



Jornadas Hispano • Lusas
de **GESTIÓN CIENTÍFICA**

"Responsabilidad Social e Innovación
en las Fases Recesivas del Ciclo"

Actas de las XXI Jornadas Hispano • Lusas de Gestión Científica.

TOMO IV

Áreas de conocimiento:

- **Ética y Responsabilidad Social.**
- **Gestión del Conocimiento.**
- **Docencia: Metodología y Experiencias Docentes**



PRESENTACIÓN.

Desde la inauguración en los años 80 de las denominadas Jornadas Hispano-Lusas (o Luso-Españolas) de Gestión Científica, año tras año un grupo cada vez más numeroso de profesores universitarios viene respondiendo a la llamada, reuniéndose durante la primera quincena de febrero de forma alternativa: un año en España y otro en Portugal. El objeto de dichas reuniones es la presentación en sesiones paralelas de las últimas investigaciones en ciencias empresariales realizadas por los asistentes, seguida del correspondiente debate y discusión.

Las jornadas del año 2011, las XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, corresponde realizarlas en España y se ha responsabilizado de ello la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ETEA), centro privado adscrito a la Universidad de Córdoba, recayendo la responsabilidad directa de dicha organización en un grupo de profesores que forman e integran el denominado Comité Organizador, que me digno presidir.

Como esta presentación se escribe antes de la celebración del encuentro se desconoce cómo resultará el mismo. Si se juzgara el éxito por el número de comunicaciones recibidas, éste estaría asegurado con creces. En cualquier caso estamos seguros que resultará bien, muy bien, pues todos estamos poniendo en ello nuestro mejor saber y nuestro mayor esfuerzo: los congresistas elevando año tras año el nivel de los trabajos presentados y la institución organizadora definiendo, impulsando y controlando el proceso, teniendo presente en todo momento la experiencia de los anteriores organizadores, que nos ha sido y nos seguirá siendo de gran utilidad.

En la publicación que ahora prologamos se recogen los trabajos seleccionados por los comités científicos español y portugués. Para la selección, los trabajos se han sometido a una doble revisión ciega. Se han presentado en total más de trescientos y se han aceptado doscientos ochenta y ocho, lo que representa un notable incremento sobre años anteriores.

Las comunicaciones aceptadas se distribuyen entre las distintas áreas consideradas, como sigue:

01. Organización de Empresas: 34
02. Dirección Estratégica: 28
03. Finanzas: 35
04. Contabilidad: 36
05. Marketing: 56
06. Recursos Humanos: 18
07. Emprendedores: 12
08. Gestión del Conocimiento: 24
09. Ética y Responsabilidad Social: 29
10. Docencia: metodología y experiencias docentes: 16

Dentro de las áreas reseñadas cabe destacar el área de Docencia: metodología y experiencias docentes- seña de identidad de nuestras jornadas-tan frecuentemente olvidada en este tipo de reuniones y tan actual hoy en que estamos en pleno proceso de adaptación al Espacio Único Europeo de Educación Superior, con la metodología ECTS como bandera. Con carácter institucional se vienen concediendo los siguientes premios:

- A la mejor comunicación de entre las presentadas.
- A la mejor comunicación de entre las presentadas con equipos formados por investigadores españoles y portugueses.
- A la mejor comunicación de entre las presentadas dentro del área “Docencia: metodología y experiencias docentes”.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ETEA), organizadora en esta ocasión de las jornadas, premiará a la mejor comunicación de entre las presentadas dentro del área “Ética y Responsabilidad Social”.

Como es tradición, estos encuentros tienen también otras dimensiones distintas a las meramente académicas. Durante los días de su celebración hay que dar también su oportunidad al desarrollo personal en sus múltiples facetas. Fundamentalmente, a través de la conversación relajada con los compañeros y mediante el conocimiento de la ciudad que nos acoge y pone a nuestra disposición todo su rico legado histórico y cultural.

Todo lo hasta aquí apuntado da contenido a las XXI Jornadas y delimita los objetivos a alcanzar, para cuya consecución resultan imprescindibles todas las ayudas y colaboraciones. En este sentido, el comité organizador en nombre propio y en nombre de ETEA, expresa públicamente su reconocimiento a los autores de los trabajos presentados, a los comités científicos portugués y español por su diligencia y rigor profesional y a los distintos patrocinadores y colaboradores con los que hemos tenido la suerte de contar.

Y ello, desde el convencimiento de que esta vigésima primera celebración de nuestras jornadas, supondrá un hito más en su ya largo historial de éxitos. Un saludo cordial.

Manuel Cabanes Fuentes
Presidente del Comité Organizador
Universidad de Córdoba



COMITÉ ORGANIZADOR.

Presidente:

- Prof. Dr. D. Manuel Cabanes Fuentes. Comercialización e Investigación de Mercados.

Vocales:

- Prof.^a Dra. Pilar Tirado Valencia. Economía Financiera y Contabilidad.
- Prof.^a Dra. Esther Menor Campos. Filología Inglesa.
- Prof. Dr. Carlos García Alonso. Organización de Empresas.
- Prof.^a Dra. Mercedes Ruiz Lozano. Economía Financiera y Contabilidad.
- Prof.^a Dra. Teresa Montero Romero. Economía Financiera y Contabilidad.
- Prof. Dr. Alfonso C. Morales Gutiérrez. Organización de Empresas.
- Prof. Dr. Rafael Araque Padilla. Comercialización e Investigación de Mercados.
- Prof.^a Dra. Belén Gutiérrez Villar. Comercialización e Investigación de Mercados.
- Prof.^a Dra. Rosa Melero Bolaños. Comercialización e Investigación de Mercados.
- Prof. Dr. Horacio Molina Sánchez. Economía Financiera y Contabilidad.
- Prof.^a Dra. María José Montero Simó. Comercialización e Investigación de Mercados.
- Prof.^a Dra. Araceli Ríos Berjillos. Organización de Empresas.
- Prof.^a Dra. Mercedes Torres Jiménez. Economía Aplicada.
- Prof.^a Dra. Magdalena Cordobés Madueño. Economía Financiera y Contabilidad.
- Prof. Dr. José Antonio Ariza Montes. Organización de Empresas.
- Prof. Dr. José Manuel Martín Lozano. Comercialización e Investigación de Mercados.



COMITÉ CIENTÍFICO.

- Profesora Dra. Carmen Barroso Castro, Presidenta del Comité Científico Español
- Prof. Dr. Mario Raposo, Presidente del Comité Científico Portugués
- Agueda Esteban Talaya, Universidad de Castilla La Mancha
- Alfonso Rodríguez Sandiás, Universidad de Santiago de Compostela
- Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva
- Alzira Maria Ascensão Marques – Instituto Politécnico de Leiria
- Ana Bela Teixeira, Instituto Politécnico de Setúbal
- Ana María Gutiérrez Arranz, Universidad de Valladolid
- Ana Maria Sotomayor – ISCAL
- Ana Moraes – ISCTE
- Anabela Correia, Instituto Politécnico de Setúbal
- Anabela Dinis, Universidade da Beira Interior
- António Cardoso Marques – Universidade da Beira Interior
- António Carrizo Moreira – Universidade de Aveiro
- António João Nunes - Universidade da Beira Interior
- Antonio Leal Millán. Universidad de Sevilla
- Antonio Ruiz Jiménez, Universidad de Sevilla
- Araceli Ríos Berjillos, ETEA - Universidad de Córdoba
- Arminda Maria Finisterra do Paço – Universidade da Beira Interior
- Arnaldo Coelho – Universidade de Coimbra
- Arturo Rodríguez Castellanos Universidad País Vasco
- Begoña Barreiro Fernández, Universidad de Santiago de Compostela
- Belen Fernández-Feijoo Souto, Universidad de Vigo
- Belen Gutierrez Villar, ETEA - Universidad de Córdoba
- Bernabé Escobar Pérez, Universidad de Sevilla
- Carla Susana da Encarnação Marques Unversidade de Trás os Montes

-
- Carlos Brito – Faculdade Economia Universidade do Porto
 - Carlos Flavián Blanco, Universidad de Zaragoza
 - Carlos García Alonso, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Carmen Barroso Castro, Universidad de Sevilla
 - Daniel Carrasco Díaz, Universidad de Málaga
 - Elizabeth Kasteinholz – Universidade de Aveiro
 - Encarnación González Vázquez, Universidad de Vigo
 - Emerson Wagner Mainardes – Universidade da Beira Interior
 - Enrique Bigné Alcañiz, Universidad de Valencia
 - Enrique Buch Gómez, Universidad de Vigo
 - Enrique Díez de Castro, Universidad de Sevilla
 - Enrique Martín Armario, Universidad de Sevilla
 - Fernanda Maria Duarte Nogueira – Universidade de Trás os Montes
 - Filipe Coelho – Universidade de Coimbra
 - Francisca Parra Guerrero, Universidad de Málaga
 - Francisco Javier Landa Bercebal, Universidad de Sevilla
 - Francisco Javier Llorens Montes, Universidad de Granada
 - Francisco Javier Martínez García, Universidad de Cantabria
 - Helena María Batista Alves, Universidade da Beira Interior
 - Jacinto Vidigal da Silva, Universidade de Évora
 - João Cordeiro, Instituto Politécnico de Setúbal
 - João José de Matos Ferreira, Universidade da Beira Interior
 - João Pedro Pina Cordeiro - Instituto Politécnico de Setúbal
 - João Tomás - Instituto Politécnico de Setúbal
 - Joaquina Laffarga Briones, Universidad de Sevilla
 - José Alberto Díez de Castro, Universidad de Santiago de Compostela
 - José Ángel Miguel Dávila, Universidad de León
 - José Emilio Navas López Universidad Complutense



