha de Dados 21
4.4. Procedimentos para a Análise de Dados 22
Capítulo 5: Resultados e Discussão 23
5.1. Análises Preliminares e Qualidade das Medidas 23
5.1.1. Consistência Interna das Escalas 23
5.1.2. Estatísticas Descritivas das Variáveis 23
5.1.3. Correlações entre variáveis 24
5.2. Teste de Hipóteses 25
5.2.1. Hipóteses 1 e 2 25
5.2.2. Hipóteses 3 e 4: Mediação 28
5.2.3. Hipóteses 5 e 6: Mediação Moderada 30
5.3. Discussão dos Resultados 33
5.4. Contribuições Teóricas e Práticas 36
Capítulo 6: Conclusões 39
6.1. Limitações da Investigação 39

6.2. Sugestões de Pesquisa Futura 40
Referências 43
Anexos 47
Anexo A: Questionário 47
Anexo B: Caracterização da Amostra 57

Índice de Figuras

Figura 1 Modelo de Investigação Com Hipóteses de Investigação 17

Índice de Tabelas

Tabela 1 Consistência Interna das Escalas 23
Tabela 2 Estatística Descritiva das Variáveis 24
Tabela 3 Correlação Entre as Variáveis 26
Tabela 4 Resumo do Modelo: Crescimento de Carreira 27
Tabela 5 Efeito Direto ANOVA: Crescimento de Carreira 27
Tabela 6 Coeficientes: Crescimento de Carreira 27
Tabela 7 Resumo do Modelo: Intenção de *Turnover* 27
Tabela 8 Efeito Direto ANOVA: Intenção de *Turnover* 27
Tabela 9 Coeficientes: Intenção de *Turnover* 28
Tabela 10 Hipótese 3: Mediação PROCESS Model 4 29
Tabela 11 Hipótese 4: Mediação PROCESS Model 4 30
Tabela 12 Hipótese 5: Mediação Moderada PROCESS Model 14 31
Tabela 13 Hipótese 6: Mediação Moderada PROCESS Model 14 32

Capítulo 1: Introdução

O mercado de trabalho contemporâneo caracteriza-se por níveis crescentes de competitividade, instabilidade e volatilidade. A globalização, o desenvolvimento tecnológico e a evolução das formas de trabalho têm vindo a alterar a relação entre os indivíduos e as organizações, exigindo maior capacidade de adaptação, planeamento e gestão da carreira profissional (Hirschi & Koen, 2021). Neste contexto, a transição entre o mundo académico e o laboral constitui um momento particularmente relevante no percurso dos indivíduos, uma vez que envolve a articulação entre competências adquiridas, expectativas profissionais e objetivos de vida futuros (Sousa & Gonçalves, 2016).

A forma como os indivíduos se projetam no futuro torna-se, assim, uma dimensão importante para compreender as suas atitudes e decisões no contexto profissional. A orientação para o futuro tem sido associada a maior envolvimento, maior clareza de objetivos profissionais, maior empregabilidade percebida, maior adaptabilidade profissional e, consequentemente, melhores resultados profissionais (Hu et al., 2024). Esta projeção futura pode influenciar a forma como os profissionais avaliam o seu percurso organizacional, nomeadamente no que respeita às possibilidades de crescimento na carreira e à intenção de permanecer ou sair da organização.

Neste sentido, o crescimento na carreira diz respeito à perceção dos indivíduos sobre as oportunidades de desenvolvimento, progressão e concretização de objetivos profissionais no contexto organizacional (Weng & Zhu, 2020). Em paralelo, a intenção de *turnover* remete para a predisposição do colaborador para abandonar a organização, constituindo uma preocupação relevante para a gestão de recursos humanos, sobretudo quando envolve profissionais qualificados e em desenvolvimento (Lazzari et al., 2022). Assim, num contexto em que as carreiras são cada vez menos lineares e exigem maior adaptação e autorregulação, torna-se pertinente compreender de que forma a continuidade com o "eu" futuro se relaciona, simultaneamente, com as expectativas de crescimento na carreira e a intenção de saída.

A autoeficácia na transição para o trabalho permite aprofundar esta relação, na medida em que traduz a confiança percebida pelos indivíduos na sua capacidade para lidar com exigências profissionais, adaptar-se ao mercado de trabalho e orientar o seu percurso de carreira (Bandura, 1989). Ancorada à teoria *Social Cognitive Career Theory*, proposta por Lent et al. (1994), o desenvolvimento de carreira resulta da interação entre

crenças de autoeficácia, expectativas de resultado, objetivos e fatores contextuais. Assim, a autoeficácia pode constituir um mecanismo explicativo através do qual a projeção dos indivíduos no futuro se traduz em atitudes e expectativas profissionais mais favoráveis.

Para além das características individuais, também o contexto organizacional pode condicionar a forma como os indivíduos interpretam o seu percurso profissional. O *employer branding*, entendido como uma proposta de valor composta por benefícios funcionais, económicos e psicológicos oferecidos pela organização, tem vindo a ser reconhecido como uma ferramenta estratégica na atração, desenvolvimento e retenção de talento (Tanwar & Prasad, 2017). Esta relevância é igualmente visível no contexto organizacional atual: o relatório da PWC (2024), intitulado de "*Workers are ready for change. Are leaders ready to engage them?*", evidencia que os trabalhadores valorizam o desenvolvimento contínuo de competências e o crescimento profissional, enquanto que o *report* sobre *employer brand* da Randstad (2025), reforça a importância da reputação organizacional e da proposta de valor do empregador na atração e retenção de talento.

Apesar destes contributos, continua a ser pertinente aprofundar de que forma a continuidade com o "eu" futuro se relaciona com resultados organizacionais relevantes, como o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*. A presente investigação integra, por isso, a perspetiva temporal do *future self continuity*, desenvolvida por Ersner-Hershfield et al. (2009), no contexto da gestão de recursos humanos e do comportamento organizacional. Neste estudo, o *future self continuity* é entendido como a ligação psicológica entre o "eu" presente e o "eu" futuro, podendo influenciar a forma como os indivíduos orientam as suas decisões profissionais, interpretam o seu percurso de carreira e avaliam a sua permanência na organização.

Deste modo, a presente investigação tem como objetivo analisar de que forma a continuidade com o "eu" futuro se relaciona com o crescimento na carreira e com a intenção de *turnover*. Adicionalmente, pretende-se compreender se a autoeficácia na transição para o trabalho atua como mecanismo explicativo destas relações e se o *employer branding*, enquanto fato contextual, influencia a relação entre a autoeficácia e os resultados organizacionais mencionados.

A questão central desta investigação é: "De que forma a continuidade com o "eu" futuro se relaciona com o crescimento na carreira profissional e a intenção de *turnover*, e em que medida estas relações são explicadas pela autoeficácia na transição para o trabalho e condicionadas pelo *employer branding*?". Esta questão, reflete um problema

importante, como é que os empregadores irão reter e desenvolver o talento, tendo em conta a projeção futura que os indivíduos têm de si mesmos.

Para responder a esta questão, o estudo organiza-se em torno de três objetivos principais. Em primeiro lugar, pretende-se analisar a relação entre o *future self continuity* e os resultados organizacionais em estudo, nomeadamente o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*. Em segundo lugar, procura-se compreender se a autoeficácia na transição para o trabalho medeia estas relações. Por fim, pretende-se analisar se o *employer branding* modera a relação entre a autoeficácia na transição para o trabalho e os resultados organizacionais considerados.

Em suma, para atingir os objetivos propostos e responder à questão principal, esta investigação é composta por seis capítulos. O primeiro, que é o presente capítulo, é uma introdução, tanto ao tema, como ao problema de investigação. O segundo, foca-se na revisão da literatura, com uma visão integrada e aprofundada sobre as principais ideias e variáveis. O capítulo três apresenta o modelo de investigação e as respetivas hipóteses de investigação; já o quarto, centra-se na metodologia, ou seja, qual é o plano de investigação, a amostra, os instrumentos, a técnica de recolha de dados e os procedimentos para analisar os mesmos. Em seguida, o quinto capítulo, apresenta uma análise e discussão dos resultados obtidos, bem como as contribuições teóricas e práticas da investigação; por fim, o sexto, fornece uma conclusão sobre as limitações do presente estudo e as propostas para estudos futuros.

Capítulo 2: Revisão da Literatura

2.1. *Future self continuity*

Atualmente, as pessoas vivem mais tempo do que em qualquer outra época da história, assim, torna-se indispensável para estas planear um futuro mais distante. Consequentemente, o problema nas tomadas de decisão intertemporais resultam de conflitos entre o "eu" do presente e o "eu" do futuro, por isso, muitos recorrem a estratégias de pré-compromisso para limitar comportamentos futuros. Quanto maior a distância temporal, mais frágil se torna a ligação psicológica entre esses dois diferentes "eus" (Hershfield, 2011).

Segundo Sokol e Serper, (2020, p. 1), o conceito de *future self continuity* "refers to the psychological connectedness people have with their future selves – the sense of persistence of selfhood from the present to the future". Este conceito teórico engloba três aspetos fundamentais: semelhanças com o "eu" futuro, vivacidade do "eu" futuro e afeto positivo em relação ao "eu" futuro. Com isto, esta teoria prevê que indivíduos com elevada continuidade com o seu "eu" do futuro sejam mais propensos a preocupar-se com os riscos que possam assumir, atualmente, em favor do seu "eu" futuro; adicionalmente, estes indivíduos tendem a apresentar baixos níveis de ansiedade patológica, depressão, *stress*, ideação suicida e desesperança. A continuidade da identidade pode variar entre indivíduos, ou seja, alguns sentem-se mais conectados com o seu "eu" do futuro, do que outros (Ersner-Hershfield et al., 2009).

De acordo com Hong et al. (2024), há uma preocupação para entender o conceito de *future self continuity* e as suas consequências psicológicas, pois normalmente este conceito está relacionado, correlacional e causalmente, com o sentido da vida pela autenticidade. O sentido da vida é compreendido pela sensação de coerência (se é compreensível ou previsível), de propósito (se é *goal-oriented* e se vale a pena ser conseguida) e de importância (se tem valor e se importa), estas três componentes são, respetivamente, cognitiva, motivacional e avaliativa. Já, a autenticidade é entendida como a perceção de que o indivíduo vive de acordo com o seu verdadeiro "eu", ou seja, que a sua essência é relativamente imutável ao longo do tempo e do contexto. Assim, o indivíduo ao conectar-se com a continuidade do seu "eu" tende a sentir-se mais autêntico. Em contraste, a baixa continuidade com o seu "eu" está associada à falta de perceção cognitiva.

Ao experimentar clareza cognitiva, proximidade psicológica com o seu verdadeiro "eu" ou uma sensação de imutabilidade do "eu", o indivíduo pode sentir que "todas as peças se encaixam", ou seja, que tem coerência e que os seus objetivos são lúcidos, tendo um propósito e que a vida está a tornar-se mais digna de ser vivida, que tem um significado. Em suma, confere-se que a autenticidade está positivamente relacionada com o significado da vida, ou seja, sendo a continuidade do "eu" futuro mais elevada, esta aumentará o sentido da vida do indivíduo (Hong et al., 2024).

Tendo em conta a relevância do conceito apresentado para a compreensão da forma como os indivíduos percecionam e planeiam o seu futuro é importante analisar como é que esta variável se relaciona com o contexto organizacional.

2.1.1. *Future self continuity*: Contexto de trabalho

No contexto de trabalho, o *future self continuity* pode ser entendido como um recurso psicológico individual que influencia a forma como os profissionais projetam o seu percurso futuro e interpretam as suas decisões de carreira (Hershfield, 2011; Sokol & Serper, 2019). Ao estabelecerem uma ligação psicológica entre o "eu" presente e o "eu" futuro, os indivíduos tendem a atribuir maior significado às suas escolhas profissionais atuais, avaliando-as em função dos seus objetivos de longo prazo.

A continuidade com o "eu" futuro pressupõe que os indivíduos percecionam uma ligação psicológica entre quem são no presente e quem esperam vir a ser no futuro, esta ligação torna-se particularmente relevante, uma vez que permite compreender de que modo os indivíduos atribuem significado ao seu percurso de carreira e valorizam oportunidades de desenvolvimento alinhadas com os seus objetivos de longo prazo (Weng et al., 2010).

O *future self continuity*, como uma perspetiva temporal futura, pode melhorar a competência e a confiança do indivíduo para enfrentar um problema, ou seja, pode afetar o grau de resiliência de um indivíduo. A resiliência é um mecanismo subjacente que explica a relação entre a perspetiva temporal futura e a intenção de *turnover*. Portanto, mesmo diante de um problema ou de uma situação negativa no local de trabalho, um indivíduo com um alto nível de perspetiva temporal futura é capaz de se concentrar nos seus objetivos futuros, superando os problemas ou situações negativas, porque é capaz de se recuperar e ser resiliente, o que, por sua vez, diminui a intenção de deixar a organização (Indirasari et al., 2019).

Em suma, o *future self continuity* revela-se uma variável pertinente para compreender atitudes e expectativas no contexto organizacional, dado que profissionais que mantêm uma ligação mais forte com o seu "eu" futuro tendem a orientar as suas decisões atuais em função de objetivos profissionais mais duradouros, o que se traduz em maiores expectativas de crescimento na carreira e em menores níveis de intenção de *turnover*.

2.2. Carreira Profissional

A economia atual mudou a forma como as organizações são estruturadas e geridas, alterando, consequentemente, a natureza da relação entre o colaborador e a organização. Estas mudanças levantam novas questões sobre como é que as atividades de desenvolvimento de carreira se encaixam, nestas relações de troca, no contexto atual. Paralelamente, nas últimas décadas, assistiu-se, também, ao declínio da carreira organizacional tradicional, ou seja, onde a carreira de um indivíduo estava ligada, apenas, a uma única entidade empregadora; em contraste, a mobilidade profissional e a mudança de carreira tornaram-se fenómenos comuns (Weng et al., 2010). As carreiras tradicionais alinham-se por uma visão corporativa, ou seja, valorizam a progressão linear e ascendente dentro de uma mesma organização, esta ao fornecer estabilidade ao colaborador garante que o mesmo seja leal e se comprometa a longo prazo. Já as carreiras contemporâneas são reconhecidas por serem "*boundaryless*", centradas no indivíduo e na flexibilidade do seu percurso e funções, as competências são reconhecidas e valorizadas por serem portáteis e a aprendizagem é realizada na ação (Lyons et al., 2015).

