6

Referências bibliográficas

ALLEN, N. J.; MEYER, J. P. The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. **Journal of Occupational Psychology**, v. 63, p. 1-18, 1990.

ALSOP, R. **The Trophy Kids Grow Up – How the Millennial Generation is Shaking Up the Workplace**. Editora Jossey-Bass. Primeira Edição. Estados Unidos, 2008.

BALASSIANO, M.; COSTA, I. S. A. **Gestão de Carreiras: Dilemas e Perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2006.

BARDI, A.; SCHWARTZ, S. H. Values and Behavior: Strength and Structure of Relations. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 29, n. 10, p. 1207-1220, 2003.

BLACK, K. **Business Statistics for Contemporary Decision Making**. 6.ed. John Wiley e Sons, Inc., 2010.

CANDWELL, D. F.; O'REILLY, C. A. Measuring person-job fit with profile-comparison process. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 5, p. 928-944, 1990.

CAVAZOTTE, F. S. C. N.; LEMOS, A. H. C.; VIANA, M. D. A. Relações de Trabalho Contemporâneas e as Novas Gerações Produtivas: Expectativas Renovadas ou Antigos Ideais? **Anais do XXXIV Encontro Científico de Administração Rio de Janeiro, EnANPAD**, 2010.

CENNAMO, L.; GARDNER, D. Generational differences in work values, outcomes and person-organization values fit. **Journal of Managerial Psychology**, v. 23, n. 8, p. 891-906, 2008.

CHAPMAN, D. S. et al. Applicant attraction to organizations and job choice: a meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 5, p. 928-944, 2005.

CHATMAN, J. A. Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-organization Fit. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 3, p. 333-349, 1989.

CRAMPTON, S. M.; HODGE, J. W. Generation Y: Uncharted Territory. **Journal of Business e Economics Research**, v. 7, n. 4, 2009.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DULIN, L. Leadership Preferences of a Generation Y Cohort. A Mixed-Methods Investigation. **Journal of Leadership Studies**, v. 2, n. 1, 2008.

DUTRA, J. S. **Gestão de Carreiras na Empresa Contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

FEATHER, N. T. Values Valences, and Choice: The Influence of Values on the Perceived Attractiveness and Choice of Alternatives. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 68, n. 6, p. 1135-1151, 1995.

FERREIRA, F. A. R. **A Influência dos Jogos Eletrônicos e do Gênero sobre o Comportamento Social dos Jovens da Geração Y**, Tese de Mestrado apresentada a Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas – Rio de Janeiro, 2010.

GLASS, A. Understanding Generational Differences for Competitive Success. **Industrial e Commercial Training**, v. 39, n. 2, p. 98-103, 2007.

HAIR, J. F. Jr. et al. **Multivariate Data Analysis**. Pearson Prentice Hall. 2010.

JUDGE, T. A.; BRETZ, R. D. Jr. Effects of Work Values on Job Choices Decisions. **Journal of Applied Psychology**, v. 77, n. 3, p. 261-271, 1992.

LAUVER, K. J.; BROWN, A. K. Distinguishing Between Employees' Perceptions of Person-Job and Person-Organization Fit. **Journal of Vocational Behavior**, v. 59, p. 454-470, 2001.

LIPKIN, N.; PERRYMORE, A. **A Geração Y no Trabalho: Como lidar com a Força de Trabalho que Influenciará Definitivamente a Cultura da Sua Empresa**. Tradução Bruno Alexander. Elsevier, 2009.

MEGLINO, B. M.; RAVLIN, E. C. Individuals Values in Organizations: Concepts, Controversies, and Research. **Journal of Management**, v. 24, n. 3, p. 351-389, 1998.

MEYER, J. P.; ALLEN, N. J. A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. **Human Resource Management Review**, v. 1, n. 1, p. 61-89, 1991.

_____.; HERSCOVITCH, L. Commitment in the Workplace Toward a General Model. **Human Resource Management Review**, v. 11, p. 299-326, 2001.

MILLER, J. K. et al. A Cross-Cultural Study of Job Choice: the Role of Personal Values. In: **Academy of Management 2010 Annual Meeting**, Aug. 2010, Montreal. Disponível em: <<http://annualmeeting.aomline.org/2010>>.