- José Luis Galán González, Universidad de Sevilla
- José María Gómez Gras, Universidad Miguel Hernández
- José Paulo Esperança – ISCTE
- José Ramos Pires Manso – Universidade da Beira Interior
- Juan Carlos Ayala Calvo, Universidad de La Rioja
- Juan José García Machado, Universidad de Huelva
- Juan Ramón Oreja Universidad de La Laguna
- Julio García del Junco, Universidad de Sevilla
- Lázaro Rodríguez Ariza Universidad de Granada
- Leonor González Menorca, Universidad de La Rioja
- Luis Ángel Guerras Martín, Universidad Rey Juan Carlos
- Luis Tomás Díez de Castro, Universidad Rey Juan Carlos
- Luísa Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal
- Macario Cámara de la Fuente, Universidad de Jaén
- Manuel Cabanes Fuentes, ETEA - Universidad de Córdoba
- Manuel González Rendón, Universidad de Sevilla
- Manuel Guisado Tato, Universidad de Vigo
- Manuel Parras Rosa, Universidad de Jaén
- Maria de Fátima David – Instituto Politécnico da Guarda
- María del Carmen López Martín, ETEA - Universidad de Córdoba
- María do Céu Ferreira Gaspar Alves, Universidade da Beira Interior
- María Isabel Blanco Dopico, Universidad de Santiago de Compostela
- María Jesús Hernández, Universidad de Jaén
- Maria José Aguilar Madeira Silva – Universidade da Beira Interior
- María José Montero Simó, ETEA - Universidad de Córdoba
- Mariano Nieto Antolín Universidad de León
- Mário José Batista Franco, Universidade da Beira Interior
- Mário Lino Barata Raposo – Universidade da Beira Interior

-
- Natália Maria Prudêncio Canadas - Instituto Politécnico de Leiria
 - Mercedes Ruiz Lozano, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Natália Canadas, Instituto Politécnico de Leiria
 - Paula Odete Fernandes - Instituto Politécnico de Bragança
 - Paulo Alexandre Oliveira Duarte – Universidade da Beira Interior
 - Paulo Gonçalves Pinheiro – Universidade da Beira Interior
 - Paulo Maças Nunes – Universidade da Beira Interior
 - Pedro Dominginhos - Instituto Politécnico de Setúbal
 - Pedro Marques Silva – Universidade da Beira Interior
 - Pilar Tirado Valencia, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Rafael Araque Padilla, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Ramón Valle Cabrera Universidad Pablo Olavide
 - Ricardo Hernández Mogollón, Universidad de Extremadura
 - Ricardo Rodrigues – Universidade da Beira Interior
 - Rodolfo Vázquez Casielles Universidad de Oviedo
 - Rosa Melero Bolaños, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Santiago García González Universidad de Huelva
 - Soumudip Sarkar, Universidade de Évora
 - Susana Maria Garrido Azevedo – Universidade da Beira Interior
 - Teodoro Luque Martínez, Universidad de Granada
 - Teresa Montero Romero, ETEA - Universidad de Córdoba
 - Vasco Eiriz – Universidade do Minho
 - Yolanda Polo Redondo Universidad de Zaragoza
 - Zélia Maria da Silva Serrasqueiro, Universidade da Beira Interior



ÍNDICE.

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL 17

• A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO VARIÁVEL ANTECEDENTE DOS CLIMAS AUTENTIZÓTICOS, DA SATISFAÇÃO E DO EMPENHAMENTO AFECTIVO: UM ESTUDO APLICADO A ALGUNS INSTITUTOS POLITÉCNICOS PORTUGUESES.	19
Ana Marta Aleixo Figueiras dos Santos, Susana Cristina Henriques Leal, Maria de Fátima Nunes Jorge Oliveira.	
• LA RESPONSABILIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO: ¿REALIDAD?	37
Alicia Guerra Guerra, Elena Fernández Pájaro.	
• DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS ORGANISMOS PÚBLICOS LOCALES EUROPEOS. EL CASO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS.	56
Andrés Navarro Galera, Mercedes Ruiz Lozano, Araceli de los Ríos Berjillos, Pilar Tirado Valencia.	
• ESTUDO DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E DA ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES.	70
Ana Maria da Silva Barbosa Sotomayor, Cristina Neves Grazina.	
• EMPRESAS TECNOLÓGICAS ESPAÑOLAS: ¿SOCIALMENTE RESPONSABLES?	97
Ángel Daniel Téllez Infantes, Alicia Guerra Guerra.	
• INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO DE EXTREMADURA.	114
Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa, M ^a Isabel Sánchez Hernández, Dolores Gallardo Vázquez, Alicia Guerra Guerra.	
• DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E DA ÉTICA EMPRESARIAL.	124
Cristina Neves Grazina, Ana Maria da Silva Barbosa Sotomayor.	
• LA TARIFICACIÓN VIAL EN EL MARCO DE LA UNIÓN EUROPEA. SITUACIÓN ACTUAL EN ESPAÑA.	142
Daniel Carrasco Díaz, Francisca Anguita Rodríguez, Juan Pedro Muñoz Miguel.	
• A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO DO CONCELHO DA GUARDA.	154
Ermelinda Oliveira, José R. Pires Manso.	
• FACTORES QUE INCIDEN EN LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA POR INTERNET EN EMPRESAS COTIZADAS: EL CASO DE LATINOAMÉRICA Y ESPAÑA.	166
Guadalupe del Carmen Briano Turrent, Lázaro Rodríguez Ariza.	
• RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS.	182
Guzmán Antonio Muñoz Fernández, Pablo Rodríguez Gutiérrez.	
• A PROBLEMÁTICA DA PROFISSÃO DE AUDITORIA NA SOCIEDADE ACTUAL.	200
Humberto Ribeiro, Preciosa Carvalho.	

• LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES. Ignacio Valduérteles Bartos, Beatriz Palacios Florencio, Encarnación Ramos Hidalgo.	218
• PROPOSTA DE APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DEA NO CONTEXTO DE AVALIAÇÃO SUMÁRIA DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS. Joaquim Contreiras, Paulo Carrasco, Sandra Rebelo.	232
• THE DEVELOPMENT OF NEW ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS AND ITS INFLUENCE ON FINANCIAL PERFORMANCE. Javier Delgado-Ceballos, Javier Aguilera-Caracuel, Natalia Ortiz-de-Mandojana, Encarnación García-Sánchez.	241
• INSTITUTIONS AND ECONOMIC MODEL OF THE COUNTRY OF ORIGIN OF MULTINATIONAL FIRMS AS DETERMINING FACTORS OF GLOBAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. Juan J Durán, Nuria Bajo.	257
• RESPONSABILIDADE SOCIAL E CAUSALIDADE GRANGER-MULTIVARIADA ENTRE ENERGIA, PIB, EXPORTAÇÕES E I&D: EVIDÊNCIA A PARTIR DE UM PAÍS DO SW DA UE (PORTUGAL). José Ramos Pires Manso, Ana Nascimento, Ermelinda Raimundo Oliveira.	273
• LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA ESTRATEGIA DE RSC Y SUS CONSECUENCIAS SOBRE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA. Luis Ignacio Álvarez González, Marta Rey García, María José Sanzo Pérez.	290
• EL PAPEL DE LA CONFIANZA EN EL INTERIOR DE LAS ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR. Laura Díaz Paris, Leopoldo Gutiérrez Gutiérrez.	301
• LAS EMPRESAS DEL DOW JONES Y EL ESFUERZO DE COMUNICACIÓN DE SUS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Maria Soledad Aguirre García, Covadonga Aldamiz-echevarría González de Durana.	318
• BUENAS PRÁCTICAS Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN EN LAS ONG. María del Carmen Caba Pérez, María del Mar Gálvez Rodríguez, Manuel López Godoy.	333
• ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LOS RESULTADOS DE LAS EMPRESAS Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Mª José Charlo Molina, Ismael Moya Clemente, Ana Mª Muñoz Rubio.	348
• RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTE E RELATO. Manuela Duarte, Jorge Rodrigues.	366
• COMPORTAMIENTO Y FORMACIÓN ÉTICA: PERCEPCIÓN Y EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y PROFESORES UNIVERSITARIOS DE CONTABILIDAD. Marcela Espinosa Pike, Edurne Aldazabal.	376
• LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO. REVISIÓN Y ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA (2000-2010). Mª del Amor Jiménez Jiménez, Ana Gessa Perera.	391
• RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ENTIDADES FINANCIERAS: LA INTERNACIONALIZACIÓN RESPONSABLE DE BBVA Y BANCO SANTANDER. Pablo Rodríguez Gutiérrez, Luna Santos Roldán.	411



• UN ANÁLISIS DE LA DISPARIDAD DE GÉNERO EN LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS GRANDES EMPRESAS ESPAÑOLAS. Rocío Martínez Jiménez, Juan de la Poza Pérez, Cristina Pedrosa Ortega.	429
• EFFECTOS DE LOS CAMPOS DE GOLF SOBRE EL MEDIO AMBIENTE. Susana Borrego Domínguez, Francisca Parra Guerrero.	441
• UNA VISIÓN DEL BALANCED SCORECARD COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL: APROXIMACIÓN DEL CONTEXTO EMPRESARIAL AL SECTOR PÚBLICO. Verónica Paula Lima Ribeiro, Sónia Maria da Silva Monteiro.	455

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.....469

• O IMPACTO DAS INCUBADORAS E DAS RELAÇÕES COM A UNIVERSIDADE NA INOVAÇÃO E PERFORMANCE DAS EMPRESAS INCUBADAS. Ana Frade, Arnaldo Coelho.	471
• INNOVACIÓN ABIERTA: DESAFÍOS ORGANIZACIONALES DE ESTE NUEVO MODELO DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA LAS EMPRESAS. Antonio García Lorenzo, José López Rodríguez.	489
• LAS PYMES ESPAÑOLAS LOCALIZADAS EN PARQUES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS: EL EFECTO MEDIADOR DE LAS TIC EN LA INNOVACIÓN. Andrés J. Navarro Paule, M. Mercedes Romerosa Martínez.	497
• A INFLUÊNCIA DOS KNOWLEDGE INTENSIVE BUSINESS SERVICES (KIBS) NOS INDICADORES DE I&D: ALGUMAS EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS PORTUGUEAS. Cristina Fernandes, João J. Ferreira, Carla S. Marques.	510
• CAJASOL, ENTIDAD FINANCIERA QUE APRENDE A TRAVÉS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO. Cinta C. García Vázquez, Juan Córdoba Gómez, M ^a Jesús Moreno Domínguez.	527
• LA IMPORTANCIA DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES PARA LAS ENTIDADES FINANCIERAS. UNA REVISIÓN TEÓRICA. M ^a del Consuelo Ruiz Rodríguez.	541
• EL PAPEL DEL PROMOTOR DE RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA COOPERACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA: EL CASO DEL PROYECTO REDOMIC. Eva-María Mora-Valentín, Braulio Pérez-Astray.	556
• PREDICCIÓN DE LA DEMANDA DESAGREGADA DE AGUA A CORTO PLAZO MEDIANTE REDES NEURONALES: UNA METODOLOGÍA ALTERNATIVA. Francisca Daza Sánchez, José M ^a Caridad y Ocerin, Nuria Ceular Villamandos, Pedro Cornejo Agredano	567
• EFFECTOS DE LA COOPERACIÓN CON USUARIOS SOBRE EL RESULTADO INNOVADOR DE LA EMPRESA. Gloria Sánchez-González.	581
• EL TURISMO IDIOMÁTICO EN CÓRDOBA: LA OPORTUNIDAD DE DIVERSIFICAR UN SECTOR ESTRATÉGICO. Inmaculada Piédrola Ortiz, Carlos Artacho Ruiz, Eduardo J. Villaseca Molina.	600

• LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE <i>SPIN-OFFS</i> EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS: UNA TIPOLOGÍA. José María Beraza Garmendia, Arturo Rodríguez Castellanos.	618
• EL SERVICIO ANDALUZ DE SALUD (SAS) AVANZA PARA CONVERTIRSE EN UNA ADMINISTRACIÓN CAPAZ DE APRENDER. Juan Córdoba Gómez, Cinta C. García Vázquez, M^a Jesús Moreno Domínguez.	635
• CAPACIDAD DE APRENDIZAJE Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN ORGANIZACIONES. Julio García del Junco, Beatriz Palacios Florencio, Georg Dutschke.	646
• RESULTADO EMPRESARIAL, GÉNERO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO RURAL. M^a Isabel Diéguez Castrillón, Ana Gueimonde Canto, Lidia Blanco Cerradelo.	661
• ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOSTELERO ESPAÑOL. Manuel Guisado Tato, Manuel Guisado González.	676
• THE MANAGER'S STRATEGIC BEHAVIOR AS A DETERMINANT OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT AND THE INFLUENCE OF ON RESULTS. M^a Carmen Haro Domínguez, M^a Teresa Ortega Egea, Antonia Ruiz Moreno.	688
• ESTRATEGIAS Y TIPOS DE INNOVACIÓN EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN DE CARACAS (VENEZUELA). M^a del Carmen Lombao Vera, Antonia M^a Estrella Ramón, Alicia García Ramírez.	699
• CAPITAL INTELECTUAL: INDICADORES DIVULGADOS PELAS MAIORES EMPRESAS DE DISTRIBUIÇÃO PORTUGUESAS: CASOS SONAE DISTRIBUIÇÃO E JERÓNIMO MARTINS. Maria de Fátima Travassos Conde.	713
• LEADERSHIP AND KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICES – THE CASE OF HEALTHCARE ORGANISATIONS. Paula Pinto Ferreira, Paulo Pinheiro, Ricardo Rodrigues, Rui Pinto.	728
• IMPORTANCIA DEL CAPITAL RELACIONAL EN LA INTEGRACIÓN DE CONOCIMIENTO EN LAS MULTINACIONALES. Patrocinio Carmen Zaragoza-Sáez, Enrique Claver-Cortés.	738
• O BALANCED SCORECARD PODE REPRESENTAR E MEDIR O CAPITAL INTELECTUAL?. Rosa Maria Correia Nunes.	750
• LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO EN EMPRESAS ANDALUZAS. Silvia Sánchez Ceballos, José Luis Roldán Salgueiro, Juan Carlos Real Fernández.	765
• O PADRÃO DE ENTRADA DE NOVAS EMPRESAS. O CASO DA INDÚSTRIA TRANSFORMADORA PORTUGUESA. Soumodip Sarkar, Georgette Andraz.	780
• SUSTENTABILIDADE VIA INOVAÇÃO: ESTUDO CASO DE DUAS EMPRESAS BRASILEIRAS. Valdner Clementino, Sónia Mateus, Somoudip Sarkar.	795



DOCENCIA: METODOLOGÍA Y EXPERIENCIAS DOCENTES807

• O EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR – QUE CONTRIBUTO PARA O “ESPÍRITO EMPREENDEDOR”? Ana Rolo Alves, Raquel Pereira, Rui Brites.	809
• ENFOQUES DE APRENDIZAJE: UN ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS TITULACIONES DE LA ESCUELA UNIVERSITARIA DE OSUNA. Carmen Fernández Polvillo, José Luis Arquero Montaña.	827
• ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ALUMNOS DE CONTABILIDAD FINANCIERA A TRAVÉS DE MODELOS CON VARIABLE DEPENDIENTE CENSURADA. Carmen Pilar Martí Ballester.	842
• EXPERIENCIAS DOCENTES EN EL CAMPO DE LA VALORACIÓN FINANCIERA. Damián de la Fuente Sánchez, Montserrat Hernández Solís, Inmaculada Pra Martos.	851
• IMPLANTACIÓN DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS EN EL ANÁLISIS DE CUENTAS ANUALES. Eduarne Aldazabal Etxeberria, Marcela Espinosa Pike.	862
• HOW WELL ADAPTED ARE ACCOUNTING STUDENTS FOR BOLOGNA? A COMPARATIVE ANALYSIS OF LEARNING STYLES OF SPANISH SOCIAL SCIENCES STUDENTS. José L. Arquero, Concepción Tejero.	874
• APRENDIZAJE BASADO EN EL USO DE CASOS DE ESTUDIO REAL. José Antonio Donoso Anés, Rosario López Gavira.	885
• GESTALENTUM: DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES EN ALUMNOS UNIVERSITARIOS BAJO LA METODOLOGÍA DE FORMACIÓN OUTDOOR TRAINING. Jesús Molina Gómez, María Jesús Carrasco Santos, Miguel Reinoso Fernández-Caparrós.	899
• UN PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DEL ESTILO DE LIDERAZGO EN LA DOCENCIA. Luis M. Cerdá Suárez, Casimiro Francisco Ramos.	910
• AMBIENTES QUE PROMOVEM O EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR – O CASO DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL. Maria Teresa Gomes da Costa, Luisa Cagica carvalho, Pedro Miguel Dominginhos.	929
• UEX PICTURES FACTORY: APRENDER A TRAVÉS DE LA CULTURA DEL ENTRETENIMIENTO)”. Mª Manuela Palacios González, Dolores Amalia Gallardo Vázquez, Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa.	940
• LA WEBQUEST COMO ESTRATEGIA METODOLÓGICA EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE LA ASIGNATURA CONTABILIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Paloma del Campo Moreno, Laura Parte Esteban.	952
• MOTIVOS QUE CONDICIONAN LA ELECCIÓN DE CURSAR ESTUDIOS UNIVERSITARIOS: DIFERENCIAS POR GÉNERO Y TITULACIÓN. Ramón Barrera Barrera, Jesús Manuel López Bonilla, María de los Ángeles Rodríguez Serrano, Beatriz Palacios Florencio, María del Carmen Rodríguez Reyes, Borja Sanz Altamira, Luis Miguel López Bonilla.	961

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO VARIÁVEL ANTECEDENTE DOS CLIMAS AUTENTIZÓTICOS, DA SATISFAÇÃO E DO EMPENHAMENTO AFECTIVO: UM ESTUDO APLICADO A ALGUNS INSTITUTOS POLITÉCNICOS PORTUGUESES

Ana Marta Aleixo Figueiras dosSantos (anamartaafsantos@gmail.com)

Rua D. João XXI, Lote 3, n.º 7, 6.º Dto.

2410-114 Leiria

Susana Cristina Henriques Leal (susana.leal@esg.ipsantarem.pt)

Escola Superior de Gestão e Tecnologia; Instituto Politécnico de Santarém

2001-904 Santarém

Maria de Fátima Nunes Jorge Oliveira (mfj@uevora.pt)

Departamento de Gestão; Universidade de Évora

7002-554 Évora

RESUMO

O presente trabalho tem por objectivo investigar como as práticas de responsabilidade social e as percepções dos colaboradores sobre as mesmas, podem favorecer as suas percepções de clima autentizótico e influenciar as atitudes com o trabalho (a satisfação e o empenhamento afectivo). Através de um inquérito por questionário distribuído a uma amostra de 239 colaboradores apurou-se que: (i) As práticas de RSO influenciam positivamente percepções de RSO; (ii) As percepções de RSO explicam grande parte das percepções de clima autentizótico, do empenhamento afectivo e da satisfação; (iii) As percepções de clima autentizótico medeiam o efeito das percepções de RSO sobre o empenhamento afectivo, sobre a satisfação com o trabalho e colegas e sobre a satisfação com os superiores; (iv) As percepções de clima autentizótico não influenciam a satisfação com o salário e promoções e não medeiam o efeito das percepções de RSO sobre a satisfação com o salário e promoções.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Organizações Autentizóticas, Satisfação, Empenhamento Afectivo, Institutos Politécnicos Portugueses.

ABSTRACT

The present work has the objective of investigate how social responsibility practices and the employee's perceptions about it, can favour their authentizotic climate perceptions and influence the work attitudes (satisfaction and affective commitment).

Through an inquiry by questionnaire distributed to a sample of 239 employees it was found that: (i) CSR practices positively influence CSR perceptions; (ii) CSR perceptions explain a great part of authentizotic climate perceptions, affective commitment and job satisfaction; (iii) Authentizotic climate perceptions mediate CSR perceptions effects on affective commitment and on job satisfaction, satisfaction with co-workers and satisfaction with superiors; (iv) Authentizotic climate perceptions do not influence wages and promotions satisfaction and do not mediate CSR perceptions effects on wages and promotions satisfaction.

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility, Authentizotic Organizations, Satisfaction, Affective Commitment, Portuguese Polytechnics.

1. INTRODUÇÃO

A realidade actual do mundo laboral tem suscitado grandes preocupações por todos os investigadores que exploram a temática do comportamento e da qualidade de vida organizacional. Com a globalização e crescente

competitividade no trabalho surgem problemas organizacionais que afectam a vida dos colaboradores e consequentemente da organização. O stress – conotado como a doença do século XXI –, o excesso de trabalho, a falta de equilíbrio entre a vida família e profissional, os problemas de liderança e de comunicação, as fracas oportunidades de aprendizagem e de desenvolvimento dentro da organização são características da actual realidade laboral.