À medida que a mobilidade profissional e as mudanças de carreira se tornam cada vez mais frequentes, os colaboradores precisam de aprender a equilibrar os seus objetivos de carreira de longo prazo com as suas atitudes em relação à organização atual. Além disso, as organizações precisam de se questionar cada vez mais acerca do que podem fazer para reter os seus talentos, oferecendo oportunidades para que estes consigam alcançar os seus objetivos de longo prazo dentro da organização. Segundo Vande Griek et al. (2020) as organizações que oferecem oportunidades de crescimento profissional têm demonstrado criar uma relação de investimento mútuo com os seus colaboradores, o que, por sua vez, tem sido associado a resultados de maior comprometimento organizacional e a menores taxas de *turnover*.

Weng et al., (2010, p. 392) assumem que o crescimento profissional "captures the results of one's efforts by defining it as one's perceptions of the chances of development and advancement within an organization". Os colaboradores tendem a permanecer mais tempo numa organização quando as suas aspirações profissionais se encontram alinhadas com os objetivos da organização onde estão inseridos. Além disso, o crescimento profissional, também consiste em aprimorar qualidades, habilidades e competências dos colaboradores, preparando-os para futuras funções e/ou posições dentro da organização (Japor, 2021).

O crescimento profissional depende tanto do indivíduo quanto da organização. Neste sentido, é importante analisar as práticas de gestão que podem promover o crescimento profissional dos colaboradores dentro da organização (Japor, 2021). Weng e Zhu (2020) afirmam que os empregadores recorrem à proposta de valor do colaborador como instrumento de comunicação estratégica, com o objetivo de clarificar as oportunidades específicas de crescimento profissional disponíveis, reduzindo a discrepância entre as expectativas do colaborador e a realidade, possível, do desenvolvimento da sua carreira. O crescimento na carreira dos colaboradores, para Weng et al. (2010), pode ser definido por quatro fatores: progresso nas metas de carreira, desenvolvimento de habilidades profissionais, velocidade de promoção e crescimento da remuneração. Esta visão multidimensional implica que o crescimento na carreira seja tanto um esforço do próprio indivíduo em querer progredir em direção às suas metas pessoais de carreira e adquirir novas competências mas, também, um esforço por parte da organização em querer recompensar os esforços do indivíduo, através de promoções e aumentos salariais, bem como o cumprimento de promessas por parte do empregador, implícitas no contrato psicológico, que, por sua vez, tem se mostrado positivamente relacionado ao compromisso organizacional dos colaboradores.

As organizações que promovem o desenvolvimento de carreira dos seus colaboradores beneficiam de uma força de trabalho mais comprometida e, consequentemente, de baixos níveis de *turnover*, num contexto em que a mobilidade profissional e a mudança de carreira são cada vez mais frequentes. Quando o colaborador cresce na sua carreira profissional contribui, não só, para a sua satisfação e desempenho profissional individual mas, igualmente, para o mesmo desenvolver uma conexão, cognitiva e afetiva, mais positiva em relação à organização e à sua função (McElroy & Weng, 2016; Weng & Zhu, 2020).

O crescimento profissional na organização é considerado um conceito estratégico na gestão de recursos humanos, uma vez que, para além de fortalecer a relação entre o empregado e o empregador, garante que os colaboradores façam parte do sucesso organizacional. Permitir o planeamento da carreira mostra aos colaboradores que o empregador cuida dos seus recursos humanos, ajudando-os a alcançar as suas aspirações pessoais, tanto imediatas como de longo prazo, alcançando uma vantagem competitiva organizacional sustentável (Japor, 2021).

Em suma, nas carreiras contemporâneas, mais flexíveis e centradas no indivíduo, os profissionais assumem um papel mais ativo na definição e gestão do seu percurso profissional. Neste contexto, a capacidade de projetar o futuro e de estabelecer uma ligação entre as escolhas presentes e os objetivos profissionais de longo prazo torna-se relevante – indivíduos com maior continuidade com o "eu" futuro tendem a valorizar oportunidades de desenvolvimento, progressão e realização de objetivos dentro da organização, sendo expectável que apresentem maiores expectativas de crescimento na carreira.

> **Hipótese 1:** Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram maiores expectativas de crescimento de carreira.

2.3. Intenção de *Turnover*

A intenção de *turnover* é definida por Luz et al. (2018) como uma intenção deliberada de um colaborador de deixar a sua organização, ou seja, antes de a deixar, o colaborador teve a intenção, e isso constitui o indicador mais forte da rotatividade real (Indirasari et al., 2019), é algo que deve ser levado a sério pela organização, pois pode afetar a sustentabilidade da mesma.

A intenção de rotatividade não é explícita, sendo difícil determinar os fatores que levam um indivíduo a deixar a organização. O *turnover* é uma questão crítica na gestão de recursos humanos, que afeta a produtividade, a qualidade dos produtos e serviços e a rentabilidade; para além de ser um dos desafios mais caros. No entanto, um certo nível de rotatividade não pode ser evitado e, na verdade, pode ser benéfico para a organização, pois novos indivíduos significam novas ideias que irão enriquecer as atividades organizacionais. Uma taxa de *turnover* saudável é sempre desejada para garantir um crescimento inovador e saudável das organizações. Quando a rotatividade é muito baixa,

falta “sangue novo” e criatividade, podendo a organização tornar-se rapidamente incapaz de lidar com as mudanças de um mercado global.

Belete (2018), enumera alguns fatores possíveis que levam um indivíduo a desenvolver a intenção de *turnover*. Primeiramente, neste ambiente competitivo global, é necessário um estilo de liderança eficaz para reduzir a taxa de *turnover*. Puni et al. (2016) verificaram que colaboradores expostos a uma liderança autoritária revelam uma maior propensão para desenvolver a intenção de deixar a organização, devido ao estilo diretivo e centrado no controlo unilateral por parte do líder. Em contraste, aqueles que experienciam uma liderança democrática demonstram uma menor predisposição à intenção de *turnover*, devido à abordagem participativa adotada pelo líder na tomada de decisões. Bem como, o compromisso, a justiça, o clima e a cultura organizacional também são fatores que se verificam fortemente relacionados com a intenção de *turnover*.

Por fim, Belete (2018), afirma que a perceção de oportunidades de carreira externas aliada à ausência de possibilidades de progressão interna, contribui para o aumento da intenção de saída por parte dos colaboradores. Ou seja, uma gestão inadequada das oportunidades de promoção, por parte da organização, pode gerar descontentamento, frustração, ceticismo e conflitos, resultando, consequentemente, numa elevada taxa de rotatividade. Pacotes de remuneração atrativos também afetam a retenção, uma vez que, satisfazem os desejos financeiros e materiais dos indivíduos.

A intenção de deixar a organização é um processo cognitivo, deliberado e consciente, onde um colaborador decide abandonar voluntariamente a organização onde exerce funções. Assim, é indesejável quando se verifica um número elevado de colaboradores com intenção de deixar a organização, sobretudo quando se trata de profissionais com um bom desempenho, revelando um *turnover* disfuncional que as organizações devem evitar. As intenções de saída constituem indicadores relevantes da perceção, do julgamento e do comportamento dos indivíduos (Steil et al., 2019).

Em conclusão, a intenção de *turnover* resulta de uma avaliação cognitiva sobre a relação atual do indivíduo com a organização e a possibilidade de permanecer ou sair num futuro próximo. Embora esta intenção possa ser influenciada por fatores organizacionais, torna-se também relevante considerar o papel das características individuais – a continuidade como “eu” futuro pode contribuir para reduzir a intenção de saída, uma vez que indivíduos mais conectados com o seu futuro tendem a avaliar as suas decisões profissionais de acordo com a sua função atual e os seus objetivos de longo prazo.

Hipótese 2: Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram menores níveis de intenção de *turnover*.

2.4. Autoeficácia na Transição para o Trabalho

No mercado de trabalho, as exigências requeridas à força de trabalho estão em constante evolução, a experiência é altamente valoriza pelos empregadores, tornando os estágios num mecanismo crucial que promovem a preparação para a transição entre o contexto académico e profissional (Bomfim & Junior, 2023).

O conceito de autoeficácia, traduz-se por confiança, ou seja, pela capacidade que o indivíduo tem de construir e executar ações para procurar e adaptar-se ao trabalho (Bandura, 1989), esta variável determina o grau de envolvimento e a persistência à inserção profissional (Gamboa et al., 2018). Esta definição interliga-se com a *Social Cognitive Career Theory* desenhada por Lent et al. (1994) dado que explica como é que as crenças de autoeficácia, as expectativas e o contexto social influenciam o desenvolvimento da carreira dos indivíduos. Neste estudo, a perspetiva do *future self continuity* traduz a ligação psicológica entre o "eu" do presento e do futuro dos profissionais, conduzindo as decisões e os comportamentos dos mesmos. Assim, a realização de um estágio constitui uma vivência de aprendizagem que aumenta a autoeficácia na transição para o trabalho e consolida a perceção de continuidade entre o mundo académico e o profissional.

Gomes et al. (2019) afirmam que os indivíduos que apresentam uma maior autoeficácia na transição para o trabalho tendem a ser mais conscientes e empenhados na tomada de decisões e na gestão da sua carreira. Além disso, são mais propensos a encontrar um emprego em que as atividades desenvolvidas estejam alinhadas com os seus valores, necessidades e competências. Para compreender como é que os estudantes se transformam ao longo do processo de formação, de estudantes a profissionais, adquirindo recursos de adaptabilidade de carreira, é necessário considerar o desenvolvimento da sua identidade – imagem que uma pessoa tem de si nos diversos papéis que desempenha ao longo da vida.

Assim, esta mudança não implica apenas uma transição de contextos, mas uma transição de identidade. As pessoas possuem diversas identidades, correspondentes aos papéis que ocupam socialmente. Nesse sentido, o início do exercício da profissão é um ponto crucial no processo de construção da identidade profissional, é o momento a partir

do qual o indivíduo será reconhecido socialmente de acordo com sua profissão – é um período crítico de construção de sentidos sobre si mesmo com importantes repercussões para o futuro, já que as primeiras experiências de inserção no mundo de trabalho são capazes de influenciar padrões futuros de carreira. Neste contexto, os estágios assumem um papel particularmente relevante na construção da identidade profissional, uma vez que constituem uma das principais estratégias utilizadas para facilitar a transição entre o contexto académico e o profissional, promovendo a adaptação dos estudantes ao mundo do trabalho (Silva & Teixeira, 2013).

Chen et al. (2018, p. 89), definem o conceito de estágio como "a practicum-based education experience that are seen as a valuable step in integrating classroom-based learning with real world exposure". A realização de um estágio pode contribuir para o desenvolvimento da autoeficácia na transição para o trabalho, já que se refere à crença do indivíduo na sua capacidade para construir e executar ações de procura e adaptação ao trabalho, influenciando o grau de envolvimento e de persistência na realização das tarefas associadas à inserção profissional (Gamboa et al., 2014). O cariz prático dos estágios oferece aos indivíduos a oportunidade de aplicar conceitos teóricos, aprendidos no meio académico, a contextos profissionais concretos, esta integração estimula o pensamento crítico e a habilidade de resolução de problemas, que é essencial para a entrada no mercado de trabalho, que se verifica cada vez mais desafiante e competitivo (Majka, 2024).

Em conclusão, a realização de um estágio está diretamente relacionada com o quão bem preparados estão os indivíduos para iniciarem o seu percurso no mercado de trabalho. Ou seja, quando os indivíduos optam por realizar um estágio, estão cientes que o mesmo lhes trará uma maior compreensão sobre a sua área de formação, o desenvolvimento sólido de competências técnicas e interpessoais, a oportunidade de contactarem com profissionais experientes e a enfrentarem desafios inerentes à dinâmica organizacional (Chen et al., 2018). Assim, a autoeficácia na transição para o trabalho pode ser entendida como o mecanismo que explica a relação entre a continuidade com o "eu" futuro e os resultados organizacionais, assim quando um indivíduo se sente mais conectado com o seu "eu" futuro, sente-se também mais confiante para se adaptar, gerir desafios e orientar o seu percurso no mercado de trabalho; e, por sua vez, tem mais expectativas positivas de crescimento na carreira e menos intenção de saída da organização onde se encontra inserido.

Hipótese 3: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e o crescimento de carreira.

Hipótese 4: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover*.

2.5. *Employer Branding*

As organizações procuram posicionar-se como empregadores de escolha, ou seja, as mesmas pretendem distinguirem-se da concorrência, ao atrair, desenvolver e reter talentos, com o objetivo de atingir com mais facilidade os objetivos estratégicos do negócio. Acredita-se que um "*good workplace*" gera múltiplos benefícios, dado que produz produtos e serviços de maior qualidade, fomentado a inovação, simultaneamente, tendo a capacidade de atrair talentos e reduzir o *turnover*, enfrentando menos resistência à mudança, o que se traduz diretamente em melhores resultados financeiros (Joo e Shim, 2010). Com isto, no contexto atual do mercado de trabalho, "*the war for talent*" é intensificada, uma vez que o *employer branding* emerge como uma ferramenta estratégica da gestão de recursos humanos (Rampl, 2014).

Ambler e Barrow (1996, p. 186), definiram pela primeira vez o conceito de *employer brand* – "the package of functional, economic and psychological benefits provided by employment, and identified with the employing company", neste sentido este torna-se tridimensional, composto por: benefícios funcionais – desenvolvimento e/ou atividades úteis; benefícios económicos – prémios materiais ou monetários; e benefícios psicológicos – sentimento de pertença, de orientação e de propósito.

O conceito acarreta, simultaneamente, uma face externa e interna. Externamente, a organização tem como objetivo construir e comunicar a sua proposta de valor ao mercado de trabalho, esta é um elemento chave para que se diferencie e atraia candidatos alinhados com os seus valores e princípios. Internamente, é expectável que a organização cumpra a sua "promessa" ao longo do percurso do indivíduo dentro da mesma, através das práticas de gestão de recursos humanos que asseguram a consistência entre o que foi prometido e a realidade (Foster et al., 2010).