MOTTA, P. C.; SCHEWE, C. Are Marketing Management Decisions Shaped During One's Coming Age? **Management Decisions**, v. 46, n. 7, 2008.

MUNRO, C. R. Mentoring Needs and Expectations of Generation-Y. Human Resources Practitioners: Preparing the Next Wave of Strategic Business Partners. **Journal of Management Research**, v. 1, n. 2, 2009.

NEININGER, A. et al. Effects of Team and Organizational Commitment – A Longitudinal Study. **Journal of Vocational Behavior**, v. 76, p. 567-579, 2010.

PORTER, L. W.; STEERS, R. M.; MOWDAY, R. T. In: SMITH, K. G.; HITT, M. A. **Great Minds in Management. The Process of Theory Development**. Oxford University Press. Reino Unido, 2009.

SAKS, A. M.; ASHFORD, B. A Longitudinal Investigation of the Relationships Between Job Information Sources, Applicant Perceptions Off It and Work Outcomes. **Personnel Psychology**, v. 50, p. 395-426, 1997.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 25, 1992.

_____. Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? **Journal of Social Issues**, v. 50, n. 4, p.19-45, 1994.

SMOLA, K. W.; SUTTON, C. D. Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for the New Millennium. **Journal of Organizational Behavior**, v. 23, p. 363-382, 2002.

TULGAN, B. **Not Everyone Gets a Trophy – How to Manage Generation Y**. Editora Jossey-Bass. Primeira Edição. Estados Unidos, 2009.

TWENGE, J. M.; CAMPBELL, S. M. Generational Differences in Psychological Traits and Their Impact on the Workplace. **Journal of Managerial Psychology**, v. 23, n. 8, p. 862-877, 2008.

WONG, M.; GARDINER, E.; LANG, W.; COULON, L. Generational Differences in Personality and Motivation. Do They Exist and What Are The Implications For The Workplace? **Journal of Managerial Psychology**, v. 23, n. 8, p. 878-890, 2008.

APÊNDICE I: Questionário utilizado na pesquisa

Estudo de atitudes pessoais e valores de estudantes de Administração

Caro participante,

Obrigada pela sua participação nesse estudo de atitudes pessoais e valores. Sua participação neste estudo é voluntária e sua identidade pessoal é mantida em confidencial. Pela sua participação você estará dando seu consentimento para que os pesquisadores usem os dados para propósitos de estudo, apesar de você não ser pessoalmente identificado. Não há respostas certas e erradas para as questões, por isso responda-as honestamente, por favor. Estimamos que o questionário leve aproximadamente de 15 a 20 minutos para ser preenchido.

Informações gerais:

1. Idade _____
2. Sexo _____
3. Curso _____
(por favor, seja específico)
4. Ano previsto para a formatura _____
5. Você tem experiência de trabalho? __ NÃO __SIM
6. Se a resposta para a questão 5 é SIM,

Especifique o(s) tipo(s) de trabalho(s) que você possui atualmente ou teve no passado:

7. Estamos interessados em saber quais atributos são importantes para você ao selecionar seu primeiro trabalho, depois da graduação (por exemplo, remuneração, estabilidade, importância do trabalho, desenvolvimento de habilidades, etc). Estamos procurando uma lista completa de fatores importantes. Depois de listá-los, coloque-os, por favor, em ordem de importância (1=mais alto, 2=segundo mais alto, etc.)

<u>Atributo</u>	<u>Grau de importância</u>	<u>Atributo</u>	<u>Grau de importância</u>
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Valores Pessoais

Instruções

Nas páginas seguintes há uma lista de valores pessoais. Indique o número que reflete a importância (COMO UM VALOR QUE GUIA A SUA VIDA), numa escala de -1 (contra os meus valores) ou 0 (não importante) até 7 (de importância suprema) de todos os valores que seguem na tabela de valores pessoais abaixo.

Para a tabela a seguir de valores, por favor circule o número que melhor reflete cada grau de importância para você.