Ao relacionar as percepções de RSO com as percepções de organizações autênticas, com a satisfação no trabalho e com o empenhamento afectivo, pretende-se alertar para a necessidade de olhar de uma forma diferente para o indivíduo enquanto trabalhador, nomeadamente no que diz respeito às suas atitudes perante o trabalho (e.g., satisfação com o trabalho e empenhamento afectivo). Já existem evidências que corroboram que as percepções de RSO dos colaboradores influenciam as suas atitudes, nomeadamente, a satisfação com o trabalho (Gavin e Maynard, 1975) e o empenhamento afectivo (Peterson, 2004; Rego *et al.*, 2010), mas os estudos empíricos são escassos.

Este estudo analisará as percepções e as atitudes perante o trabalho dos funcionários não docentes de diversos institutos politécnicos portugueses. Como tal, aduz-se que os institutos politécnicos que desenvolvam práticas socialmente responsáveis, favoreçam uma organização mais “humanizada” – ou seja, preocupada com as necessidades individuais dos seus colaboradores – desenvolvam um clima de trabalho autêntico, possam contribuir para uma maior satisfação e um maior empenhamento afectivo dos seus colaboradores.

Este trabalho tem por objectivo investigar como as práticas de RSO e as percepções dos colaboradores sobre as mesmas, favorecem as suas percepções de clima autêntico e influenciam as atitudes com o trabalho (a satisfação e o empenhamento afectivo).

Os trabalhos de investigação empírica sobre as percepções de RSO e sobre os climas psicológicos autênticos são escassos (e.g., Rego *et al.*, 2010) o que revela a pertinência desta investigação sobre as práticas e percepções de RSO e o seu impacto nas percepções de clima autêntico, na satisfação com o trabalho e no empenhamento afectivo dos colaboradores.

O nível de análise considerado é o individual, as variáveis em análise (práticas de RSO, percepções de RSO, clima autêntico, satisfação e empenhamento afectivo) serão estudadas através das percepções dos colaboradores.

O trabalho está estruturado da seguinte forma. Começa-se com o enquadramento teórico e com a apresentação dos modelos teóricos em análise e as hipóteses do estudo. Seguidamente, apresenta-se a metodologia onde se explicitam as opções relacionadas com o estudo quantitativo, nomeadamente o inquérito por questionário, as medidas usadas, a amostra, a sua caracterização e alguns procedimentos metodológicos. Segue-se a análise dos resultados e expõem-se as análises de regressão linear múltipla. Por último, apresenta-se a discussão de resultados, as conclusões do trabalho e algumas limitações ao estudo.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES

Não só a publicação do Livro Verde como as várias comunicações da Comissão Europeia (2001, 2002, 2006) permitiram definir o conceito de responsabilidade social das organizações ao nível comunitário, associando-o a três ideias fundamentais: (i) é um comportamento voluntário por parte das organizações e, portanto, que transcende as suas obrigações legais; (ii) está associada à ideia de desenvolvimento sustentável (na medida em que as organizações consideram os impactos económicos, sociais e ambientais da sua gestão) e (iii) as suas práticas não são uma actividade adicional da organização mas sim uma filosofia de gestão da própria organização reflectindo-se sobre o todo organizacional.

O Livro Verde defende entusiasticamente a associação entre as práticas de responsabilidade social e a competitividade e produtividade das organizações sendo o objectivo “construir uma economia dinâmica, competitiva, coesiva e baseada no conhecimento” (Comissão Europeia, 2001, p. 5).

A verdade é que, hoje em dia e neste contexto, não se perspectiva uma vantagem competitiva obtida unicamente através do investimento na vertente económica e no lucro da organização. Interessa, também, o investimento num modelo social competitivo cada vez mais dependente do seu capital humano.



As práticas de responsabilidade social incluem, assim, uma dimensão interna, ligada à valorização dos recursos humanos da organização, à prevenção e saúde no ambiente de trabalho, à adaptação à mudança, e ainda, uma dimensão externa envolvendo acções de apoio a causas sociais, a promoção dos direitos humanos ou a preocupação com o ambiente global (Comissão Europeia, 2001).

2.2. AS PRÁTICAS E AS PERCEPÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES

A RSO tem sido objecto de estudo, nomeadamente ao nível organizacional, sendo ainda escassos os trabalhos que analisam a vertente individual, designadamente ao nível das percepções dos colaboradores das organizações (Peterson, 2004). O "tema merece uma atenção mais cuidada, pois as atitudes e os comportamentos dos colaboradores afectam o desempenho individual e organizacional e, por consequência, influenciam os interesses dos accionistas" (Leal et al., 2007, p.3).

As percepções dos colaboradores quanto à RSO são relevantes porque podem afectar as percepções que estes têm sobre a identidade organizacional e reputação externa da sua organização e influencia as suas atitudes perante o trabalho (Dutton et al., 1994, citado por Leal et al., 2007).

Os resultados do estudo de Leal et al. (2007) sugerem que os colaboradores que mais valorizam a RSO descrevem as suas organizações como mais responsáveis no que concerne às dimensões leal/ética, filantrópica e económica. Também a investigação de Rego et al. (2010) mostra que as percepções da RSO explicam 35% da variância do empenhamento afectivo, sendo os melhores preditores, as percepções da responsabilidade legal e da responsabilidade discricionária perante os seus colaboradores. Sugerem que os colaboradores são mais sensíveis às práticas de responsabilidade social que os beneficie directamente.

Também o estudo de Duarte e Neves (2010) centra-se nas percepções e nas atitudes dos indivíduos face à RSO das organizações, procurando analisar a influência da posição hierárquica dos colaboradores face ao envolvimento das organizações em actividades de RSO. Sugerem que a posição hierárquica dos indivíduos não altera a sua atitude geral face à RSO mas influencia a visão que têm da responsabilidade social da organização em que trabalham.

Os resultados relativos à atitude dos colaboradores face à RSO revelam que os participantes são favoráveis ao envolvimento das organizações nas práticas de RSO, sugerindo que "os trabalhadores concordam bastante com o desempenho social das organizações, reconhecendo que as mesmas devem alargar o âmbito das suas preocupações integrar questões sociais e ambientais nas suas actividades e estratégias de negócio" (Duarte e Neves, 2010, p. 11). Em relação às dimensões de RSO, e no que se refere ao seu investimento, reconhece-se um maior investimento em práticas de cariz económico, relativo à governança e eficiência da organização, seguindo-se o investimento em práticas de RSO dirigidas aos trabalhadores, através do investimento numa gestão de recursos humanos sustentável e promotora de bem-estar, e por último, em práticas de apoio à comunidade e ao ambiente. As percepções dos colaboradores acerca da RSO têm vindo a revelar-se uma importante variável preditora da relação estabelecida entre indivíduo-organização, ajudando a compreender comportamentos e atitudes que os indivíduos desenvolvem no contexto de trabalho (Duarte e Neves, 2010).

2.1. O EMPENHAMENTO AFECTIVO, A SATISFAÇÃO COM O TRABALHO E AS PERCEPÇÕES DE CLIMA AUTENTIZÓTICO COMO CONSEQUÊNCIAS DAS PERCEPÇÕES DE RSO

Apesar do crescente número de estudos sobre as várias dimensões da RSO, são ainda reduzidos os estudos sobre o impacto da RSO nos seus colaboradores, nomeadamente no que se refere às consequências das percepções de RSO no seu empenhamento afectivo, satisfação no trabalho e percepções de clima autenticizótico.

O empenhamento organizacional é determinado pelas percepções dos seus colaboradores (Peterson, 2004). A teoria da identidade organizacional sugere que as percepções dos membros da organização são mais importantes na determinação do seu auto-conceito, do que de qualquer outra medida objectiva possível do desempenho social da organização, independentemente da precisão das percepções dos colaboradores (Peterson, 2004).

Com o propósito de estudar o impacto da RSO sobre os seus colaboradores, Turker (2009) desenvolveu um estudo no sentido de analisar como a RSO afecta o empenhamento organizacional dos colaboradores. As conclusões do estudo revelam que a RSO é um significativo preditor do empenhamento organizacional.

Também o trabalho desenvolvido por Leal *et al.* (2007), refere a importância da percepção dos colaboradores quanto à RSO e como estas podem afectar as suas percepções acerca da identidade da organização e da sua reputação face ao exterior. A situação será contrária quando o colaborador percebe que a organização transmite uma imagem negativa, o que favorece a diminuição da sua satisfação, condicionando os laços afectivos para com a organização. Neste caso, o empenhamento afectivo diminui, dando origem ao aumento do empenhamento instrumental, ou seja, o indivíduo permanecerá na organização apenas porque não tem escolha, não encontra outro emprego e/ou sente que a sua saída resultará em perdas ou sacrifícios (Peterson, 2004; O'Reilly e Chatman, 1986).

Os resultados do estudo de Lee *et al.* (2009), que segue a linha de investigação de Peterson (2004), sugerem que a reputação da organização sobre questões sociais influencia as atitudes dos seus colaboradores. Sendo o empenhamento organizacional associado a diversos resultados positivos, como é exemplo a motivação, a diminuição do absentismo, a diminuição da rotatividade, tornando-se importante que as organizações transmitam uma imagem positiva da organização.

Em síntese, as evidências permitem afirmar que as percepções de RSO influenciam positivamente o empenhamento afectivo dos colaboradores (Peterson, 2004; Rego *et al.*, 2010; Turker, 2009).

A RSO está ainda associada à satisfação no trabalho (Duarte e Neves, 2010; Gavin e Maynard, 1975). As percepções de práticas de RSO dirigidas aos colaboradores têm uma relação privilegiada com a satisfação no trabalho. As práticas internas podem melhorar a satisfação através da melhoria das condições de trabalho e da qualidade de vida dos colaboradores.

Os melhores locais para trabalhar estão intimamente relacionados com uma elevada qualidade de vida, onde as pessoas têm objectivos de vida significativos; os ambientes são abertos e onde se fomenta o diálogo, criam motivações positivas, encorajam a criatividade, têm padrões de comportamentos elevados (e.g., éticos) e fomentam a responsabilidade social. As organizações autênticas procuram, assim, responder à realização profissional do indivíduo, à realização familiar/pessoal e desempenho organizacional, onde os colaboradores adoptam uma postura caracterizada pelo empenhamento, pela lealdade e por comportamentos de cidadania organizacional (Rego *et al.*, 2003; Rego, 2004).