Mais tarde, os autores Tanwar e Prasad (2017) decidiram reforçar e aprofundar o *framework* anteriormente apresentado, propondo uma estrutura constituída por cinco dimensões. A primeira dimensão "*compensation and benefits*", reflete um salário atrativo e os benefícios competitivos oferecido pela organização aos seus colaboradores, este

pacote é eficaz além de se tornar competitivo no mercado, para atrair e reter talentos. A segunda "*training and development*", promove o desenvolvimento de competências e as oportunidades de crescimento, dos cargos atuais para os futuros. A terceira "*ethics and corporate social responsibility*", explica as variáveis que medem as preocupações éticas e sociais da organização em relação aos seus empregados, em particular, e à sociedade, em geral. A quarta "*work-life balance*", esta caracteriza-se pelo equilíbrio entre a vida pessoal e profissional de uma pessoa, no momento, as organizações estão a tornar-se mais conscientes das questões relacionadas com este equilíbrio, começando a incorporar estratégias. A última "*healthy work atmosphere*", as organizações apostam num ambiente de trabalho amigável e sem *stress*, bem como o espírito de equipa entre os colaboradores, o ambiente de trabalho de cada organização é único e pode ser usado como uma proposta de valor, a fim de diferenciá-la das organizações concorrentes.

Contudo, a eficácia destas dimensões não depende apenas da sua definição e concretização, mas da forma como são comunicadas e percecionadas pelos indivíduos. Assim, para que proposta de valor seja sólida requer consistências das mensagens externas e internas transmitidas pela organização, sobre a cultura organizacional, as características do local de trabalho, as especificidades dos produtos e serviços, e, especialmente, a imagem e a reputação enquanto entidade empregadora. Se houver uma discrepância entre as mensagens, externa e interna, pode causar danos substanciais para a organização (Itam et al., 2020). O *employer branding* necessita de ser constantemente cultivado, estimulado e reavaliado para se adequar à situação atual da organização e do mercado em que está inserida, bem como o seu público alvo (Hein et al., 2024).

Em suma, o *employer branding* constitui uma dimensão estratégica da gestão de recursos humanos, dado que contribui para a forma como a organização é percecionada pelos seus colaboradores atuais e potenciais. Quando os indivíduos percecionam a organização como atrativa e credível, tendem a interpretar o contexto laboral como mais favorável à concretização dos seus objetivos profissionais. Desta forma, o *employer branding* pode funcionar como um fator contextual que reforça a relação entre a autoeficácia na transição para o trabalho e os resultados organizacionais – indivíduos que se sentem mais capazes de gerir a sua transição e adaptação para o mercado de trabalho, poderão apresentar maiores expectativas de crescimento na carreira e menor intenção de saída, sobretudo quando percecionam a organização como uma entidade empregadora valorizada e alinhada com as suas expectativas profissionais.

Hipótese 5: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *future self continuity* e o crescimento de carreira.

Hipótese 6: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover*.

2.6. Relação entre as Variáveis: Social Cognitive Career Theory

A *Social Cognitive Career Theory* de Lent et al. (1994), é a teoria crucial para compreender a relação entre as variáveis que constituem o modelo de investigação – esta é derivada da teoria social cognitiva de Bandura (1989), sendo adequada para explicar e analisar o desenvolvimento dos interesses, as escolhas e o desempenho no contexto académico e laboral dos indivíduos.

A presente teoria propõe que o desenvolvimento da careira de um indivíduo resulta da interação entre três mecanismos sociocognitivos: (1) *self-efficacy beliefs,* (2) *outcome expectations e* (3) *goals*. Primeiramente, as crenças de autoeficácia (*self-efficacy beliefs*) referem-se à convicção que um indivíduo tem sobre a sua capacidade para organizar e executar com sucesso as ações necessárias para alcançar um determinado desempenho, o que vai influenciar as suas escolhas, esforço, persistência e a forma como enfrenta dificuldades. Em segundo, as expetativas de resultados (*outcome expectations*), corresponde à confiança que um indivíduo tem sobre as consequências prováveis dos seus comportamentos, ou seja, o que espera obter se agir de uma determinada forma, influenciando as suas escolhas, motivações e o investimentos em diferentes vertentes da sua carreira. Por fim, os objetivos (*goals*), correspondem às intenções que orientam as ações de um indivíduo em direção a resultados específicos que pretende obter no futuro, sendo centrais na autorregulação do comportamento para organizar o seu esforço, persistência e aumentar a probabilidade para concretizar os seus objetivos de carreira (Lent et al., 1994).

Atualmente, esta teoria para além de apresentar um mecanismo de interação entre fatores individuais, comportamentais e ambientais no ambiente profissional, também evoluiu abrangendo a satisfação e o bem-estar (Lent e Brown, 2006), o que reforça a sua utilidade para compreender a carreira em contextos laborais contemporâneos, marcados pela mudança, flexibilidade e imprevisibilidade (Wang et al., 2022).

Neste enquadramento, o *future self continuity* é entendido como um recurso cognitivo motivacional, um antecedente individual que orienta, que interliga o "eu"

presente e futuro, promovendo coerência entre as ações atuais e os objetivos a longo prazo. Assim, indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro tenderão a organizar de forma consistente o seu percurso profissional e, por sua vez, a atribuir um maior significado ao crescimento da carreira, desenvolvendo vínculos mais positivos com a organização onde estão inserido e menos predisposição para abandonar a mesma.

A autoeficácia na transição para o trabalho, como mediador, revela-se coerente com os pressupostos da teoria. As crenças que um indivíduo possui sobre a capacidade para realizar comportamentos necessários para a realização de certos objetivos/tarefas, ou seja, as crenças são construídas a partir de experiências de desempenho, aprendizagem. Assim, é de esperar que indivíduos com uma maior continuidade com o "eu" futuro se sintam mais capazes de gerir a sua inserção e adequação ao mercado de trabalho, com esta eficiência e eficácia na transição favorecem expectativas positivas para os seus objetivos de crescimento profissional a longo prazo e tenham menor probabilidade de abandonar a organização.

Por fim, o *employer branding*, como moderador, como um fator contextual, ou seja, comportamentos e resultados de carreira não dependem exclusivamente, de características do indivíduo, mas de atributos específicos do contexto que facilitam ou limitam a concretização dos objetivos finais do indivíduo. Neste sentido, quando os indivíduos percecionam a organização como uma entidade empregadora atrativa, credível e que promove o desenvolvimento dos seus colaboradores.

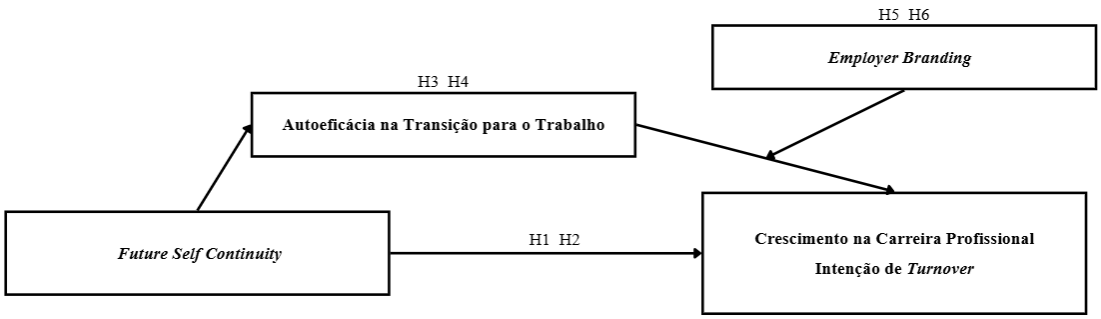
Em conclusão, a teoria proposta para sustentar o modelo de investigação oferece um enquadramento robusto uma vez que permite compreender que as expectativas e os vínculos organizacionais não decorrem exclusivamente de disposições individuais, nem apenas das características do contexto, mas da interação de ambas – onde a importância que cada indivíduo dá à continuidade com o seu "eu" futuro impacta o crescimento de carreira e a intenção de *turnover*, por via da autoeficácia da transição, sendo este efeito condicionado pela perceção do contexto organizacional.

Capítulo 3: Modelo de Investigação e Hipóteses

3.1. Modelo de Investigação

O modelo de investigação compila a interação de cinco variáveis: *future self continuity*, crescimento na carreira profissional, intenção de *turnover*, autoeficácia na transição para o trabalho e *employer branding*. A questão central desta investigação é: "De que forma a continuidade com o "eu" futuro se relaciona com o crescimento na carreira profissional e a intenção de *turnover*, e em que medida estas relações são explicadas pela autoeficácia na transição para o trabalho e condicionadas pelo *employer branding*?". Esta questão, reflete um problema importante, como é que os empregadores irão reter e desenvolver o talento, tendo em conta a projeção futura que os indivíduos têm de si mesmos. A Figura 1 representa graficamente a questão apresentada, com as hipóteses de estudo.

Figura 1
Modelo de Investigação Com Hipóteses De Investigação



Nota.
Elaboração da própria

3.2. Hipóteses de Investigação

No presente estudo, pretende-se estudar as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram maiores expectativas de crescimento de carreira.

Hipótese 2: Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram menores níveis de intenção de *turnover*.

Hipótese 3: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e o crescimento de carreira.

Hipótese 4: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover*.

Hipótese 5: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *futures self continuity* e o crescimento de carreira.

Hipótese 6: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *futures self continuity* e a intenção de *turnover*.

Capítulo 4: Metodologia

Tal como já foi mencionado anteriormente, esta investigação pretende analisar como a perspetiva futura que os indivíduos têm sobre si próprios influencia o seu crescimento na carreira e a intenção de *turnover*, sendo este efeito mediado pela autoeficácia na transição para o trabalho e moderado pelo *employer branding*. Este capítulo é constituído por: identificação da amostra, instrumentos, técnica de recolha de dados e, por fim, procedimentos de análise de dados.

4.1. Identificação da Amostra

A população-alvo do questionário *online* (Anexo A) foi constituída por indivíduos residentes em Portugal ativos no mercado de trabalho, na sua área de formação, no momento em que responderam ao inquérito. Estes três critérios têm como objetivo assegurar maior coerência entre o percurso académico, a experiência profissional atual e os objetivos futuros de carreira dos participantes, consistente com a *Social Cognitive Career Theory*, segundo a qual o desenvolvimento de carreira resulta da articulação entre crenças de autoeficácia, expectativas de resultado, objetivos profissionais e o contexto laboral (Lent et al., 1994). Adicionalmente, como quarto critério, considerando que a autoeficácia na transição para o trabalho integra o modelo de investigação enquanto variável mediadora, foram incluídos apenas participantes que tivessem realizado pelo menos um estágio, curricular ou profissional, por se tratar de uma experiência relevante de contacto e adaptação ao contexto profissional.

A análise de dados para a presente investigação iniciou-se com a aplicação dos quatro critérios de exclusão, procedendo-se a uma fase de limpeza e de filtragem dos dados. Foram recolhidas 394 respostas ao questionário *online*, no entanto após aplicados os quatro critérios de exclusão a amostra final é de 263 indivíduos, tendo sido eliminadas 131 respostas. Foram excluídos os respondeste que: (1) não residiam em Portugal; (2) não se encontravam inseridos no mercado de trabalho; (3) exerciam funções fora da sua área de formação académica; e (4) nunca tinham realizado um estágio, curricular ou profissional. Foi sobre esta amostra que incidiram as estatísticas descritivas e inferenciais subsequentes, garantindo que os resultados refletem as perceções de profissionais que experienciam a aplicação prática da sua formação no contexto laboral nacional.

No que concerne à caracterização da amostra (N = 263), cuja análise detalhada se encontra no Anexo B, esta apresenta uma predominância de respondentes do sexo feminino, correspondendo a 68,4% da amostra (n = 180), enquanto que o sexo masculino

representa 31,6% (*n* = 83). Relativamente à idade dos participantes, esta distribui-se maioritariamente entre os 26 e os 35 anos representando 46,4% (*n* = 122) e os 20 e 25 anos com 32,7% (*n* = 86), sendo os grupos dos 36 aos 45 anos, 46 aos 55 anos e maiores que 55 anos menos representados, constituindo estes três grupos no total 20,9% da amostra final.

No que diz respeito ao nível de habilitação mais elevado concluído pelos respondentes, verificou-se que 54,4% possui mestrado (*n* = 143), logo após a licenciatura com 35,4% (*n* = 93) e doutoramento com 7,2% (*n* = 19). As áreas de formação que se destacaram entre os participantes foram gestão (*n* = 81; 30,8%), *marketing* e comunicação (*n* = 61; 23,2%), ciência sociais (*n* = 46; 17,5%) e engenharia (*n* = 36; 13,7%).

4.2. Instrumentos

Com o objetivo de estudar as variáveis enunciadas anteriormente, foram utilizadas cinco escalas – *future self continuity*, crescimento na carreira profissional, intenção de *turnover*, autoeficácia na transição para o trabalho e *employer branding*. Com a exceção da escala de autoeficácia na transição para o trabalho, já disponível em português, as restantes escalas foram traduzidas através do método de tradução e retroversão, com recurso a um segundo investigador.

O *future self continuity* (FSC) é medido pelo *Future Self-Continuity Questionnaire* criada por Sokol e Serper (2020), contendo 10 itens divididos em três dimensões: do primeiro ao quarto item – *similarity to future self* (por exemplo, "Quão semelhante és agora ao que serás daqui a 10 anos?"), do quinto ao sétimo – *vividness of future self* (por exemplo, "Com que nitidez consegue imaginar como será a sua aparência daqui a 10 anos?"), do oitavo ao décimo – *positive affect to future self* (por exemplo, "Gosta de como será daqui a 10 anos?"). Os inquiridos responderam a cada item numa escala de 6 pontos, que variam entre 1 (completamente diferente/de todo) e 6 (exatamente igual/perfeitamente).

O crescimento na carreira profissional (CARR) é medida pela escala *Career Growth* desenhada por Weng e Hu (2009), esta tem quatro dimensões: *career goal progress* (por exemplo, "O meu emprego atual aproxima-me dos meus objetivos de carreira."), *professional ability development* (por exemplo, "O meu emprego atual incentiva-me a adquirir continuamente novas competências relacionadas com o trabalho."), *promotion speed* (por exemplo, "A minha velocidade de promoção na

organização atual é rápida.") cada uma com quatro itens e *remuneration growth* (por exemplo, "O meu salário está a crescer rapidamente na minha organização atual.") com 3 itens. Os inquiridos indicaram a sua concordância com cada item numa escala de 5 pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

Já a variável intenção de *turnover* (TURN), medida pelos *Turnover Cognitions Items* de Bozeman e Perrewé (2001), tem 5 itens (por exemplo, "Provavelmente procurarei um novo emprego num futuro próximo."), sendo 3 destes invertidos (por exemplo, "Não pretendo deixar meu emprego."). Os inquiridos indicaram a sua concordância com cada item numa escala de 6 pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

A autoeficácia na transição para o trabalho (AUTO), foi medida com uma escala que contém três dimensões, no entanto nesta investigação apenas será usada a primeira: "Autoeficácia na Adaptação ao Trabalho", composta por 12 itens (por exemplo, "Desempenho bem as minhas funções no meu emprego atual."), concretizada por Vieira et al. (2007). Os inquiridos indicaram o seu nível de confiança relativamente a cada item numa escala de 6 pontos, variando de 1 (nada confiante) a 6 (totalmente confiante).