Valores Pessoais	Contra os meus valores	Não é importante			Importante			Muito importante	De supra importância
V-1. Igualdade (igualdade de oportunidades para todos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-2. Senso de pertencimento (sentimento que outros se importam comigo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-3. Poder social (controle sobre os outros, dominância)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-4. Prazer (satisfação dos desejos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-5. Liberdade (liberdade de ação e pensamento)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-6. A vida espiritual (ênfase no espiritual e não em questões materiais)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-7. Paz interior (estar em paz comigo mesmo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-8. Ordem social (estabilidade da sociedade)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-9. Vida estimulante (experiências estimulantes)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-10. Significado na vida (um propósito na vida)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-11. Polidez (cortesia, boas maneiras)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-12. Riqueza (material, possessões, dinheiro)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-13. Segurança nacional (proteção da minha nação contra inimigos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-14. Auto-respeito (acreditar em meu próprio valor)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-15. Criatividade (singularidade, imaginação)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-16. Reciprocidade de favores (evitar ficar devendo favores)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-17. Paz mundial (um mundo livre de guerras e conflitos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-18. Respeito às tradições (preservação de costumes históricos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-19. Amor verdadeiro (intimidade emocional e espiritual profundas)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Valores Pessoais	Contra os meus valores	Não é importante			Importante			Muito importante	De supra importância
V-20. Auto-disciplina (saber restringir-se, resistir a tentações)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-21. Indiferença (frente à questões da sociedade)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-22. Segurança da família (ver pessoas amadas em segurança)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-23. Ligação com a natureza (sentir-se ligado com a natureza)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-24. Reconhecimento Social (respeito, aprovação por outros)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-25. Vida diversificada (cheia de desafios, novidades e mudanças)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-26. Sabedoria (ter maturidade para entender a vida)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-27. Autoridade (direito de liderar ou comandar)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-28. Amizades verdadeiras (amigos próximos e confiáveis)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-29. Um mundo de belezas (beleza da natureza e artes)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-30. Moderação (evitar extremos em sentimentos e ações)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-31. Independência (confiar em si mesmo, auto-suficiência)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-32. Justiça social (corrigir injustiças, importar-se com os desprivilegiados)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-33. Lealdade (aos amigos, ao grupo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-34. Ambição (trabalhar duro, ter aspirações)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-35. Mente aberta (tolerância a diferentes idéias e crenças)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-36. Humildade (modéstia, reserva)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-37. Ousadia (gostar de aventuras, riscos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-38. Proteção do meio-ambiente (valorizar a preservação da natureza)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-39. Ser influente (causar impacto em pessoas e eventos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

V-40. Respeito aos pais e pessoas mais velhas (mostrar respeito)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-41. Escolha dos seus próprios objetivos (selecionar os próprios propósitos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-42. Saúde (física ou mental)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-43. Ser capaz (competente, efetivo, eficiente)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-44. Aceitação das circunstâncias e condições da vida (submeter-se às circunstâncias da vida)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-45. Honestidade (ser genuíno,	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-46. Preservação de minha imagem pública (proteger minha imagem)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-47. Obediência (cumprir suas obrigações)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Valores Pessoais	Contra os meus valores	Não é importante			Importante			Muito importante	De supra ma importância
V-48. Inteligência (raciocínio lógico)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-49. Ajudar os outros (trabalhar para o bem do próximo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-50. Aproveitar a vida (aproveitar comida, sexo, lazer, etc)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-51. Devoção (apegar-se a fé religiosa e crenças)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-52. Responsável (alguém em que se pode confiar)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-53. Curiosidade (possuir interesses diversos, explorador)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-54. Organizado (arrumado, limpo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-55. Sucesso (alcançar metas)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
V-56. Indulgente (estar disposto a perdoar os outros)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Muito obrigado por sua participação!

ANEXO I – RESULTADOS DOS TESTES ESTATÍSTICOS

Tabela I– Teste de Normalidade Shapiro-Wilk

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
AUTO_SUFICIENCIA	.063	85	.200*	.982	85	.293
ESTIMULACAO_LN	.108	85	.016	.976	85	.115
REALIZACAO_LN	.088	85	.134	.979	85	.193
PODER	.079	85	.200*	.986	85	.478
HEDONISMO_LN	.156	85	.000	.933	85	.000
SEGURANCA	.078	85	.200*	.982	85	.303
CONFORMIDADE_LN	.078	85	.200*	.983	85	.306
TRADICAO_LN	.095	85	.056	.975	85	.097
BENEVOLENCIA_LN	.050	85	.200*	.992	85	.872
UNIVERSALISMO	.104	85	.024	.981	85	.232

Fonte: Teste realizado pela autora no *software* SPSS

OBSERVAÇÃO:

Após a transformação aplicada às variáveis que não tinham uma distribuição que pudesse ser considerada próxima de uma distribuição normal, foi aplicado o teste de normalidade onde todas as variáveis passaram no teste de Shapiro-Wilk com exceção da variável Hedonismo.