Aduz-se que as organizações cuja orientação para a RSO seja mais positiva consigam desenvolver percepções de clima autêntico igualmente mais positivas. Tal como Rego (2004) refere, a assunção de responsabilidades sociais facilita a emergência de espaços organizacionais que vertem efeitos positivos em dois domínios: (a) os indivíduos podem desenvolver o seu potencial e realizarem-se do ponto de vista pessoal e familiar; (b) as organizações podem obter os benefícios oriundos do trabalho de pessoas mais empenhadas/entusiasmadas e cujo potencial é aproveitado em prol da melhoria do desempenho organizacional.

2.2. CLIMAS ORGANIZACIONAIS AUTÊNTICOS

O estudo sobre as organizações autênticas tem-se apresentado como tema de referência no estudo do comportamento organizacional, muitas vezes associado à satisfação e à motivação do indivíduo.

Em Portugal a investigação em torno da temática tem sido levada a cabo, essencialmente, por Rego (Rego *et al.*, 2003; Rego, 2004; Rego e Souto, 2004a, 2004b; Rego e Cunha, 2008), onde o autor tem procurado explicar que as organizações podem interferir na saúde física e psicológica dos seus colaboradores, e que a saúde organizacional é afectada pela saúde das pessoas que lá trabalham.

Estes autores também referem que o desafio das organizações do século XXI é o de criar espaços realmente saudáveis para os indivíduos que nela trabalham, através da sua realização profissional, pessoal/familiar e do seu desempenho organizacional. Estes espaços tornam-se, assim, mais atractivos e motivadores para trabalhar, onde os seus colaboradores estão familiarizados com o objectivo da organização e o associam como seu.

No âmbito deste estudo interessa apresentar os dois principais modelos das organizações autênticas: o modelo original de Kets de Vries (2001) e o modelo de Rego e colaboradores (Rego *et al.*, 2003; Rego, 2004; Rego e Souto, 2004a, 2004b; Rego e Cunha, 2008).

Kets de Vries (2001) confirma a tese de que apenas as organizações que reconheçam e valorizem a importância de discutir as necessidades humanas poderão responder eficazmente às dificuldades do século, descrevendo-as



como organizações autênticas. As investigações sucedâneas apontam que a existência de um bom clima organizacional tende a motivar os colaboradores, o que resultará em maior empenhamento no trabalho, estabelecendo assim vínculos dentro e fora da organização.

Os trabalhos de investigação empírica sobre as organizações autênticas são escassos (Rego e Cunha, 2008). No que diz respeito às percepções de clima autêntico, os climas sociais favoráveis (e.g., participativos, orientados para a aprendizagem e o desenvolvimento contínuo, com vista à conciliação da relação trabalho-família) no interior da organização induzem menores índices de absentismo, maior empenhamento e produtividades dos seus colaboradores, maior capacidade para atrair candidatos talentosos, menores níveis de stress, melhor saúde e menores quantidades de acidentes e erros (Cunha *et al.*, 2007).

Quando os indivíduos percebem que as suas organizações são mais autênticas, desenvolvem laços afectivos e normativos mais fortes com a organização, experimentam elevados níveis de bem-estar afectivo, sentem-se menos *stressados* e menos ligados instrumentalmente à organização (Rego e Cunha, 2008).

Como refere Rego (2004), é possível que os climas autênticos induzam níveis superiores de empenhamento afectivo e normativo (Allen e Meyer, 1996), sendo presumível que os colaboradores se empenhem mais no trabalho e em prol da organização.

Rego e Souto (2004a), estudaram como o clima organizacional autêntico explica o empenhamento organizacional, nomeadamente o empenhamento afectivo. Neste estudo, as seis dimensões autênticas explicam entre 32% a 41% do empenhamento afectivo. Rego (2004) estabeleceu ainda uma relação entre as percepções de clima autêntico e uma menor probabilidade de abandonar a organização.

2.3. SATISFAÇÃO COM O TRABALHO

Inúmeros estudos foram já realizados sobre a satisfação no trabalho, principalmente quando se começou a valorizar o factor humano nas organizações (Locke, 1976; Hackman e Oldhan, 1980; Steers e Porter, 1990; Lima *et al.*, 1988; Cunha *et al.*, 2007).

A satisfação é, assim, uma das variáveis mais estudadas em comportamento organizacional devido à sua influência na qualidade do ambiente do trabalho, e que está, implícita ou explicitamente, associada ao desempenho individual (Cunha *et al.*, 2007).

A mais utilizada definição de satisfação é a defendida por Locke (1976, p.10), como uma resposta afectiva ao trabalho, definida como “um estado emocional positivo ou de prazer, resultante da avaliação do trabalho ou das experiências proporcionada pelo trabalho”.

Esta investigação pretende ser um contributo ao nível da análise da satisfação numa vertente multidimensional. Ferreira *et al.* (2001, p.290) considera como factores da satisfação com o trabalho: “a satisfação com a chefia, a satisfação com a organização, a satisfação com os colegas de trabalho, a satisfação com as condições de trabalho, a satisfação com a progressão na carreira, a satisfação com as perspectivas de promoção, a satisfação com as recompensas salariais, a satisfação com os subordinados, a satisfação com a estabilidade do emprego, a satisfação com a quantidade de trabalho, a satisfação com o desempenho pessoal e a satisfação intrínseca geral”. O trabalho de Deshpande (1996) procurou determinar o impacto dos climas éticos nas diferentes formas de satisfação no trabalho (remunerações, promoções, relação com colega se supervisores e natureza do trabalho em si). As conclusões revelaram que a dimensão de clima de profissionalismo foi o mais indicado pelos colaboradores. As conclusões, revelaram ainda que nenhum tipo de clima influencia de forma significativa a satisfação com salários, demonstrando ainda que os colaboradores apresentam-se mais satisfeitos com o seu trabalho e menos com o salário.

2.4. EMPENHAMENTO AFECTIVO

O conceito de empenhamento tem sido objecto de vários estudos entre diferentes investigadores do comportamento organizacional. Autores tão diversos como Mathieu e Zajac (1990) e Ko *et al.* (1997) referem a importância que a temática tem tido para os vários investigadores que se concentram na abordagem da organização e, especificamente, na literatura do comportamento organizacional. São inúmeros os registos sobre a definição de empenhamento organizacional (*organizational commitment*) e a sua influência na explicação dos diversos tipos de relações laborais existentes nas organizações.

O empenhamento organizacional envolve três facetas principais (Rego, 2002; Rego et al., 2003): (i) a crença e aceitação por parte do indivíduo, dos valores e dos objectivos da organização; (ii) a vontade de desenvolver esforços em prol dessa organização; (iii) e uma forte intenção ou desejo de aí permanecer como membro integrante, representando algo que vai para além da lealdade a uma organização, desenvolvendo a vontade de deixar o seu cunho pessoal, de forma a contribuir para o bem-estar da organização. Considera-se, então, o empenhamento como o grau de identificação e de envolvimento que os indivíduos têm para com a missão, valores e objectivos da organização onde trabalham (Mowday et al., 1979). Essa identificação traduz-se no desejo de permanecer na organização, confiando nos seus objectivos e valores e, ainda, na intensidade do esforço que o trabalhador coloca na prossecução dos objectivos da organização.

Meyer e Allen (1991) revelam que as várias definições do empenhamento reflectem três tipos diferentes da ligação do indivíduo para com a organização: (i) o colaborador sente-se emocionalmente ligado, identificado e envolvido na organização, caracterizado pelos autores como empenhamento afectivo; (ii) o reconhecimento dos custos associados ao deixar a organização, caracterizado como empenhamento instrumental; (iii) e a obrigação moral de permanecer na mesma, caracterizado com empenhamento normativo. Em relação ao modelo das três componentes, Allen e Meyer (1996) concluem que o empenhamento afectivo é o que parece ter consequências mais desejáveis para o comportamento organizacional, obtendo maior validação empírica (Meyer e Allen, 1997). Neste trabalho estudar-se-á apenas a vertente afectiva do empenhamento.

Os colaboradores que possuam um empenhamento afectivo forte continuam na organização porque assim o desejam (Meyer e Allen, 1997). A ligação afectiva está associada à sua satisfação individual, os colaboradores desenvolvem o empenhamento afectivo para com uma organização até ao ponto de satisfazerem as suas necessidades, indo ao encontro das suas expectativas e objectivos. Isto é, o empenhamento afectivo desenvolve-se na base de experiências psicológicas compensadoras (Meyer e Allen, 1997). Os vários estudos realizados sobre o empenhamento demonstraram que este tem várias implicações no desempenho individual e organizacional, nomeadamente o empenhamento afectivo.

Para Allen e Meyer (1996) e Meyer e Allen (1997), o empenhamento afectivo prospera quando o trabalhador cria e reconhece a sua identidade com a da organização. Esta ligação afectiva pode surgir quando o trabalhador sente que a organização o respeita e o apoia equitativamente em relação aos outros, confia nos seus superiores e na organização, quando se encontra satisfeito e realizado com o trabalho, existe congruência entre os objectivos organizacionais e os pessoais, acredita nos valores humanos da organização.

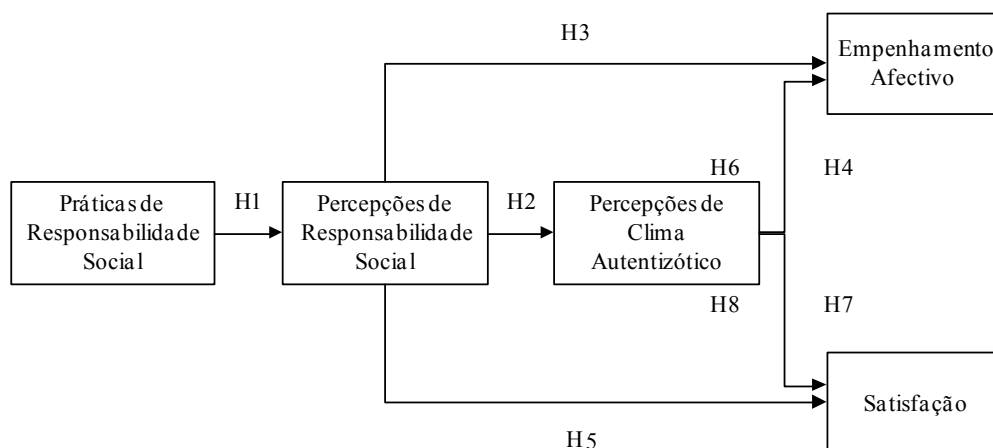
Diversos estudos têm identificado o empenhamento como uma variável importante na compreensão do comportamento dos colaboradores nas organizações (Allen e Meyer, 2000). Apesar da existência de uma grande diversidade conceptual acerca do tema, é objecto de concordância que o empenhamento liga o indivíduo à organização, e que se refere à força com que ele se identifica com essa organização e nela participa, reduzindo a probabilidade de a abandonar (Allen e Meyer, 2000).