O *employer branding* (EB), foi medida pela *EB Scale* de Tanwar e Prasad (2017) que inclui 5 dimensões – *healthy work atmosphere* (por exemplo, "A minha organização dá autonomia aos seus funcionários para tomarem decisões.") e *training and development* (por exemplo, "A minha organização oferece-nos cursos de formação online.") ambas constituídas por 6 itens, *work-life balance* (por exemplo, "A minha organização oferece horários de trabalho flexíveis.") com 3 itens, e *ethics and corporate social responsibility* (por exemplo, "A minha organização tem uma atitude justa para com os funcionários.") e *compensation and benefits* (por exemplo, "Em geral, o salário oferecido pela minha organização é elevado.") com 4 itens cada uma. Os inquiridos indicaram a sua concordância com cada item numa escala de 6 pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

4.3. Técnica de Recolha de Dados

A recolha de dados foi feita através de um inquérito por questionário, elaborado através da plataforma *Google Forms*, tendo sido posteriormente partilhado através da rede social *LinkedIn* e por correio eletrónico, de modo a conseguir atingir um maior número de respostas, e heterogeneidade, ou seja, uma maior diversidade de idades e,

consequentemente, de opiniões. Neste sentido, a amostragem foi não probabilística, por conveniência, em bola de neve. O período de recolha de dados decorreu entre 5 de novembro de 2025 a 5 de fevereiro de 2026.

O questionário, escrito em português, tinha uma duração de resposta de cerca de sete minutos, tendo a participação sido estritamente voluntária, anónima e confidencial, tal como explicito no consentimento informado. O questionário estava subdividido em várias secções, iniciando-se com o consentimento informado e uma breve explicação sobre o objetivo da investigação. A primeira secção era referente ao mercado de trabalho, esta delimitava o público-alvo da investigação, questionava se o mesmo se encontrava atualmente no mercado de trabalho, na sua área de formação, e se já tinha realizado algum estágio, seja este curricular ou profissional, se sim, há quanto tempo tinha realizado o último. As seguintes secções eram escalas de medida elaboradas e validadas pelos seus autores investigadores em cada temática: autoeficácia na transição para o trabalho, crescimento na carreira profissional, intenção de *turnover*, *employer branding* e *future self continuity*. A última secção dedicava-se à recolha dos dados sociodemográficos dos participantes.

4.4. Procedimentos para a Análise de Dados

Para explorar a ligação entre as variáveis, foi realizado um estudo quantitativo, utilizado para recolher as experiências da população-alvo, de forma a, posteriormente, serem analisadas e tratadas através do programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 30 para Windows. Primeiramente, a análise estatística envolveu análises preliminares e a verificação da qualidade das medidas: consistência interna das escalas, estatísticas descritivas das variáveis e correlações entre variáveis. E de seguida, para testar as hipóteses enunciadas, utilizou-se a regressão linear simples para as hipóteses 1 e 2; para as hipóteses 3 e 4 e para as hipóteses 5 e 6 recorreu-se ao PROCESS Model 4 e 14, de Hayes (2018), respetivamente, para a análise dos efeitos de mediação simples e de mediação moderada do modelo proposto.

Capítulo 5: Resultados e Discussão

O presente capítulo divide-se em duas fases, apresentando os resultados obtidos na investigação e a sua respetiva discussão, organizando-se de forma sequencial e articulada com os objetivos e hipóteses de investigação definidos anteriormente. Assim, numa primeira fase são realizadas análises preliminares e verificada a qualidade das medidas usadas e, seguidamente, são testadas as hipóteses contempladas pelo modelo proposto. Numa segunda fase, os resultados são discutidos à luz da literatura, sendo apresentadas as principais contribuições teóricas e práticas.

5.1. Análises Preliminares e Qualidade das Medidas

Antes de iniciar o processo de análise, alguns itens das escalas utilizadas foram invertidos e agrupados nas respetivas dimensões. Este subcapítulo conta com a análise da consistência interna das escalas, com as estatísticas descritivas de cada variável e, por fim, com as correlações entre as variáveis.

5.1.1. Consistência Interna das Escalas

A consistência interna das escalas foi avaliada através do alfa de Cronbach, (Tabela 1), avaliando a consistência interna e a fiabilidade do instrumento. Todas as escalas utilizadas na investigação alcançaram níveis adequados a excelentes, com valores entre 0,85 e 0,91. Em particular, as escalas de crescimento de carreira e *employer branding* apresentam-se como excelentes. Já as escalas de autoeficácia na transição para o trabalho, intenção de *turnover* e *future self continuity* revelaram uma consistência interna boa.

Tabela 1
Consistência Interna das Escalas

Escalas (média total dos itens)	Alfa de Cronbach	Número de Itens
Future Self Continuity	0,85	10
Crescimento de Carreira	0,91	15
Intenção de *Turnover*	0,87	5
Autoeficácia na Transição para o Trabalho	0,88	12
Employer Branding	0,90	23

5.1.2. Estatísticas Descritivas das Variáveis

A Tabela 2 apresenta as estatísticas descritivas das variáveis utilizadas no estudo, incluindo os valores de: mínimo, máximo, média e desvio padrão. Observa-se que a

amostra demonstra níveis relativamente mais elevados de *future self continuity*, crescimento de carreira profissional e *employer branding*. A intenção de *turnover* destacou-se, uma vez que é a variável com maior dispersão, indicando uma maior heterogeneidade entre os inquiridos quanto à sua intenção de sair da organização em que se encontram inseridos. Por fim, a autoeficácia na transição para o trabalho apresentou valores elevados e com menor variabilidade entre todas as variáveis analisadas.

Tabela 2
Estatísticas Descritivas das Variáveis

Variáveis (média total dos itens)	*N*	Mín.	Máx.	Média	*DP*
Future Self Continuity	263	1,10	6,00	4,03	0,74
Crescimento de Carreira	263	1,47	5,00	3,45	0,70
Intenção de *Turnover*	263	1,00	5,00	2,88	1,14
Autoeficácia na Transição para o Trabalho	263	3,08	6,00	5,20	0,52
Employer Branding	263	1,65	5,00	3,33	0,68

5.1.3. Correlações entre variáveis

Para verificar se existiam correlações entre as várias variáveis do estudo foi aplicado o teste de correlação de Pearson, assim na Tabela 3 podem observar-se todas as correlações estabelecidas. Considerando os critérios de Cohen (1988), correlações inferiores a 0,30 são interpretadas como fracas, entre 0,30 e 0,49 como moderadas e iguais ou superiores a 0,50 como fortes.

De acordo com o modelo de investigação proposto, a variável independente, *future self continuity*, apresenta uma correlação positiva, significativa e fraca com crescimento na carreira profissional (r = 0,15**). Apresentou também uma correlação negativa, significativa e fraca com a intenção de *turnover* (r = -0,13**). Estes resultados indicam que níveis mais elevados de continuidade com o "eu" futuro tendem a coexistir com maiores níveis de crescimento de carreira e menores níveis de intenção de saída.

Observa-se ainda uma correlação positiva, significativa e fraca com o mediador (r = 0,29**), autoeficácia na transição para o trabalho. Já o *employer branding*, moderador, não tem uma correlação significativa com o *future self continuity* (r = 0,08), contudo a dimensão *healthy work atmosphere* do *employer branding* (r = 0,12*) verifica uma correlação positiva, significativa e fraca, demonstrando que a continuidade do *self* relaciona-se de forma limitada e seletiva apenas com uma das dimensões.

No que toca ao mediador, autoeficácia na transição para o trabalho, apresentou correlações significativas com todas as variáveis dependentes, ou seja, maiores níveis de confiança na transição tendem a coexistir com melhores resultados no crescimento na carreira e com menor intenção de *turnover*. É importante salientar que não se correlaciona de forma significativa com o moderador, *employer branding* ($r = 0,04$).

Por fim, o moderador, *employer branding*, também se correlacionou significativamente com todas as variáveis dependentes, indicando que as perceções favoráveis sobre *employer branding* são associadas a um maior crescimento na carreira e a uma menor intenção de saída da organização.

5.2. Teste de Hipóteses

Neste ponto o objetivo é testar o modelo de investigação proposto, analisando as hipóteses 1 e 2; os efeitos indiretos da mediação propostos nas hipóteses 3 e 4; e os efeitos de mediação moderada nas hipóteses 5 e 6, recorrendo a análises de regressão e aos modelos adequados do PROCESS.

5.2.1. Hipóteses 1 e 2

Neste subcapítulo analisam-se os efeitos da variável *future self continuity* nas variáveis dependentes: crescimento de carreira e intenção de *turnover*, através de regressões lineares.

Primeiramente a Hipótese 1: Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram maiores expectativas de crescimento de carreira – os resultados indicaram que o modelo de regressão foi estatisticamente significativo (F (1, 261) = 6,64; $p = 0,01$), indicando que a continuidade com o "eu" do futuro é um preditor positivo para o aumento das expectativas de crescimento na carreira ($R^2 = 0,02$; R^2 *ajustado* = 0,02; $B = 0,15$): a Hipótese 1 é suportada (Tabela 4, 5 e 6).

Tabela 3
Correlações Entre as Variáveis

Escalas (média total dos itens)	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**5.1.**	**5.2.**	**5.3.**	**5.4.**	**5.5.**
1. *Future Self Continuity*	1									
2. Crescimento de Carreira	0,15**	1								
3. Intenção de *Turnover*	-0,13**	-0,54**	1							
4. Autoeficácia na Transição para o Trabalho	0,29**	0,28**	-0,18**	1						
5. *Employer Branding*	0,08	0,56**	-0,48**	0,04	1					
5.1. EB_*Healthy Work Atmosphere*	0,12*	0,52**	-0,35**	0,11	0,75**	1				
5.2. EB_*Training and Development*	-0,03	0,51**	-0,50**	0,02	0,86**	0,49**	1			
5.3. EB_*Work-life Balance*	0,07	0,22**	-0,24**	-0,04	0,66**	0,39**	0,48**	1		
5.4. EB_*Ethics and Corporate Social Responsibility*	0,08	0,46**	-0,38**	0,09	0,81**	0,60**	0,65**	0,45**	1	
5.5. EB_*Compensation and Benefits*	0,10	0,32**	-0,24**	-0,02	0,67**	0,32**	0,47**	0,38**	0,46**	1

Nota.
*. A correlação é significativa no nivel 0,05 (2 extremidades).
**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Tabela 4
Resumo do Modelo: Crescimento de Carreira

Modelo	*R*	*R²*	*R² ajustado*	Erro padrão da estimativa
1	0,15	0,02	0,02	0,69

Tabela 5
Efeito Direto ANOVA: Crescimento de Carreira

Modelo		Soma dos quadrados	*df*	Quadrado médio	*F*	*Sig.*
1	Regressão	3,24	1	3,24	6,64	0,01
	Resíduo	127,28	261	0,48		
	Total	130,52	262			

Tabela 6
Coeficientes: Crescimento de Carreira

		Coeficientes não padronizados					95% Intervalo de confiança para *B*	
Modelo		*B*	Erro padrão	Coeficientes padronizados Beta	*t*	*Sig.*	Limite inferior	Limite superior
1	(Constante)	2,84	0,23		11,92	<,001	2,37	3,31
	TOT_FSC	0,15	0,05	0,15	2,57	0,01	0,03	0,26

A Hipótese 2: Indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro demonstram menores níveis de intenção de *turnover* – o modelo foi estatisticamente significativo ($F(1, 261) = 4{,}67$; $p = 0{,}03$), revelando que a continuidade com o "eu" futuro prediz negativamente a intenção de saída da organização ($R^2 = 0{,}01$; R^2 *ajustado* = 0,01; $B = -0{,}20$): a Hipótese 2 é suportada (Tabela 7, 8 e 9).

Tabela 7
Resumo do Modelo: Intenção de Turnover

Modelo	*R*	*R²*	*R² ajustado*	Erro padrão da estimativa
1	0,13	0,01	0,01	1,13

Tabela 8
Efeito Direto ANOVA: Intenção de Turnover

Modelo		Soma dos quadrados	df	Quadrado médio	F	Sig.
1	Regressão	6,03	1	6,03	4,67	0,03
	Resíduo	336,48	261	1,28		
	Total	342,51	262			

Tabela 9
Coeficientes: Intenção de Turnover

Modelo		Coeficientes não padronizados					95% Intervalo de confiança para *B*	
		B	Erro padrão	Coeficientes padronizados Beta	*t*	*Sig.*	Limite inferior	Limite superior
1	(Constante)	3,71	0,38		9,56	<,001	2,95	4,47
	TOT_FSC	-0,20	0,09	-0,13	-2,16	0,03	-0,39	-0,01

Em conclusão, os resultados suportaram as hipóteses 1 e 2, ou seja, indicam que a continuidade com o "eu" do futuro está associada a maiores expectativas de crescimento na carreira, bem como a níveis menores de intenção de *turnover*.

5.2.2. Hipóteses 3 e 4: Mediação

Este subcapítulo tem como objetivo a análise dos efeitos do *future self continuity* na carreira profissional e intenção de *turnover*, através de modelos de mediação estimados com o PROCESS Model 4, considerando como mediador a variável de autoeficácia na transição para o trabalho.

Primeiramente, a Hipótese 3: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e o crescimento de carreira – considerando o *future self continuity* como X, a autoeficácia na transição para o trabalho como M e o crescimento na carreira profissional como Y. Os resultados, apresentados na Tabela 10, verificam que o *future self continuity* prediz de forma positiva e significativa tanto a autoeficácia na transição para o trabalho, como o crescimento na carreira profissional.