Tabela II – Teste do Coeficiente de Aglomeração

Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage	Distances	% Changes	Number of Clusters
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2				
65	2	3	178,764	56	24	77	7,870	4,4%	20
66	20	30	186,634	48	57	74	8,382	4,5%	19
67	13	53	195,015	64	0	75	8,391	4,3%	18
68	11	67	203,406	59	52	73	8,699	4,3%	17
69	4	57	212,105	61	51	79	8,736	4,1%	16
70	15	18	220,842	60	53	76	10,158	4,6%	15
71	22	35	231,000	23	47	79	11,218	4,9%	14
72	1	7	242,218	63	35	80	12,024	5,0%	13
73	11	32	254,241	68	58	80	12,240	4,8%	12
74	20	26	266,482	66	34	78	13,441	5,0%	11
75	13	66	279,923	67	0	77	13,662	4,9%	10
76	15	21	293,585	70	54	81	18,527	6,3%	9
77	2	13	312,112	65	75	81	21,926	7,0%	8
78	20	33	334,038	74	62	82	24,033	7,2%	7
79	4	22	358,071	69	71	83	24,290	6,8%	6
80	1	11	382,361	72	73	82	26,640	7,0%	5
81	2	15	409,001	77	76	83	39,302	9,6%	4
82	1	20	448,303	80	78	84	84,996	19,0%	3
83	2	4	533,300	81	79	84	222,700	41,8%	2
84	1	2	756,000	82	83	0			1

Fonte: Teste realizado pela autora no *software* SPSS

OBSERVAÇÃO:

A tabela II apresenta as últimas interações do teste de aglomeração, onde foi considerado que a análise com três *clusters* consegue reproduzir *clusters* que são formados por grupos de respondentes com bastante similaridades e que também apresenta uma forte heterogeneidade entre os *clusters*.

Tabela III – Teste ANOVA para análise de *cluster* pelo método K-Means para Z-Score

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AUTO_SUFICIENCIA_Z	Between Groups	28,856	2	14,428	21,454	,000
	Within Groups	55,144	82	,672		
	Total	84,000	84			
ESTIMULACAO_Z	Between Groups	25,945	2	12,973	18,324	,000
	Within Groups	58,055	82	,708		
	Total	84,000	84			
REALIZACAO_Z	Between Groups	29,469	2	14,734	22,157	,000
	Within Groups	54,531	82	,665		
	Total	84,000	84			
PODER_Z	Between Groups	26,590	2	13,295	18,989	,000
	Within Groups	57,410	82	,700		
	Total	84,000	84			
SEGURANCA_Z	Between Groups	44,553	2	22,277	46,308	,000
	Within Groups	39,447	82	,481		
	Total	84,000	84			
CONFORMIDADE_Z	Between Groups	51,174	2	25,587	63,916	,000
	Within Groups	32,826	82	,400		
	Total	84,000	84			
TRADICAO_Z	Between Groups	32,061	2	16,031	25,309	,000
	Within Groups	51,939	82	,633		
	Total	84,000	84			
BENEVOLENCIA_Z	Between Groups	40,492	2	20,246	38,158	,000
	Within Groups	43,508	82	,531		
	Total	84,000	84			
UNIVERSALISMO_Z	Between Groups	42,761	2	21,380	42,513	,000
	Within Groups	41,239	82	,503		
	Total	84,000	84			

Fonte: Teste realizado pela autora no *software* SPSS

OBSERVAÇÃO:

No teste ANOVA que foi realizado considerando a solução com três *clusters* apresentou um valor de F suficiente para considerar que os *clusters* são distintos.