Os elevados níveis de empenhamento dos colaboradores têm sido relacionados com consequências positivas para a organização, resultando na redução dos níveis de absentismo, da diminuição nos atrasos, da diminuição do *turnover* entre os colaboradores e ainda no aumento dos níveis de desempenho individual e dos comportamentos de cidadania organizacional (O'Reilley e Chatman, 1996; Allen e Meyer, 1996; Meyer e Allen, 1997; Leal et al., 2007).

3. MODELO CONCEPTUAL E HIPÓTESES

Tendo em conta os desenvolvimentos teóricos elencados no enquadramento teórico, são sublinhadas as opções fundamentais que presidem a este estudo. Face à revisão da literatura efectuada, desenvolveu-se o seguinte modelo teórico.

Figura 1– Modelo Teórico



No modelo proposto, as percepções de clima autentizótico emergem como variável mediadora entre as percepções de RSO e as atitudes perante o trabalho (satisfação e empenhamo afectivo). Propõe que as práticas e as percepções de RSO sejam antecedentes das percepções de clima autentizótico, da satisfação e do empenhamo afectivo (ver figura 1). Não se conhecem estudos que integrem todas estas variáveis.

Com base nos objectivos específicos do estudo e no enquadramento teórico exposto, construíram-se oito hipóteses de investigação.

- H1 – As práticas de RSO estão positivamente relacionadas com as percepções de RSO.
- H2 – As percepções de RSO influenciam positivamente as percepções de clima autentizótico.
- H3 – As percepções de RSO influenciam positivamente o empenhamo afectivo.
- H4 – As percepções de clima autentizótico influenciam positivamente o empenhamo afectivo.
- H5 – As percepções de RSO influenciam positivamente a satisfação com o trabalho.
- H6 – As percepções de clima autentizótico medeiam a relação entre as percepções de RSO e o empenhamo afectivo.
- H7 – As percepções de clima autentizótico influenciam positivamente a satisfação com o trabalho.
- H8 – As percepções de clima autentizótico medeiam a relação entre as percepções de RSO e a satisfação no trabalho.

4. METODOLOGIA

Este capítulo especifica o modelo de estudo utilizado, descrevendo cada um dos elementos do desenho de investigação.

4.1. ESTUDO QUANTITATIVO E INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

Nesta dissertação optou-se por um estudo de natureza quantitativo. Os estudos quantitativos admitem que é “possível traduzir em números as opiniões e as informações para, em seguida, poderem ser classificadas e analisadas” (Vilelas, 2009, p. 103). A investigação quantitativa (Myers, 2000, citado em Vilelas, 2009, p. 104): “1) colhe os dados para comprovar teorias, hipóteses e modelos preconcebidos; 2) caracteriza-se pela presença de medidas numéricas e análises estatísticas para testar constructos específicos e hipóteses; 3) é um método sistemático e lida com informações objectivas; e 4) é associada a estudos positivistas confirmatórios”. A técnica mais comum de recolha de dados nos métodos quantitativos é o questionário (Vilelas, 2009).

4.2. INSTRUMENTOS DE PESQUISA: MEDIDAS USADAS

O questionário usado resulta da combinação de itens recolhidos da literatura, abaixo descritos e constituído por seis partes.

Práticas de RSO - Na primeira parte do questionário procura-se identificar as práticas de responsabilidade social desenvolvidas pelas organizações. Estas práticas foram identificadas após a consulta: (i) do Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas (Comissão Europeia, 2001); (ii) do questionário *online* promovido pela Inspeção-Geral do Trabalho em Portugal, destinado a empresas e instituições, denominado de “Questionário de Auto-Diagnóstico”¹, relacionado com a identificação das organizações que adoptam as melhores práticas ao nível da responsabilidade social; (iii) do questionário do IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento –, designado de “Identificação de Práticas de Responsabilidade Social nas PME’s”²; (iv) do livro de Santos et al. (2006) – Responsabilidade Social nas PME: Casos em Portugal. Da análise dos documentos referidos foram elaboradas questões de resposta afirmativa/negativa (i.e., sim/não), que visavam aferir o conhecimento dos trabalhadores acerca da existência destas mesmas práticas na organização. Identificam-se um total de doze práticas. Um exemplo de questão é “A organização onde trabalha promove acções de formação profissional para além do mínimo exigido por lei?”. Adicionalmente, inclui-se um espaço de resposta aberta para os inquiridos indicarem outras práticas.

Percepções de RSO - A segunda parte inclui uma escala de sete itens para avaliar o quanto uma organização é percebida como sendo socialmente responsável. Três itens foram retirados de Valentine e Fleischman (2008), aos quais se acrescentou mais cinco itens adaptados de Santos et al. (2006) e da Comissão Europeia (2001). A título de exemplo, dois dos itens são: “Eu trabalho para uma organização socialmente responsável que serve a comunidade em geral” (Valentine e Fleischman, 2008); “Trabalho para uma organização que é amiga do ambiente” (Valentine e Fleischman, 2008). Os inquiridos foram convidados a responder numa escala com sete posições, variando de 1 - “discordo totalmente” a 7 - “concordo totalmente”. As respostas indicam organizações percebidas como sendo socialmente responsáveis.

Climas Organizacionais Autentizóticos - A terceira parte inclui um conjunto de dimensões de vinte e um itens para avaliar as percepções de clima autentizótico, desenvolvida por Rego e Souto (2004a, 2004b). Os inquiridos foram convidados a afirmar numa escala de seis pontos a veracidade das afirmações (variando de 1 - “A afirmação é completamente falsa” a 6 - “A afirmação é completamente verdadeira”). Um exemplo de item é “Existe um sentido de família entre os colaboradores”. O constructo clima autentizótico tal como foi operacionalizado por Rego e Souto (2004a, 2004b) inclui seis dimensões: i) espírito de camaradagem; ii) credibilidade do superior; iii) comunicação aberta com o superior, iv) oportunidade de aprendizagem e desenvolvimento pessoal; v) equidade e vi) conciliação trabalho-família.

Satisfação com o Trabalho - A quarta parte inclui uma escala de sete pontos para avaliar a satisfação com o trabalho. Três itens foram retirados de Valentine e Fleischman (2008) e dezassete de Deshpande (1996). Os inquiridos foram convidados a afirmar numa escala de sete pontos a sua concordância ou discordância com as afirmações (variando de 1 - “Discordo totalmente com a afirmação” a 7 - “Concordo totalmente com a afirmação”). Inclui cinco dimensões: i) satisfação com o salário; (ii) satisfação com promoções; (iii) satisfação com colegas; (iv) satisfação com supervisores e (v) satisfação com o trabalho em si. Um exemplo de item “Trabalho com pessoas responsáveis”.

Empenhamento Afectivo - A quinta parte inclui uma escala de seis pontos para avaliar o empenhamento afectivo. Seis itens foram retirados de Meyer e Allen (1997), adaptados para português por Nascimento et al., (2008). Os inquiridos foram convidados a afirmar numa escala de sete pontos a sua concordância ou discordância com as afirmações (variando de 1 - “Discordo totalmente com a afirmação” a 7 - “Concordo totalmente com a afirmação”).

A sexta e última secção visa obter dados que permita traçar o perfil do respondente, ou seja, caracterizar os inquiridos: a idade, o género, o estado civil, as habilitações, a carreira profissional, o vínculo laboral, a duração do vínculo à organização e a designação do politécnico onde desempenha funções.

4.3. AMOSTRA E PROCEDIMENTOS

Inquiriu-se uma amostra de 239 colaboradores de alguns institutos politécnicos portugueses. A recolha de dados decorreu de Maio a Julho de 2009. A amostra é constituída por 239 funcionários não docentes dos institutos politécnicos de Beja, de Bragança, de Coimbra, da Guarda, de Leiria, de Lisboa, de Portalegre, de Santarém, de Setúbal e de Tomar. As respostas provêm de 10 institutos politécnicos, dos 15 existentes no país. A percentagem

¹http://www.igt.gov.pt/DownLoads/content/RSO_quest_20060215.pdf consultado a 20 de Março de 2009.

²http://www.iapmei.pt/iapmei-eform-00.php?efformulario_id=12, consultado a 30 de Março de 2009.

de funcionários não docentes que respondeu ao questionário foi de 10% face ao universo de funcionários dos institutos acima referidos.

Os procedimentos ao nível da aplicação do envio do questionário *online* obedeceram às fases que a seguir se discriminam. O respondente foi informado, através de *e-mail*, do endereço da página do questionário na *Internet*, onde deveria aceder para responder ao questionário. O questionário estava disponível na *Internet* num espaço seguro de acesso limitado (Questionários *OnLine-UED*, disponibilizado pela Unidade de Ensino à Distância do Instituto Politécnico de Leiria). Uma vez respondido, deveria clicar num botão com a indicação "Concluir" para que a informação fosse remetida para a base de dados, considerando o anonimato de todos os respondentes.

A amostra é composta maioritariamente por elementos do género feminino (75,7%). Cerca de 62% dos inquiridos são casados ou vivem em união de facto. A maioria os inquiridos tem uma idade inferior a 37 anos (53,6%), podendo ser considerada uma população jovem adulta. O grupo etário com maior frequência é o de 32-36 anos (24,3 %). A média das idades é 37,7 ano. A idade mínima é de 22 anos e a máxima de 62 anos. Cerca de 71% das pessoas possuem habilitações a nível do ensino superior (60% bacharelato ou licenciatura e 11% mestrado ou doutoramento), 25% o secundário e 4% habilitações ao nível dos 1º, 2º e 3º ciclos. A média das idades é de 37,73 anos e a média da antiguidade é de 9,36 anos.