O efeito total também se dita positivo e estatisticamente significativo, no entanto ao introduzir a variável mediadora no modelo, o efeito direto revelou-se não significativo. Este padrão sugere uma mediação perfeita, uma vez que o efeito inicial do *future self continuity* sobre o crescimento de carreira era significativo mas deixou de o ser quando a autoeficácia na transição para o trabalho foi introduzida no modelo. Assim, a relação entre a continuidade com o "eu" futuro e o crescimento de carreira parece ocorrer sobretudo através da confiança dos indivíduos na sua capacidade de gerir a transição para o trabalho.

Finalmente, o efeito indireto, ou seja, o efeito do *future self continuity* sobre o crescimento na carreira através da autoeficácia na transição para o trabalho demonstrou-se positivo e significativo (*Efeito* = 0,07; *BootSE* = 0,02; *IC Bootstrap 95%* [0,03; 0,12]), uma vez que o intervalo de confiança não inclui 0 – indica que indivíduos com níveis mais elevados de continuidade com o seu "eu" futuro têm maiores expectativas de

crescimento de carreira através da confiança na gestão de transição para o trabalho – assim, conclui-se que a hipótese 3 é suportada.

Tabela 10
Hipótese 3: Mediação PROCESS Model 4

Caminho	Efeito	*SE*	*t*	*p*	*IC* 95% Inferior	*IC* 95% Superior
X → M	0,20	0,04	4,98	0,00	0,12	0,29
M → Y	0,34	0,08	4,11	0,00	0,17	0,50
Efeito total (c)	0,15	0,05	2,57	0,01	0,03	0,26
Efeito direto (c')	0,07	0,05	1,32	0,18	-0,03	0,19
Efeito indireto (ab)	0,07	0,02	___	___	0,03	0,12

Por fim, a Hipótese 4: A autoeficácia na transição para o trabalho medeia a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover* – considerando o *future self continuity* como X, a autoeficácia na transição para o trabalho como M e a intenção de *turnover* como Y. A tabela 11, enuncia que os resultados de mediação, onde o *future self continuity* atua de forma positiva e significativa sob a autoeficácia na transição para o trabalho, contudo a mesma autoeficácia apresenta uma relação negativa e significativa com a intenção de *turnover*.

Nesta hipótese, o efeito total observa-se negativo e estatisticamente significativo com o efeito do *future self continuity* sobre a intenção de *turnover*, porém após a introdução do mediador no modelo, o efeito direto não se manteve significativo. Já o efeito indireto, isto é, o efeito do *future self continuity* na intenção de *turnover* através da autoeficácia na transição para o trabalho revelou-se negativo e significativo (*Efeito* = -0,07; *BootSE* = 0,03; *IC Bootstrap 95%* [-0,13; -0,01]). Adicionalmente, a perda de significância do efeito direto após a introdução da autoeficácia na transição para o trabalho sugere a existência de uma mediação completa, indicando que a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover* ocorre através do aumento da autoeficácia na transição para o trabalho. Revelando que níveis mais elevados de continuidade com o "eu" futuro associam-se a maior confiança na transição e, por isso, menos intenção de saída da organização com quem estão comprometidos – conclui-se que a hipótese 4 é suportada.

Tabela 11
Hipótese 4: Mediação PROCESS Model 4

Caminho	Efeito	*SE*	*t*	*p*	*IC* 95% Inferior	*IC* 95% Superior
X → M	0,20	0,04	4,98	0,00	0,12	0,29
M → Y	-0,33	0,13	-2,42	0,01	-0,60	-0,06
Efeito total (c)	-0,20	0,09	-2,16	0,03	-0,39	-0,01
Efeito direto (c')	-0,13	0,09	-1,37	0,17	-0,32	0,05
Efeito indireto (ab)	-0,07	0,03	___	___	-0,13	-0,01

Em suma, os resultados da análise de mediação confirmam que a autoeficácia na transição para o trabalho medeia de forma significativa a relação entre o *future self continuity* e o crescimento na carreira, (hipótese 3), bem como a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover*, (hipótese 4). Em suma, revela que indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro têm mais confiança na gestão da transição para o mercado de trabalho e, consequentemente, maiores expectativas de crescimento de carreira e menos intenção de saída.

5.2.3. Hipóteses 5 e 6: Mediação Moderada

Este subcapítulo tem como objetivo a análise dos efeitos do *future self continuity* nas duas variáveis dependentes: carreira profissional e intenção de *turnover*, através de modelos de mediação moderada estimados com o PROCESS Model 14, considerando como mediador a variável de autoeficácia na transição para o trabalho e como moderador o *employer branding*.

Primeiramente, a Hipótese 5: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *futures self continuity* e o crescimento de carreira – considerando o *future self continuity* como X, a autoeficácia na transição para o trabalho como M, o *employer branding* como W e o crescimento de carreira como Y.

De acordo com a Tabela 12, os resultados evidenciaram que o *future self continuity* influencia de forma positiva e significativa a autoeficácia na transição para o trabalho. Por sua vez, a autoeficácia na transição para o trabalho prediz de forma positiva e significativa o crescimento de carreira. O *employer branding* também apresentou um efeito direto positivo e significativo no crescimento de carreira. No entanto, a interação entre a autoeficácia na transição para o trabalho e *employer branding* não se revelou significativa (*Efeito* = -0,15; *SE* = 0,10; *t* = -1,52; *p* = 0,12; *IC Bootstrap 95%* [-0,34;

0,04]), indicando que o *employer branding* não moderou a relação entre a autoeficácia na transição para o trabalho e o crescimento de carreira.

Relativamente aos efeitos indiretos, estes revelam-se significativos, tanto no nível baixo, médio e elevado de *employer branding*, uma vez que em nenhum dos intervalos incluiu o valor 0. Ainda assim, o índice de mediação moderada não foi significativo (*Efeito* = -0,31; *BootSE* = 0,02; *IC Bootstrap 95%* [-0,08; 0,01]), indicando que embora exista um efeito indireto do *future self continuity* sobre o crescimento na carreira através da autoeficácia na transição para o trabalho, esse efeito não varia em função da variável *employer branding* – a hipótese 5 não é suportada.

Tabela 12
Hipótese 5: Mediação Moderada PROCESS Model 14

Caminho	Efeito	*SE*	*t*	*p*	*IC* 95% Inferior	*IC* 95% Superior
X → M	0,20	0,04	4,98	0,00	0,12	0,29
M → Y	0,31	0,06	4,58	0,00	0,18	0,45
W → Y	0,57	0,05	11,38	0,00	0,47	0,67
M x W → Y	-0,15	0,10	-1,52	0,12	-0,34	0,04
Efeito direto: X → M	0,04	0,04	0,84	0,39	-0,05	0,13
Efeito indireto baixo	0,08	0,03	___	___	0,03	0,15
Efeito indireto médio	0,06	0,01	___	___	0,03	0,10
Efeito indireto elevado	0,04	0,01	___	___	0,00	0,08
Índice da mediação moderada	-0,31	0,02	___	___	-0,08	0,01

Por fim, a Hipótese 6: O *employer branding* modera a relação de mediação da autoeficácia na transição para o trabalho entre o *futures self continuity* e a intenção de *turnover* – considerando o *future self continuity* como X, a autoeficácia na transição para o trabalho como M, o *employer branding* como W e a intenção de *turnover* como Y.

De acordo com a Tabela 13, os resultados evidenciaram que o *future self continuity* prediz de forma positiva e significativa a autoeficácia na transição para o trabalho. Quando a intenção de *turnover* foi introduzida como variável dependente, verificou-se que a autoeficácia na transição para o trabalho apresentou uma relação negativa e significativa com a intenção de *turnover*. O *employer branding* também apresentou uma relação negativa e significativa com a intenção de *turnover*, sugerindo que perceções mais favoráveis da organização enquanto entidade empregadora tendem a coexistir com menor intenção de saída. Porém, a interação entre o mediador e o moderador não se revelou

estatisticamente significativo (*Efeito* = -0,05; *SE* = 0,17; *t* = -0,29; *p* = 0,76; *IC Bootstrap 95%* [-0,40; 0,29]), demonstrando que o *employer branding* não modera a relação entre a autoeficácia para a transição para o trabalho e a intenção de saída de um indivíduo.

Sobre os efeitos indiretos, estes não se revelaram significativos em níveis baixos de *employer branding*, todavia em níveis médios e elevados verificaram-se significativos. Apesar disso, o índice de mediação moderada não se comprovou significativo (*Efeito* = -0,01; *BootSE* = 0,03; *IC Bootstrap 95%* [-0,08; 0,05]), visto que o intervalo inclui 0, denotando que, mais uma vez, o conjunto das dimensões de *employer branding* não interfere com o efeito do *future self continuity* sobre a intenção de *turnover*, através da autoeficácia que o indivíduo apresenta na transição para o trabalho.

Tabela 13
Hipótese 6: Mediação Moderada PROCESS Model 14

Caminho	Efeito	*SE*	*t*	*p*	*IC* 95% Inferior	*IC* 95% Superior
X → M	0,20	0,04	4,98	0,00	0,12	0,29
M → Y	-0,31	0,12	-2,54	0,01	-0,55	-0,07
W → Y	-0,78	0,09	-8,64	0,00	-0,96	-0,60
M x W → Y	-0,05	0,17	-0,29	0,76	-0,40	0,29
Efeito direto: X → M	-0,08	0,08	-0,94	0,34	-0,25	0,08
Efeito indireto baixo	-0,05	0,03	___	___	-0,13	0,00
Efeito indireto médio	-0,06	0,02	___	___	-0,12	-0,01
Efeito indireto elevado	-0,07	0,03	___	___	-0,14	-0,01
Índice da mediação moderada	-0,01	0,03	___	___	-0,08	0,05

Em conclusão, os resultados das análises da mediação moderada não fornecem suporte para nenhuma das duas hipóteses formuladas sobre o assunto (hipóteses 5 e 6). Em concreto, não se evidência que o valor percecionado da organização enquanto empregadora moderasse a relação entre a confiança na gestão da transição para o trabalho e as expectativas organizacionais. Deste modo, o *employer branding* não alterou de forma estatisticamente significativa o mecanismo indireto do *future self continuity* sobre as variáveis dependentes, através da autoeficácia na transição para o trabalho. Adicionalmente, foi realizada uma análise complementar com a dimensão do *employer branding* que tinha apresentado uma associação significativa nas análises preliminares, *healthy work atmosphere*, contudo, os resultados não alteraram a interpretação do modelo principal.

5.3. Discussão dos Resultados

Após a análise dos dados recolhidos, os resultados devem ser discutidos à luz do enquadramento teórico realizado no capítulo da revisão da literatura, o qual procura integrar o conceito de *future self continuity* na gestão de recursos humanos, articulando-o com o crescimento na carreira e intenção de *turnover*, assim como com a autoeficácia na transição para o trabalho e o *employer branding*.

Este subcapítulo tem como objetivo a discussão dos resultados não só para verificar o grau de confirmação das hipóteses formuladas, mas também para avaliar em que medida os contributos dos autores mencionados, no capítulo 2, se revelaram adequados para explicar as relações observadas nesta amostra.

No que diz respeito às hipóteses 1 e 2, a análise verifica que o *future self continuity* se associa positivamente ao crescimento na carreira (H1) e negativamente à intenção de *turnover* (H2).

O suporte da hipótese 1 é alinhado com a perspetiva de Weng et al. (2010) uma vez que definem o crescimento na carreira como a perceção do indivíduo sobre as oportunidades de desenvolvimento e progressão que existem dentro da organização. Weng e Zhu (2020) acrescentam que essa perceção fortalece-se quando a organização comunica de forma clara as possibilidades de evolução profissional. No mesmo sentido, Japor (2021), afirma que o crescimento profissional é fruto de um esforço articulado entre colaborador e organização, sendo que indivíduos com maior continuidade com o seu "eu" futuro tenham a capacidade de reconhecer, valorizar e investir nessas oportunidades de carreira propostas.

A confirmação da hipótese 2, projeta-se na visão de Indirasari et al. (2019), que defende que indivíduos com uma orientação para o futuro favorecem de recursos psicológicos, como a resiliência, para ultrapassarem com mais facilidade as dificuldades do trabalho sem as identificarem como motivo de saída. Belete (2018) e Jha (2009) salientam que a intenção de *turnover* resulta da avaliação de múltiplas condições organizacionais e de carreira, ou seja, tem um carácter integrado e multidimensional, tornando plausível que indivíduos com maior foco no seu "eu" futuro revelem menor predisposição para abandonar a organização onde já se encontram inseridos.

Relativamente às hipóteses 3 e 4 a análise constatou que a autoeficácia na transição para o trabalho mediou significativamente a relação entre o *future self continuity* e o crescimento na carreira (H3) e a intenção de *turnover* (H4). Este padrão declara-se teoricamente consistente com a *Social Cognitive Career Theory*, (Lent et al., 1994), já

que crenças de autoeficácia influenciam expectativas, escolhas e comportamentos profissionais. Este resultado poderá estar associado ao papel dos estágios enquanto experiências de aprendizagem que promovem a confiança dos estudantes nas suas capacidades de adaptação ao contexto profissional, reforçando a autoeficácia na transição para o trabalho.

O suporte da hipótese 3 prende-se no ângulo de Gamboa et al. (2018), estes mostram que a autoeficácia na transição constitui um recurso fundamental na adaptação ao mercado de trabalho. A realização de um estágio surge, neste contexto, como uma experiência que articula o percurso académico com o contacto prático do contexto profissional, sendo uma fonte que trabalha as *soft skills* de confiança, adaptabilidade, integração, entre outras, que futuramente serão exigências de um cargo de trabalho (Majka, 2024). Adicionalmente, Gomes et al. (2019) afirmam que indivíduos com maior autoconfiança e, por sua vez, autoeficácia, tendem a envolver-se ativamente na gestão do seu percurso profissional na tomada de decisões, tornando-se possível que um indivíduo focado no "eu" futuro favoreça o seu crescimento na carreira através da sua convicção e segurança na transição para o "novo" mundo do trabalho. Este mecanismo revelou-se particularmente evidente nesta hipótese, uma vez que a autoeficácia na transição para o trabalho mediou totalmente a relação entre o *future self continuity* e o crescimento na carreira. Assim, a continuidade com o "eu" futuro parece favorecer o crescimento na carreira sobretudo quando se traduz numa maior confiança dos indivíduos na sua capacidade de gerir a transição e adaptação ao mundo do trabalho.