Tabela IV – Teste POST HOC para análise de *cluster* pelo método K-Means para Z-Score

Dependent Variable	(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
AUTO_SUFICIENCIA_Z	1	2	.70952	,21020	,003	,2078	1,2113
		3	1.71787	,26229	,000	1,0918	2,3440
	2	1	-.70952	,21020	,003	-1,2113	-,2078
		3	1.00835	,23346	,000	,4511	1,5656
	3	1	-1.71787	,26229	,000	-2,3440	-1,0918
		2	-1.00835	,23346	,000	-1,5656	-,4511
ESTIMULACAO_Z	1	2	-.64210	,21567	,011	-1,1569	-,1273
		3	-1.62756	,26912	,000	-2,2700	-,9852
	2	1	.64210	,21567	,011	,1273	1,1569
		3	-.98545	,23954	,000	-1,5572	-,4137
	3	1	1.62756	,26912	,000	,9852	2,2700
		2	.98545	,23954	,000	,4137	1,5572
REALIZACAO_Z	1	2	-.65198	,20903	,007	-1,1509	-,1530
		3	-1.73188	,26083	,000	-2,3545	-1,1093
	2	1	.65198	,20903	,007	,1530	1,1509
		3	-1.07990	,23216	,000	-1,6341	-,5257
	3	1	1.73188	,26083	,000	1,1093	2,3545
		2	1.07990	,23216	,000	,5257	1,6341
PODER_Z	1	2	.74957	,21447	,002	,2376	1,2615
		3	1.64770	,26763	,000	1,0089	2,2865
	2	1	-.74957	,21447	,002	-1,2615	-,2376
		3	.89813	,23821	,001	,3295	1,4667
	3	1	-1.64770	,26763	,000	-2,2865	-1,0089
		2	-.89813	,23821	,001	-1,4667	-,3295
SEGURANCA_Z	1	2	.98135	,17778	,000	,5570	1,4057
		3	2.13205	,22184	,000	1,6025	2,6616
	2	1	-.98135	,17778	,000	-1,4057	-,5570
		3	1.15070	,19745	,000	,6794	1,6220
	3	1	-2.13205	,22184	,000	-2,6616	-1,6025
		2	-1.15070	,19745	,000	-1,6220	-,6794
CONFORMIDADE_Z	1	2	-1.26889	,16218	,000	-1,6560	-,8818
		3	-2.24000	,20237	,000	-2,7231	-1,7569
	2	1	1.26889	,16218	,000	,8818	1,6560
		3	-.97112	,18012	,000	-1,4011	-,5412
	3	1	2.24000	,20237	,000	1,7569	2,7231
		2	.97112	,18012	,000	,5412	1,4011
TRADICAO_Z	1	2	.89535	,20400	,000	,4084	1,3823
		3	1.80093	,25455	,000	1,1933	2,4086
	2	1	-.89535	,20400	,000	-1,3823	-,4084
		3	.90559	,22657	,000	,3648	1,4464
	3	1	-1.80093	,25455	,000	-2,4086	-1,1933
		2	-.90559	,22657	,000	-1,4464	-,3648

Fonte: Teste realizado pela autora no software SPSS

Tabela IV – Teste POST HOC para análise de *cluster* pelo método K-Means para Z-Score

Dependent Variable	(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
BENEVOLENCIA_Z	1	2	-1.06528	,18671	,000	-1,5109	-,6196
		3	-2.01161	,23298	,000	-2,5677	-1,4555
	2	1	1.06528	,18671	,000	,6196	1,5109
		3	-.94633	,20737	,000	-1,4413	-,4513
	3	1	2.01161	,23298	,000	1,4555	2,5677
		2	,94633	,20737	,000	,4513	1,4413
UNIVERSALISMO_Z	1	2	,99970	,18177	,000	,5658	1,4336
		3	2.08483	,22682	,000	1,5434	2,6263
	2	1	-.99970	,18177	,000	-1,4336	-,5658
		3	1.08514	,20189	,000	,6032	1,5670
	3	1	-2.08483	,22682	,000	-2,6263	-1,5434
		2	-1.08514	,20189	,000	-1,5670	-,6032

Fonte: Teste realizado pela autora no *software* SPSS

OBSERVAÇÃO:

A análise POST HOC apresentou uma diferença entre as médias com um grau de significância menor que 0,05 para todas as variáveis analisadas, o que assegura que as distâncias entre os *clusters* são suficientes para considerar que os *clusters* são distintos e passíveis de serem comparados em relação aos resultados observados para cada variável.