O instituto politécnico onde se obteve mais respostas foi no Instituto Politécnico de Leiria, com 35,1% das respostas, seguindo-se o Instituto Politécnico de Lisboa com 14,2%. Mais se infere, que a maioria dos inquiridos possui funções associadas a cargos superiores, na carreira profissional de Técnico Superior (44,4%), associado também à representação mais significativa das habilitações ao nível do bacharelato e licenciatura. Em relação aos vínculos que possuem, a maioria dos funcionários possui contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado (55,6%), seguido do contrato de trabalho em funções públicas a termo resolutivo certo (27,6%).

Para a realização prática deste estudo, foram aplicadas técnicas de análise de dados, nomeadamente, análise de consistência interna, estatística descritiva, correlação linear E regressão linear múltipla. Os cálculos foram operacionalizados com o SPSS (versão 17.0).

5. RESULTADOS

5.1. ANÁLISE PRÉVIA DOS DADOS

AS ESCALAS DE PERCEPÇÕES DE RSO, PERCEPÇÕES DE CLIMA AUTENTIZÓTICO, satisfação com o trabalho e empenhamento afectivo foram submetidas a uma análise factorial de componentes principais, com rotação *varimax* (Maroco, 2007). Enveredou-se, então, por um processo iterativo destinado a obter uma estrutura factorial clara. O processo de depuração da análise foi desenvolvido (i) retirando os itens cujo conteúdo semântico era divergente dos restantes itens que continha a componente e/ou (ii) que apresentavam pesos elevados em duas ou mais componentes. A última análise factorial conduziu a seis componentes principais com valores próprios superiores a um (cf. critério de Kaiser, ver tabela 1). Atendendo que a dimensão da amostra é 239 indivíduos, supera-se o rácio mínimo entre o número de casos e o número de variáveis sugerido por Hill e Hill (2002)³.

Tabela 1 - Variância explicada pelos factores e *alpha* de Cronbach

	Componente 1	Componente 2	Componente 3	Componente 4	Componente 5	Componente 6
Interpretação	Percepções de Clima autentizótico	Percepções de responsabilidade social	Empenhamento afectivo	Satisfação com salário e promoções	Satisfação com o trabalho e colegas	Satisfação com superiores
Valores próprios	16,027	3,210	2,339	1,570	1,257	1,118
% Variância explicada	21,24%	14,91%	10,10%	9,51%	7,74%	5,49%
Alpha de Cronbach	0,957	0,921	0,870	0,847	0,787	0,743

Os valores de *Alpha de Cronbach* encontrados para as diferentes escalas variam de 0,743 a 0,957. De acordo com Nunnally (1978), valores de *Alpha de Cronbach* iguais ou superiores a 0,70 reflectem uma consistência interna ou fiabilidade aceitável.

³ De acordo com Hill e Hill (2002) o tamanho mínimo da amostra é $N = 5K = 5$ *37=185.

5.2. Médias e matriz de correlações

As médias, os desvios-padrão e os coeficientes de correlação de *Pearson*, constam das tabelas 2 e 3. Em termos médios, os inquiridos identificaram pelo menos sete práticas de RSO nos institutos onde trabalham, sendo este um resultado positivo.

Atendendo ao valor médio das variáveis em estudo, conclui-se que existem nos vários institutos politécnicos níveis moderados de práticas de RSO, percepções de RSO, clima autenticizótico, satisfação com trabalho e com colegas e satisfação com os superiores. Surgem valores bastante positivos para o empenhamento afectivo, no entanto, é evidenciada alguma insatisfação com os salários e promoções.

Tabela 2- Médias e Desvios-Padrão

	Média	Desvio Padrão
Práticas de Responsabilidade Social (a)	7,28	3,15
Percepções de Responsabilidade Social (b)	4,46	1,27
Percepções de Clima Autenticizótico (c)	4,23	1,27
Empenhamento Afectivo (b)	5,19	1,24
Satisfação com Salário e Promoções (b)	2,99	1,37
Satisfação com Trabalho e Colegas (b)	4,92	1,11
Satisfação com Superiores (b)	4,72	1,57
Idade (d)	37,73	8,92
Antiguidade (d)	9,36	7,32

Legenda: (a) Mínimo – 1, máximo – 12; (b) Escala de 1 a 7; (c) Escala de 1 a 6; (d) em anos

De acordo com a tabela 3, existe uma correlação positiva e significativa entre as práticas de RSO e: as percepções de RSO ($r=0,796$, sig <0,01), as percepções de clima autenticizótico ($r=0,677$, sig <0,01), o empenhamento afectivo ($r=0,369$, sig <0,01), a satisfação com os salários e promoções ($r=0,365$, sig <0,01), a satisfação com o trabalho e colegas ($r=0,424$, sig <0,01) e a satisfação com os superiores ($r=0,433$, sig <0,01). Pode-se aduzir que nas organizações onde existem mais práticas de RSO e os colaboradores têm conhecimento delas, estes têm uma opinião mais favorável do desempenho social da organização, percebem um clima organizacional autenticizótico mais favorável, desenvolvem laços afectivos mais fortes e estão mais satisfeitos.

O mesmo se verifica com as percepções dos colaboradores quanto à RSO, o que sugere uma associação positiva entre as percepções de RSO e as percepções de clima autenticizótico, o empenhamento afectivo e a satisfação.

Em relação às percepções de clima autenticizótico, também existe uma correlação positiva e significativa entre este e o empenhamento afectivo ($r=0,536$, sig <0,01), a satisfação com os salários e promoções ($r=0,374$, sig <0,01), a satisfação com o trabalho e colegas ($r=0,588$, sig <0,01) e a satisfação com os superiores ($r=0,614$, sig <0,01), sendo mais forte a relação entre as percepções de clima autenticizótico e a satisfação com os superiores.

Verifica-se, igualmente, uma correlação positiva e significativa entre o empenhamento afectivo e a satisfação com salário e promoções ($r=0,141$, sig <0,05), a satisfação com o trabalho e colegas ($r=0,611$, sig <0,01) e satisfação com os superiores ($r=0,367$, sig <0,01). Tal resultado sugere existir uma relação forte entre empenhamento afectivo e a satisfação dos colaboradores, sendo mais forte no que se refere à satisfação com trabalho e colegas. Note-se, porém, que este resultado não aduz um nexo de causalidade entre estas duas atitudes dos colaboradores.

Para as três dimensões de satisfação, todas as correlações são positivas e significativas (r a variar de 0,233 a 0,442, sig <0,01). Em relação ao género, este apresenta uma correlação significativa com as percepções de clima autenticizótico ($r=0,133$, sig <0,05). Para a idade surge uma correlação significativa e negativa com a satisfação com os salários e promoções ($r=-0,131$, sig <0,05). Este resultado sugere que os trabalhadores com mais idade estão menos satisfeitos com os salários e promoções. No que concerne às habilitações existe uma correlação significativa com a satisfação com salários e promoções ($r=0,149$, sig <0,05) e ainda significativa, mas negativa, com a idade ($r=-0,276$, sig <0,01).

Tabela 3 - Correlações entre as variáveis (coeficientes de correlação de Pearson)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Práticas de RSO (a)	1										
2. Percepções de RSO	0,796**	1									
3. Percepções de Clima Autentizótico	0,677**	0,776**	1								
4. Empenhamento Afetivo	0,369**	0,445**	0,536**	1							
5. Satisfação com Salário e Promoções	0,365**	0,426**	0,374**	0,141*	1						
6. Satisfação com Trabalho e Colegas	0,424**	0,506**	0,588**	0,611**	0,233**	1					
7. Satisfação com Superiores	0,433**	0,500**	0,614**	0,367**	0,270**	0,442**	1				
8. Género (b)	0,046	0,084	0,133*	0,082	0,076	0,032	-0,019	1			
9. Idade (c)	-0,044	-0,068	-0,073	-0,062	-0,131*	-0,074	-0,123	-0,037	1		
10. Habilitações (d)	-0,058	-0,01	0,012	0,04	0,149*	0,009	0,036	0,061	-0,276**	1	
11. Antiguidade (c)	-0,181**	-0,171**	-0,173**	0,003	-0,147*	-0,127	-0,205**	-0,076	0,710**	-0,227**	1

Legenda: * A correlação é significativa a 0,05; ** A correlação é significativa a 0,01.

(a) Soma das práticas de RSO identificadas pelos inquiridos (mínimo = 1; máximo = 12). Como não foram obtidos respostas em relação à 13 (outros), não se considerou outras práticas.

(b) Feminino=0 e masculino=1 (c) Em anos.

(d) As habilitações foram consideradas em classes (1 = 1.º, 2.º e 3.º Círculo; 2 = Ensino secundário; 3 = Bacharelato, licenciatura, mestrado e doutoramento).

A antiguidade apresenta uma correlação significativa e negativa com as práticas de RSO ($r=-0,181$, $\text{sig}<0,01$), as percepções de RSO ($r=-0,171$, $\text{sig}<0,01$), as percepções de clima autentizótico ($r=0,173$, $\text{sig}<0,01$), a satisfação com salário e promoções ($r=0,147$, $\text{sig}<0,05$), a satisfação com superiores ($r=0,205$, $\text{sig}<0,01$) e com as habilitações ($r=-0,227$, $\text{sig}<0,01$). Sugerindo que as pessoas que trabalham há mais tempo na organização identificam menos práticas de RSO, têm percepções de RSO e de clima autentizótico mais baixas, estão menos satisfeitas com os salários/promoções e superiores e ainda possuem menores habilitações. A variável antiguidade possui, ainda, uma correlação significativa e positiva com a idade ($r=0,71$, $\text{sig}<0,01$), sugerindo que as pessoas com mais idade são, também, as que trabalham na organização há mais tempo.

5.3. ANÁLISE DO MODELO TEÓRICO

Nesta secção do trabalho procuraremos responder às seguintes questões de investigação, que permitirão corroborar ou infirmar as hipóteses formuladas:

- I. Como as práticas de RSO explicam as percepções de RSO?
- II. Como as percepções de RSO explicam as percepções de clima autentizótico?
- III. Como as percepções de RSO e percepções de clima autentizótico explicam o empenhamento afetivo?
- IV. Como as percepções de RSO e de clima autentizótico explicam a satisfação com os salários e promoções?
- V. Como as percepções de RSO e de clima autentizótico explicam a satisfação com o trabalho e colegas?
- VI. Como as percepções de RSO e de clima autentizótico explicam a satisfação com os superiores?