A confirmação da hipótese 4 é compatível com Lent et al. (1994) e Indirasari et al. (2019), uma vez que as crenças de autoeficácia orientam a adaptação e os comportamentos laborais – o papel da autoeficácia na gestão da carreira somada a uma orientação para o futuro pode reduzir a intenção de *turnover*. Particularmente relevante é o facto de os resultados sugerirem uma mediação completa da autoeficácia na transição para o trabalho, indicando que a relação entre o *future self continuity* e a intenção de *turnover* é explicada pela confiança que os indivíduos desenvolvem relativamente à sua capacidade para enfrentar os desafios associados à inserção e adaptação profissional. Assim, a continuidade com o "eu" futuro parece não influenciar diretamente a intenção de saída da organização, mas sim através do fortalecimento das crenças de autoeficácia. Gomes et al. (2019) demonstram que indivíduos com maior autoeficácia na transição tendem a envolver-se de forma mais consistente e empenhada na gestão do seu percurso,

podendo uma maior continuidade com o "eu" futuro reduzir a intenção de saída através do reforço desta confiança na inserção e adaptação ao contexto profissional.

Por fim, as hipóteses 5 e 6, os resultados não forneceram suporte para a existência de uma mediação moderada, ou seja, o *employer branding* não alterou de forma estatisticamente significativa o efeito entre o *future self continuity* e o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*, através da autoeficácia na transição para o trabalho.

A hipótese 5 não foi suportada, embora o *employer branding* seja teoricamente relevante para o crescimento na carreira, este poderá ter-se manifestado a nível global das oportunidades organizacionais. Tanwar e Prasad (2017) defendem que as dimensões de *training and development* e *compensation and benefits* reforçam a proposta de valor da organização, no entanto Weng e Zhu (2020) e Japor (2021) evidenciam que o crescimento na carreira depende da clareza das oportunidades concretas de progressão e do alinhamento entre os objetivos entre o colaborador e a organização, facilitando a compreensão do porquê de o *employer branding* não alterar significativamente a relação entre a autoeficácia na transição e o crescimento profissional.

Reiteradamente, a hipótese 6 sugere que o *employer branding* eventualmente se poderá relacionar, sobretudo de forma direta, com a intenção de *turnover*, sem alterar o efeito associado à autoeficácia na transição para o trabalho – Rampl (2014) e Hein et al. (2024) salientam que um *employer branding* forte funciona como um instrumento estratégico de atração e retenção de talento; articulando com a ideia de Foster et al. (2010) que mostra que o *employer branding* estrutura a promessa de valor e a consistência entre a imagem externa e a experiência interna do colaborador. Todavia Steil et al. (2019) alega que a intenção de saída de um indivíduo constitui um indicador relevante da perceção, do julgamento e do comportamento do mesmo; por Belete (2018) a intenção é um construto multifatorial, que é influenciada por fatores como a liderança, o clima, a cultura a justiça organizacional, entre outras, tornando-se admissível que o *employer branding* não seja suficiente para moderar este processo psicológico específico.

Em conclusão, o enquadramento teórico realizado na revisão da literatura sustentou de forma globalmente consistente a construção do modelo proposto. No entanto, os dados recolhidos e analisados revelaram que o alcance explicativo do mesmo enquadramento foi mais circunscrito do que o antecipado, especialmente no caso da variável moderador do *employer branding*; deste modo, mais do que contestar a revisão da literatura, é necessário refinar o modelo de investigação, reconhecendo que algumas

relações se confirmam de forma mais robusta e, que outras dependem de dinâmicas contextuais e relacionais mais complexas.

5.4. Contribuições Teóricas e Práticas

Para concluir o presente capítulo é necessário sistematizar as principais contribuições teóricas e práticas desta investigação, ou seja, em que medida é que os resultados obtidos permitem aprofundar o conhecimento científico nesta área e, simultaneamente, que implicações relevantes têm para a gestão de recursos humanos nas organizações, na definição de estratégias de atração e retenção de talentos – compreendendo que o objetivo principal é analisar como é que a continuidade que um indivíduo tem com o seu "eu" futuro influencia o seu crescimento na carreira profissional e a intenção de saída da organização, bem como o papel da autoeficácia na transição do trabalho e do *employer branding* neste processo.

No âmbito das contribuições teóricas, este estudo contribui, em primeiro lugar, com a aplicação de uma perspetiva temporal, *future self continuity*, na gestão de recursos humanos, articulando-a com várias variáveis de comportamento organizacional, com o objetivo de compreender atitudes e expectativas laborais de indivíduos já inseridos no mercado de trabalho, na sua área de formação. Em segundo lugar, testa o modelo de investigação sustentado pela *Social Cognitive Career Theory* (Lent et al., 1994), garantindo que a relação entre a continuidade com o "eu" futuro e os resultados organizacionais que um indivíduo espera obter não se devem apenas de termos diretos, mas através de mecanismos psicológicos intermédios, como a autoeficácia, a confiança que investe na sua transição para o mercado de trabalho. Em terceiro lugar, infere-se que a continuidade com o "eu" futuro associa-se de forma mais consistente com indicadores comportamentais, de expectativa, como o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*. Por fim, é verificado que o moderador não é estatisticamente significativo, isto é, o construto de *employer branding* pode funcionar como um fator contextual (Hein et al., 2024), no entanto, não como uma condição necessária que altera o processo psicológico através do qual a continuidade com o "eu" futuro se traduz em expectativas e vínculos organizacionais, através da autoeficácia na transição para o trabalho.

Já ao nível das contribuições práticas, primeiramente, sugere que as organizações podem beneficiar se aplicarem estratégias que reforcem a continuidade com o "eu" futuro e, assim, os objetivos profissionais de longo prazo, dos colaboradores, promovendo uma

maior clareza sobre os seus percursos de carreira, oportunidades de desenvolvimento e o alinhamento dos objetivos individuais com os organizacionais. Segundamente, os resultados apontam que o *future self continuity* se associa positivamente ao crescimento na carreira e negativamente à intenção de saída, sendo estes resultados explicados, parcialmente, pela autoeficácia na transição para o trabalho – evidenciando a importância de investir em boas práticas de *onboarding* e integração, de mentoria e desenvolvimento de competências para que os indivíduos fortaleçam a sua autoeficácia dentro do mercado de trabalho. Este resultado assume particular relevância no contexto das carreiras contemporâneas, caracterizadas por trajetórias menos lineares, maior mobilidade profissional e expectativas crescentes de desenvolvimento contínuo. Para as gerações mais jovens, a perceção de oportunidades de crescimento e progressão assume um papel central na decisão de permanecer numa organização, pelo que promover a continuidade com o "eu" futuro e fortalecer a autoeficácia poderá constituir uma estratégia relevante para potenciar a retenção e o compromisso organizacional. Por fim, o facto de o *employer branding* não moderar significativamente o mecanismo indireto, sugere que a atratividade da organização, embora relevante, não substitui a necessidade dos indivíduos experienciarem atividades concretas, devendo as organizações articular a sua proposta de valor com práticas efetivas, de modo a favorecer a retenção, o desenvolvimento e, no fundo, as expectativas dos talentos a longo prazo. Esta evidência reforça a ideia de que a retenção e o desenvolvimento dos colaboradores poderão depender mais da existência de experiências concretas de crescimento, aprendizagem e construção de carreia do que apenas das perceções associadas à marca empregadora.

Em suma, esta investigação destaca-se pelo seu contributo original, ao evidenciar que a continuidade com o "eu" futuro ajuda a explicar o crescimento na carreira e a intenção de *turnover*; também ao introduzir uma perspetiva temporal inovadora e ao articulá-la com a autoeficácia na transição para o trabalho. O estudo reforça o seu valor teórico e afirma a sua contribuição prática, oferecendo às organizações pistas claras para promover o desenvolvimento, a retenção e alinhar as expectativas a longo prazo.

Capítulo 6: Conclusões

Neste último capítulo importa concentrar as principais conclusões decorrentes dos resultados alcançados, assim este reconhece as limitações metodológicas e conceptuais da investigação, bem como possíveis sugestões para futuros estudos nesta área.

6.1. Limitações da Investigação

Para além das contribuições teóricas e práticas mencionadas anteriormente, o presente estudo também revela algumas limitações – esclarecê-las permite contextualizar os resultados obtidos e identificar aspetos que podem ser aperfeiçoados em pesquisas futuras.

A primeira limitação prende-se com a especificidade da amostra, uma vez que esta incidiu, exclusivamente, em indivíduos residentes em Portugal, inseridos no mercado de trabalho, na sua área de formação, e que tivessem realizado pelo menos um estágio, curricular ou profissional – o que diminui a amostra de 394 participantes para 263, predominando o sexo feminino – o que reduz a possibilidade de generalizar os resultados a outras populações, nomeadamente, a indivíduos com carreiras profissionais mais longas, fora da sua área de formação e sem experiência, entre outras.

A segunda, diz respeito à escolha da variável mediadora, autoeficácia na transição para o trabalho, esta é um recurso relevante que se prende com o momento de passagem entre o contexto académico e laboral, contudo, a amostra, nesta investigação, é composta por profissionais que já estão integrados no mercado de trabalho, o que pode dizer que esta transição já poderá não ser uma experiência saliente no seu percurso profissional atual. Adicionalmente, o instrumento não foi utilizado por completo, utilizando-se apenas uma das três dimensões – embora justificável metodologicamente, pode restringir a amplitude do construto e pode ter limitado a captação de outras perspetivas da transição.

A terceira, a utilização de construtos multidimensionais, especificamente, o moderador, *employer branding*, que compreende cinco dimensões, o que faz com que a análise dos resultados sejam globais e poderá ter atenuado efeitos mais específicos.

Em suma, as limitações enumeradas não invalidam a pertinência dos resultados obtidos, no entanto, é necessário prudência na sua interpretação, sendo fundamental em estudos futuros, compreender em maior profundidade a relação entre recursos individuais, os fatores contextuais e os processos de transição que influenciam os vínculos organizacionais.

6.2. Sugestões de Pesquisa Futura

Tendo em consideração os objetivos definidos e as limitações apresentadas, as futuras pesquisas poderão aprofundar e expandir o modelo de investigação proposto em diversas direções, aplicando, também, uma nova metodologia.

Primeiramente, é pertinente desenvolver estudos longitudinais que permitam acompanhar os inquiridos em diferentes momentos do seu percurso profissional, compreendendo, por inteiro, a variável independente, *future self continuity*, possibilitando uma compreensão mais rigorosa da continuidade do "eu" futuro e o seu impacto nas expectativas e vínculos criados.

Segundamente, seria pertinente alagar o estudo para uma amostra mais diversificada, tanto a nível etário como, relativamente, ao percursos académico e profissional – podendo comparar diferentes fases de carreira, como recém licenciados, no processo de inserção no mercado de trabalho ou trabalhadores com percursos mais longos ou, até, fora da sua área de formação, com o intuito de perceber se o papel do *future self continuity* varia. Bem como, a dimensão temporal da experiência de estágio, a presente investigação partiu do pressuposto que a realização de um estágio aumentaria a eficácia na transição para o trabalho e, por sua vez, consolidaria a perceção de continuidade entre o mundo académico e o laboral. Todavia, como os participantes já se encontravam inseridos será relevante analisar, para além de há quanto tempo o realizaram, qual a sua duração, a qualidade, o grau de supervisão, entre outras, conferindo se a experiência de estágio mantém ou perde a sua relevância.

Terceiramente, os mecanismos explicativos do modelo poderão ser otimizados, uma vez que o mediador e o moderador escolhidos não esgotaram as explicações das relações em causa, sendo relevante explorar variáveis – como, adaptabilidade da carreira, capital psicológico, clima organizacional, entre outras – ajustadas a profissionais já integrados profissionalmente.

As sugestões apresentadas revelam a necessidade de aprofundar o que é proposto inicialmente na investigação, através de um desenho mais robusto, amostras mais diversificadas e variáveis mais adequadas ao momento da carreira dos participantes.

Em conclusão, a presente dissertação permitiu demonstrar a forma como os indivíduos percecionam a continuidade com o "eu" futuro como um recurso psicológico relevante para compreender como se projetam no seu percurso profissional, interpretando as possibilidade de crescimento e avaliam a sua permanência na organização. Ainda que nem todas as relações teóricas propostas tenham sido inteiramente confirmadas, reforçou

a relevância de integrar perspetivas temporais e sociocognitivas nos estudos sobre gestão de recursos humanos.

Referências

Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *Journal of Brand Management*, *4*(3), 185–206. https://doi.org/10.1057/bm.1996.42

Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. In R. Vasta (Ed.), *Annals of Child Development* (1st ed., Vol. 6, Number 1, pp. 1–60). JAI Press.

Belete, A. (2018). Turnover intention influencing factors of employees: An empirical work review. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, *7*(3), 23–31. https://doi.org/10.4172/2169-026X.1000253

Bomfim, A. da S., & Junior, G. S. (2023). O profissional de economia: Importância do estágio e desafios do mercado de trabalho. *Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, *20*(35), 123–131. https://doi.org/10.22481/ccsa.v20i35.12682

Bozeman, D. P., & Perrewé, P. L. (2001). The effect of item content overlap on organizational commitment questionnaire-turnover cognitions relationships. *Journal of Applied Psychology*, *86*(1), 161–173. https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.161

Chen, T. ling, Shen, C., & Gosling, M. (2018). Does employability increase with internship satisfaction? Enhanced employability and internship satisfaction in a hospitality program. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, *22*(2018), 88–99. https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.04.001

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. https://doi.org/10.4324/9780203771587

Ersner-Hershfield, H., Garton, M. T., Ballard, K., Samanez-Larkin, G., & Knutson, B. (2009). Don't stop thinking about tomorrow: Individual differences in future self-continuity account for saving. *Judgment and Decision Making*, *4*(4), 280–286. https://doi.org/10.1017/S1930297500003855

Foster, C., Punjaisri, K., & Cheng, R. (2010). Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product and Brand Management*, *19*(6), 401–409. https://doi.org/10.1108/10610421011085712

Gamboa, V., Paixão, O., Gomes, J., Silva, A., & Bento, P. (2018). Empregabilidade percebida, adaptabilidade de carreira e autoeficácia na transição para o trabalho: Diferenças entre estudantes e trabalhadores estudantes. *Educação, Sociedade & Culturas*, *52*(1), 65–82. https://doi.org/10.34626/esc.vi52.75

Gamboa, V., Paixão, O., & Palma, A. I. (2014). Adaptabilidade de carreira e autoeficácia na transição para o trabalho: O papel da empregabilidade percebida "Estudo com estudantes do ensino superior." *Revista Portuguesa de Pedagogia*, *48*(2), 133–156. https://doi.org/10.14195/1647-8614_48-2_7

Gomes, J., Gamboa, V., & Paixão, O. (2019). Job search intentions in higher education: Employability and self-efficacy. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, *20*(2), 85–94.

Hayes, A. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed., Vol. 1). The Guilford Press.

Hein, A. Z., Elving, W. J. L., Koster, S., & Edzes, A. (2024). Is your employer branding strategy effective? The role of employee predisposition in achieving employer attractiveness. *Corporate Communications: An International Journal*, *29*(7), 1–20. https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2022-0070

Hershfield, H. E. (2011). Future self-continuity: How conceptions of the future self transform intertemporal choice. *Annals of the New York Academy of Sciences*, *1235*(1), 30–43. https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.2011.06201.x

Hirschi, A., & Koen, J. (2021). Contemporary career orientations and career self-management: A review and integration. *Journal of Vocational Behavior*, *126*(1), 1–18. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103505

Hong, E., Zhang, Y., & Sedikides, C. (2024). Future self-continuity promotes meaning in life through authenticity. *Journal of Research in Personality*, *109*(1), 1–6. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2024.104463

Hu, S., Hood, M., Creed, P., & Shen, X. (2024). The relationship between career-related future time orientation and employment outcomes: A time-lagged study. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, *25*(1), 1365–1384. https://doi.org/10.1007/s10775-024-09673-8

Indirasari, D. T., Purba, D. E., & Anindita, R. (2019). Future time perspective and turnover intention: The mediating role of resilience. *Psikohumaniora*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.21580/pjpp.v4i1.3120

Itam, U., Misra, S., & Anjum, H. (2020). HRD indicators and branding practices: A viewpoint on the employer brand building process. *European Journal of Training and Development*, *44*(6–7), 675–694. https://doi.org/10.1108/EJTD-05-2019-0072

Japor, J. E. (2021). Organizational career growth: Literature review and future agenda. *International Journal of Business and Administrative Studies*, *7*(1), 12–24. https://doi.org/10.20469/ijbas.7.10002-1

Jha, S. (2009). Determinants of employee turnover intentions: A review. *Apeejay School of Management*, *9*(2), 26–33. https://ssrn.com/abstract=2442689

Joo, B. K. (Brian), & Shim, J. H. (2010). Psychological empowerment and organizational commitment: The moderating effect of organizational learning culture. *Human Resource Development International*, *13*(4), 425–441. https://doi.org/10.1080/13678868.2010.501963

Lazzari, M., Alvarez, J., & Ruggieri, S. (2022). Predicting and explaining employee turnover intention. *International Journal of Data Science and Analytics*, *14*(3), 279–292. https://doi.org/10.1007/s41060-022-00329-w

Lent, R. W., & Brown, S. D. (2006). Integrating person and situation perspectives on work satisfaction: A social-cognitive view. *Journal of Vocational Behavior*, *69*(2), 236–247. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2006.02.006

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, *45*(1), 79–122. https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027

Luz, C., Paula, S., & Oliveira, L. (2018). Organizational commitment, job satisfaction and their possible influences on intent to turnover. *Revista de Gestão*, *25*(1), 84–101. https://doi.org/10.1108/REGE-12-2017-008

Lyons, S., Schweitzer, L., & Ng, E. (2015). How have careers changed? An investigation of changing career patterns across four generations. *Journal of Managerial Psychology*, *30*(1), 8–21. https://doi.org/10.1108/JMP-07-2014-0210

Majka, M. (2024). *The importance of internships*. LinkedIn. https://www.linkedin.com/pulse/importance-internships-marcin-majka-wosgf/

McElroy, J. C., & Weng, Q. (2015). The connections between careers and organizations in the new career era: Questions answered, questions raised. *Journal of Career Development*, *43*(1), 3–10. https://doi.org/10.1177/0894845315604738

Puni, A., Agyemang, C. B., & Asamoah, E. S. (2016). Leadership styles, employee turnover intentions and counterproductive work behaviours. *International Journal of Innovative Research & Development*, *5*(1), 1–7.

PWC. (2024, June 24). *Workers are ready for change. Are leaders ready to engage them?* PWC. https://www.pwc.com/gx/en/issues/workforce/hopes-and-fears.html?

Rampl, L. V. (2014). How to become an employer of choice: Transforming employer brand associations into employer first-choice brands. *Journal of Marketing Management*, *30*(13–14), 1486–1504. https://doi.org/ 10.1080/0267257x.2014.934903

Randstad. (2025). *Randstad employer brand research: Global report 2025*. Randstad. https://www.randstad.com/workforce-insights/employer-branding/

Silva, C., & Teixeira, M. (2013). Internship experiences: Contributions to the school-to-work transition. *Paidéia*, *23*(54), 103–112. https://doi.org/10.1590/1982-43272354201312

Sokol, Y., & Serper, M. (2019). Development and validation of a future self-continuity questionnaire: A preliminary report. *Journal of Personality Assessment*, *102*(5), 677–688. https://doi.org/10.1080/00223891.2019.1611588

Sousa, E., & Gonçalves, C. (2016). Satisfação com a formação superior e transição para o trabalho. *Revista de Psicologia*, *25*(1), 1–20. https://doi.org /10.5354/0719-0581.2016.41690

Steil, A. V., Floriani, E. V., & Bello, J. D. S. A. (2019). Antecedents of intention to leave the organization: A systematic review. *Paideia*, *29*(1), 1–11. https://doi.org/10.1590/1982-4327e2910

Tanwar, K., & Prasad, A. (2017). Employer brand scale development and validation: A second-order factor approach. *Personnel Review*, *46*(2), 389–409. https://doi.org/10.1108/PR-03-2015-0065

Vande Griek, O. H., Clauson, M. G., & Eby, L. T. (2020). Organizational career growth and proactivity: A typology for individual career development. *Journal of Career Development*, *47*(3), 344–357. https://doi.org/10.1177/0894845318771216

Vieira, D., Maia, J., & Coimbra, J. (2007). Do ensino superior para o trabalho: Análise factorial confirmatória da escala de auto-eficácia na transição para o trabalho (AETT). *Avaliação Psicológica*, *6*(1), 3–12.

Wang, D., Liu, X., & Deng, H. (2022). The perspectives of social cognitive career theory approach in current times. *Frontiers in Psycchology*, *13*(1), 1–6. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1023994

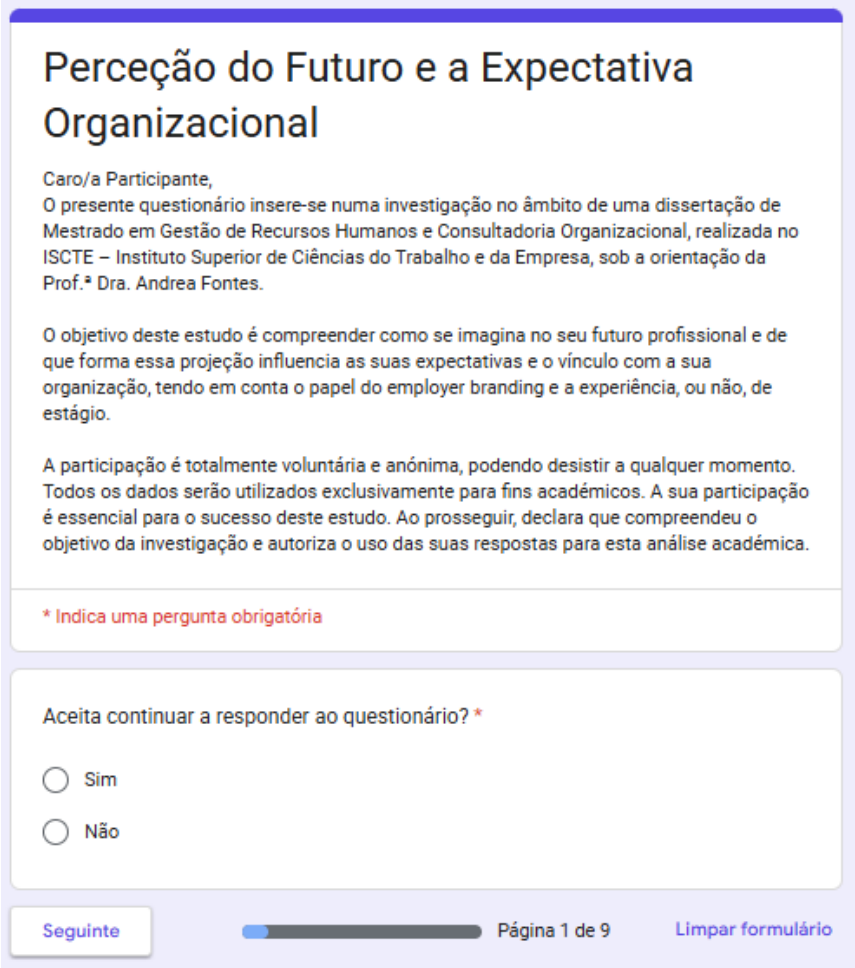
Weng, Q., & Hu, B. (2009). The structure of career growth and its impact on employees' turnover intention. *Industrial Engineering and Management*, *14*(1), 97–104.

Weng, Q., McElroy, J. C., Morrow, P. C., & Liu, R. (2010). The relationship between career growth and organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, *77*(3), 391–400. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2010.05.003

Weng, Q., & Zhu, L. (2020). Individuals' career growth within and across organizations: A review and agenda for future research. *Journal of Career Development*, *47*(3), 239–248. https://doi.org/10.1177/0894845320921951

Anexos

Anexo A: Questionário



Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

Caro/a Participante,
O presente questionário insere-se numa investigação no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional, realizada no ISCTE – Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, sob a orientação da Prof.ª Dra. Andrea Fontes.

O objetivo deste estudo é compreender como se imagina no seu futuro profissional e de que forma essa projeção influencia as suas expectativas e o vínculo com a sua organização, tendo em conta o papel do employer branding e a experiência, ou não, de estágio.

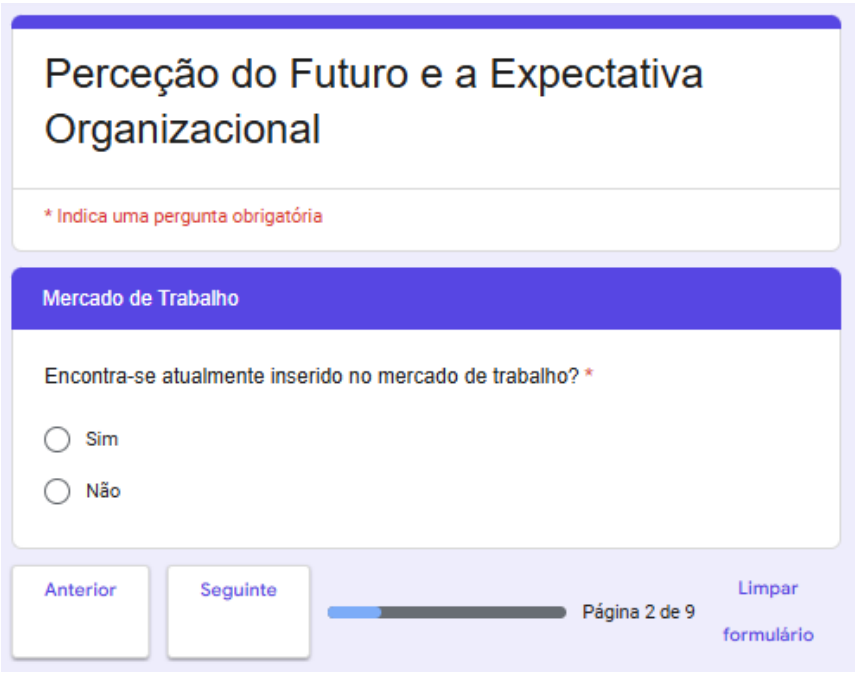
A participação é totalmente voluntária e anónima, podendo desistir a qualquer momento. Todos os dados serão utilizados exclusivamente para fins académicos. A sua participação é essencial para o sucesso deste estudo. Ao prosseguir, declara que compreendeu o objetivo da investigação e autoriza o uso das suas respostas para esta análise académica.

* Indica uma pergunta obrigatória

Aceita continuar a responder ao questionário? *

- Sim
- Não

Seguinte — Página 1 de 9 — Limpar formulário



Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

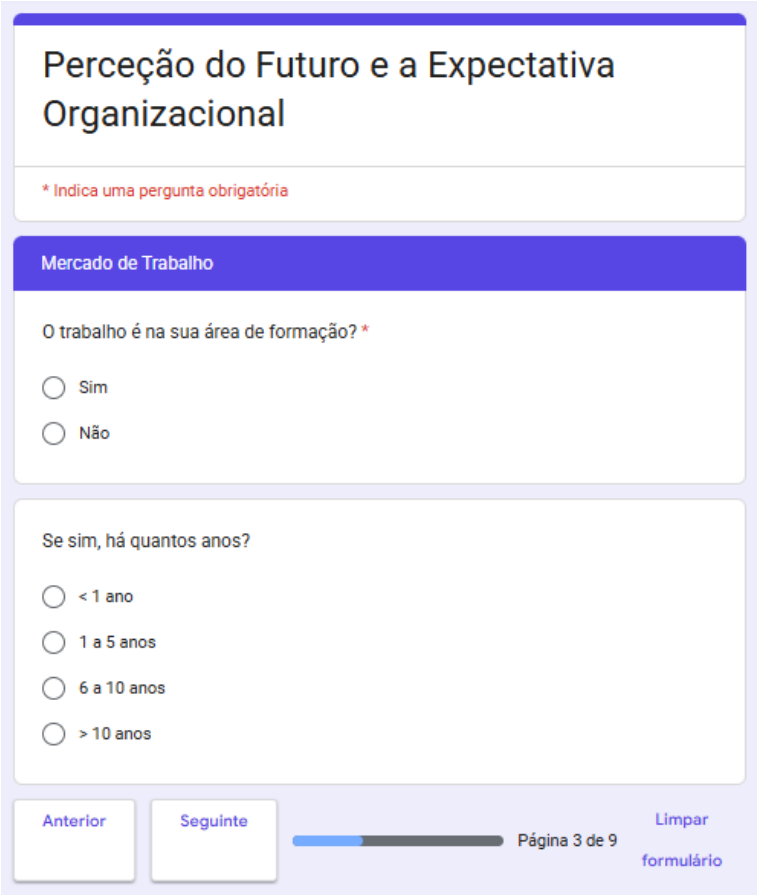
* Indica uma pergunta obrigatória

Mercado de Trabalho

Encontra-se atualmente inserido no mercado de trabalho? *

- Sim
- Não

Anterior — Seguinte — Página 2 de 9 — Limpar formulário



Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Mercado de Trabalho

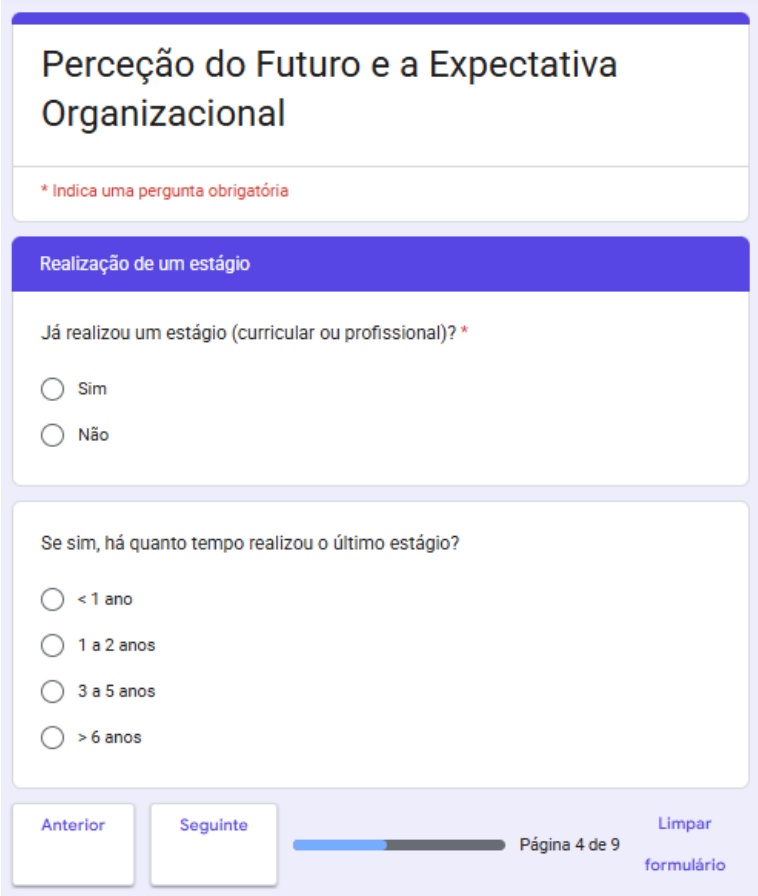
O trabalho é na sua área de formação? *

- Sim
- Não

Se sim, há quantos anos?

- < 1 ano
- 1 a 5 anos
- 6 a 10 anos
- > 10 anos

Anterior Seguinte Página 3 de 9 Limpar formulário



Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Realização de um estágio

Já realizou um estágio (curricular ou profissional)? *

- Sim
- Não

Se sim, há quanto tempo realizou o último estágio?

- < 1 ano
- 1 a 2 anos
- 3 a 5 anos
- > 6 anos

Anterior Seguinte Página 4 de 9 Limpar formulário

Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Autoeficácia na Transição para o Trabalho

Para responder às questões seguintes, pense no seu trabalho atual.
Indique em que medida se sente confiante na sua capacidade atual para desempenhar a atividade apresentada, escolhendo um número de 1 a 6 que melhor defina o seu nível de confiança.

1: Nada confiante
2: Pouco confiante
3: Relativamente confiante
4: Confiante
5: Muito confiante
6: Totalmente confiante

1. Desempenho bem as minhas funções no meu emprego atual. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

2. Resolvo problemas inesperados no meu trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

3. Acredito nas minhas capacidades enquanto profissional. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

4. Comunico bem com os meus colegas de trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

5. Adapto-me às mudanças que possam ocorrer nas minhas funções no emprego. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

6. Trabalho bem em equipa. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

7. Cumpro todas as tarefas que o cargo exige. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

8. Empenho-me no cumprimento das minhas funções profissionais. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

9. Demonstro segurança naquilo que faço no trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

10. Estabeleço um bom relacionamento com colegas de trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

11. Adapto-me às necessidades do meu local de trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

12. Contribuo com novas ideias num grupo de trabalho. *

	1	2	3	4	5	6	
Nada confiante	○	○	○	○	○	○	Totalmente confiante

Anterior Seguinte Página 5 de 9 Limpar formulário

Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Expectativa Organizacional

Para responder às questões seguintes, pense no seu trabalho atual.
Indique em que medida concorda ou não, escolhendo um número de 1 a 5 que melhor defina o seu nível de concordância.

1: Discordo totalmente
2: Discordo
3: Nem concordo nem discordo
4: Concordo
5: Concordo totalmente

Carreira Profissional *

	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
13. O meu emprego atual aproxima-me dos meus objetivos de carreira.	○	○	○	○	○
14. O meu emprego atual é relevante para os meus objetivos de carreira e crescimento profissional.	○	○	○	○	○

15. O meu emprego atual estabelece as bases para a realização dos meus objetivos de carreira.	○	○	○	○	○
16. O meu emprego atual oferece-me boas oportunidades para realizar os meus objetivos de carreira.	○	○	○	○	○
17. O meu emprego atual incentiva-me a adquirir continuamente novas competências relacionadas com o trabalho.	○	○	○	○	○
18. O meu emprego atual incentiva-me a adquirir continuamente novos conhecimentos relacionados com o trabalho.	○	○	○	○	○
19. O meu emprego atual incentiva-me a acumular experiências de trabalho mais ricas.	○	○	○	○	○
20. O meu emprego atual permite-me melhorar continuamente as minhas capacidades profissionais.	○	○	○	○	○

21. A minha velocidade de promoção na organização atual é rápida.	○	○	○	○	○
22. A probabilidade de ser promovido na minha organização atual é alta.	○	○	○	○	○
23. Em comparação com organizações anteriores, a minha posição na atual é ideal.	○	○	○	○	○
24. Em comparação com os meus colegas, estou a ser promovido mais rapidamente.	○	○	○	○	○
25. O meu salário está a crescer rapidamente na minha organização atual.	○	○	○	○	○
26. Nesta organização, a possibilidade de o meu salário atual ser aumentado é muito grande.	○	○	○	○	○
27. Em comparação com os meus colegas, o meu salário cresceu mais rapidamente.	○	○	○	○	○

Intenção de Turnover *

	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
28. Provavelmente procurarei um novo emprego num futuro próximo.	○	○	○	○	○
29. Atualmente, estou à procura ativamente de outro emprego numa organização diferente.	○	○	○	○	○
30. Não pretendo deixar meu emprego.	○	○	○	○	○
31. É improvável que eu procure ativamente uma organização diferente para trabalhar no próximo ano.	○	○	○	○	○
32. Não estou a pensar deixar o meu emprego no momento.	○	○	○	○	○

Employer Branding *

	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
33. A minha organização dá autonomia aos seus funcionários para tomarem decisões.	○	○	○	○	○
34. A minha organização oferece oportunidades para desfrutar de um ambiente de grupo.	○	○	○	○	○
35. Tenho amigos no trabalho que estão prontos para partilhar a minha responsabilidade no trabalho na minha ausência.	○	○	○	○	○
36. A minha organização reconhece-me quando faço um bom trabalho.	○	○	○	○	○
37. A minha organização oferece um ambiente de trabalho relativamente livre de stress.	○	○	○	○	○
38. A minha organização oferece oportunidades para trabalhar em equipa.	○	○	○	○	○

39. A minha organização oferece-nos cursos de formação online.	○	○	○	○	○
40. A minha organização organiza regularmente várias conferências, workshops e programas de formação.	○	○	○	○	○
41. A minha organização oferece oportunidades para trabalhar em projetos no estrangeiro.	○	○	○	○	○
42. A minha organização investe fortemente na formação e desenvolvimento dos seus funcionários.	○	○	○	○	○
43. O desenvolvimento de competências é um processo contínuo na minha organização.	○	○	○	○	○
44. A minha organização comunica um percurso de progressão claro para os seus funcionários.	○	○	○	○	○
45. A minha organização oferece horários de trabalho flexíveis.	○	○	○	○	○

46. A minha organização oferece oportunidades para trabalhar a partir de casa.	○	○	○	○	○
47. A minha organização disponibiliza instalações desportivas no local.	○	○	○	○	○
48. A minha organização tem uma atitude justa para com os funcionários.	○	○	○	○	○
49. Espera-se que os funcionários sigam todas as regras e regulamentos.	○	○	○	○	○
50. A organização humanitária retribui à sociedade.	○	○	○	○	○
51. Existe um procedimento confidencial para denunciar má conduta no trabalho.	○	○	○	○	○
52. Em geral, o salário oferecido pela minha organização é elevado.	○	○	○	○	○
53. A minha organização oferece pagamento de horas extraordinárias.	○	○	○	○	○

54. A minha organização oferece bons benefícios de saúde.	○	○	○	○	○
55. A minha organização oferece cobertura de seguro para funcionários e dependentes.	○	○	○	○	○

Anterior Seguinte Página 6 de 9 Limpar formulário

Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Future Self Continuity

Para responder às questões seguintes, pense no seu "eu" presente e no seu "eu" futuro. Indique em que medida consideras que o teu "eu" do futuro é semelhante ou diferente com o teu "eu" do presente, escolhendo um número de 1 a 6 que melhor descreva esse grau de semelhança.

1: Completamente diferente
2: Algo diferente
3: Um pouco diferente
4: Semelhante
5: Muito semelhante
6: Exatamente igual

56. Quão semelhante és agora ao que serás daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

57. Quão semelhantes são as suas crenças agora às que terá daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

58. Quão semelhante é a sua personalidade agora à que terá daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

59. Quão semelhante são os seus valores agora aos que terá daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

60. Com que nitidez consegue imaginar como será daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

61. Com que nitidez consegue imaginar como será a sua aparência daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

62. Com que nitidez consegue imaginar como serão as suas relações familiares * daqui a 10 anos?

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

63. Gosta de como será daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

64. Gosta de como provavelmente será a sua personalidade daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

65. Gosta de como provavelmente serão as suas ações daqui a 10 anos? *

	1	2	3	4	5	6	
Completamente diferente	○	○	○	○	○	○	Exatamente igual

Anterior Seguinte Página 7 de 9 Limpar formulário

Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional

* Indica uma pergunta obrigatória

Dados Sociodemográficos

Sexo *

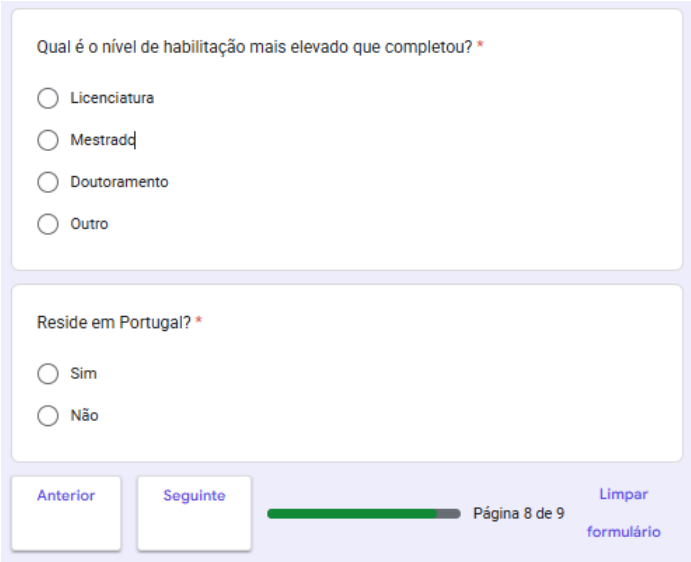
- ○ Masculino
- ○ Feminino

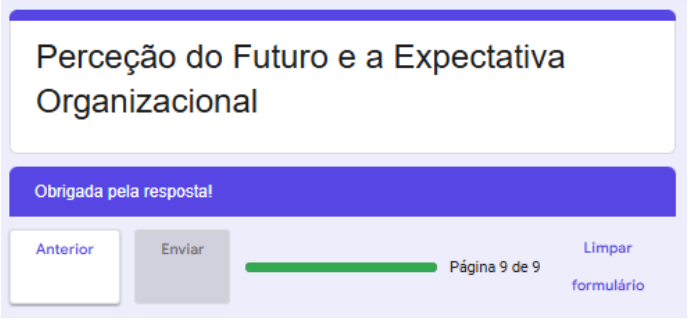
Idade *

- ○ < 20 anos
- ○ 20 a 25 anos
- ○ 26 a 35 anos
- ○ 36 a 45 anos
- ○ 46 a 55 anos
- ○ > 55 anos

Qual é a sua área de formação? *

A sua resposta


Qual é o nível de habilitação mais elevado que completou? *
Licenciatura
Mestrado
Doutoramento
Outro
Reside em Portugal? *
Sim
Não
Anterior
Seguinte
Página 8 de 9
Limpar formulário


Perceção do Futuro e a Expectativa Organizacional
Obrigada pela resposta!
Anterior
Enviar
Página 9 de 9
Limpar formulário

Anexo B: Caracterização da Amostra

Caracterização da amostra: Sexo

Sexo	n	%
Feminino	180	68,4
Masculino	83	31,6

Caracterização da amostra: Idade

Idade	N	%
20 a 25 anos	86	32,7
26 a 35 anos	122	46,4
36 a 45 anos	26	9,9
46 a 55 anos	13	4,9
> 55 anos	16	6,1

Caracterização da amostra: Nível de habilitações

Nível de habilitação	n	%
Licenciatura	93	35,4
Mestrado	143	54,4
Doutoramento	19	7,2
Outro	8	3,0

1.4. Caracterização da amostra: Área de formação

Área de formação	n	%
Gestão	81	30,8
Marketing e Comunicação	61	23,2
Ciências Sociais	46	17,5
Engenharia	36	13,7
Design	19	7,2
Educação	10	3,8
Farmácia	5	1,9
Turismo	3	1,1
Biologia	2	0,8