5.3.1. Como as práticas de RSO explicam as percepções de RSO?

Para estudar quanto as práticas de RSO explicam as percepções de RSO recorreu-se à regressão linear múltipla e introduziu-se as variáveis explicativas em duas fases: (i) variáveis de controlo - género, habilitações, antiguidade,⁴ e (ii) práticas de RSO.

⁴Como a idade apresenta uma correlação bastante alta com a antiguidade ($r_{\text{Pearson}} = 0,71$) foi excluída da regressão linear para evitar eventuais problemas de multicolinearidade.

Tabela 4 - Resultados da regressão linear múltipla para as percepções de responsabilidade social (coeficientes beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2	
	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	0,074	0,250	0,045	0,256
Habilitações	-0,055	0,407	0,030	0,466
Antiguidade	-0,178**	0,007	-0,018	0,669
Práticas RSO			0,793**	0,000
R2	0,037		0,638	
R2 ajustado	0,025		0,631	
R2 change	0,037*	0,030	0,60**	0,000
F	3,040*	0,030	102,938**	0,000

Na segunda fase surgiram como significativas as variáveis as práticas de RSO ($b=0,793$; $\text{sig}=0,000$). Conclui-se que quanto maior o número de práticas relacionadas com a RSO (e.g., acções de formação profissional para além do mínimo exigido por lei; avaliação dos serviços, com intuito de melhorar a qualidade dos mesmos; flexibilização dos horários de trabalho; serviços de saúde, higiene e segurança no trabalho) mais positiva é a opinião dos colaboradores quanto ao desempenho social das organizações onde trabalham.

Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar a **hipótese n.º 1 – As práticas de RSO estão positivamente relacionadas com as percepções de RSO.**

5.3.2. Como as percepções de RSO explicam as percepções de clima autenticizótico?

Para estudar as percepções de clima autenticizótico considerou-se a introdução de variáveis explicativas em duas fases: (i) variáveis de controlo – género, habilitações e antiguidade; (ii) percepções de RSO.

Na segunda fase surgiram como significativas as percepções de RSO ($b=0,765$; $\text{sig}=0,000$). Conclui-se que quanto mais positivas forem as percepções dos colaboradores acerca da RSO, maior serão as percepções dos colaboradores quanto à existência de um clima autenticizótico. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar a **hipótese n.º 2 – As percepções de RSO influenciam positivamente as percepções de clima autenticizótico.**

Tabela 5 - Resultados da regressão linear múltipla para as percepções de clima autenticizótico (valores de beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2	
	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	0,122	0,058	0,065	0,114
Habilitações	-0,034	0,601	0,007	0,860
Antiguidade	-0,17*	0,010	-0,035	0,413
Percepções RSO			0,765**	0,000
R2	0,045		0,608	
R2 ajustado	0,033		0,602	
R2 change	0,045*	0,012	0,563**	0,000
F	3,729*	0,012	90,917**	0,000

5.3.3. Como as percepções de RSO e as percepções de clima autentizótico explicam o empenhamento afectivo

Para estudar o empenhamento afectivo considerou-se a introdução de variáveis explicativas em três fases: (i) variáveis de controlo – género, habilitações e antiguidade; (ii) percepções de RSO e (iii) percepções de clima autentizótico.

Tabela 6- Resultados da regressão linear múltipla para o empenhamento afectivo (valores de beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2		Fase 3	
	beta	Sig.	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	0,081	0,218	0,047	0,426	0,015	0,789
Habilitações	0,039	0,561	0,064	0,286	0,060	0,285
Antiguidade	0,018	0,792	0,099	0,103	0,117*	0,043
PercepçõesRSO			0,459**	0,000	0,086	0,323
PercepçõesClima Autentizótico					0,487**	0,000
R2	0,008		0,211		0,304	
R2 ajustado	-0,004		0,197		0,289	
R2 change	0,008	0,586	0,202**	0,000	0,093**	0,000
F	0,646	0,586	15,613**	0,000	20,309**	0,000

Na segunda fase, as percepções de RSO apresenta valores significativos ($b=0,459$; $p\text{-value}=0,000$). Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar a **hipótese n.º 3 – As percepções de RSO influenciam positivamente o empenhamento afectivo.**

Na terceira fase as percepções de clima autentizótico surgiram como significativas para explicar o empenhamento afectivo ($b=0,487$; $\text{sig}=0,000$). Conclui-se que quanto mais positivas forem as percepções dos colaboradores acerca do clima da organização, maior será o seu empenhamento afectivo. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar a **hipótese n.º 4 – As percepções de clima autentizótico influenciam positivamente o empenhamento afectivo.**

5.3.4. As percepções de clima autentizótico medeiam a relação entre as percepções de RSO e o empenhamento afectivo?

Recorreu-se ao Teste de *Sobel*⁵ para testar o efeito de mediação das percepções de clima autentizótico na relação entre as percepções de RSO e o empenhamento afectivo. Obteve-se uma estatística de teste $Z=5,336$ ($p\text{-value} = 0,000$). Como se rejeita a hipótese nula ($H_0: \alpha\beta = 0$ (não existe mediação); $Z: p\text{-value}<0,05$) concluiu-se que as percepções de clima autentizótico medeiam o efeito das percepções de RSO sobre o empenhamento afectivo dos colaboradores. Note-se que neste caso a mediação é particularmente forte pois o efeito directo das percepções de RSO no empenhamento afectivo, sob a presença da mediação das percepções de clima autentizótico, é nulo ($b_{\text{RSO modelo com mediação}} = 0,084$; $\text{sig}= 0,323$), isto é não é significativo.

Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar a **hipótese n.º 6 – As percepções de clima autentizótico medeiam a relação entre as percepções de RSO e o empenhamento afectivo.**

5.3.5. Como as percepções de RSO e de clima autentizótico explicam a satisfação?

⁵ O produto dos coeficientes de regressão $\alpha\beta$ é uma estimativa do efeito de mediação. Segundo Maroco (2007), as estimativas de α e β podem ser usadas para testar $H_0: \alpha\beta = 0$ (não existe mediação) vs. $H_1: \alpha\beta \neq 0$ (existe mediação) por recurso à estatística de teste Z :

$$Z = \frac{\hat{\alpha}\hat{\beta}}{\sqrt{\hat{\beta}^2 s_{\hat{\alpha}}^2 + \hat{\alpha}^2 s_{\hat{\beta}}^2 + s_{\hat{\alpha}}^2 s_{\hat{\beta}}^2}} = \frac{0,767 \times 0,475}{\sqrt{0,475^2 \times 0,042^2 + 0,767^2 \times 0,085^2 + 0,042^2 \times 0,085^2}} = \frac{0,364325}{\sqrt{0,00466}} = 5,336$$

Para estudar a satisfação dos colaboradores considerou-se a introdução de variáveis explicativas em três fases: (i) variáveis de controlo – género, habilitações e antiguidade; (ii) percepções de RSO e (iii) percepções de clima autêntico.

Dos resultados da 1.^a fase para a satisfação com os salários e promoções, nenhuma das variáveis de controlo emerge como significativa. Na segunda fase, introduz-se as percepções de RSO que emergem como significativas as habilitações ($b=0,142$; $\text{sig}=0,019$) e as percepções de RSO ($b=0,418$; $\text{sig}=0,000$). As percepções de RSO explicam 16,8% ($R^2\text{change}$) da variância única da satisfação com os salários e promoções e o modelo é significativo ($F=15,281$, $\text{sig}=0,000$), ao qual está associado um R^2 ajustado de 19,4%, ou seja, podemos afirmar que 19,4% da variação da satisfação com os salários e promoções é explicada pelo modelo, em particular pelas percepções de RSO e pelas habilitações. Conclui-se que quanto mais positivas forem as percepções de RSO, maior será a sua satisfação com os salários e promoções, nomeadamente ao nível dos colaboradores com mais habilitações. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar parcialmente a **hipótese n.º 5 – As percepções de RSO influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**, mais especificamente na componente da satisfação com os salários e promoções.

Na terceira fase, introduz-se as percepções de clima autêntico para explicar a satisfação com salários e promoções, apenas as variáveis que anteriormente eram significativas continuaram assim (variável habilitações, $b=0,141$; $\text{sig}=0,020$; percepções de RSO, $b=0,346$; $\text{sig}=0,000$). As percepções de clima autêntico não influenciam a satisfação com o salário e promoções. Pelo menos no que respeita à satisfação com os salários e promoções não é possível corroborar a **hipótese n.º 7 – As percepções de clima autêntico influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**.

Tabela 7 - Resultados da regressão linear múltipla para a satisfação com salário e promoções (valores de beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2		Fase 3	
	beta	Sig.	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	0,060	0,353	0,029	0,625	0,023	0,702
Habilitações	0,119	0,072	0,142*	0,019	0,141*	0,020
Antiguidade	-0,116	0,080	-0,041	0,498	-0,038	0,534
Percepções RSO			0,418**	0,000	0,346**	0,000
Percepções de Clima Autêntico					0,094	0,313
R ²	0,039		0,207		0,211	
R ² ajustado	0,027		0,194		0,194	
R ² change	0,039*	0,024	0,168**	0,000	0,003	0,313
F	3,195*	0,024	15,281**	0,000	12,430	0,000

Dos resultados da 1.^a fase para a satisfação com o trabalho e colegas, nenhuma das variáveis de controlo emerge como significativa. Na segunda fase, introduz-se as percepções de RSO que emerge como significativa ($b=0,50$; $\text{sig}=0,000$). As percepções de RSO explicam 24,5% ($R^2\text{change}$) da variância única da satisfação com o trabalho e colegas e o modelo é significativo ($F=20,278$, $\text{sig}=0,000$), ao qual está associado um R^2 ajustado de 24,5%, ou seja, podemos afirmar que 24,5% da variação da satisfação com o trabalho e colegas é explicada pelo modelo, em particular pelas percepções de RSO. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar parcialmente a **hipótese n.º 5 – As percepções de RSO influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**, mais especificamente na componente da satisfação com o trabalho e colegas.

Na terceira fase, introduz-se as percepções de clima autêntico para explicar a satisfação com o trabalho e com colegas, as percepções de RSO deixam de ser significativas ($b=0,119$; $\text{sig}=0,156$), sendo apenas significativa a variável agora introduzida ($b=0,498$; $\text{sig}=0,000$). As percepções de clima autêntico explicam 9,7% ($R^2\text{change}$) da variância única da satisfação com o trabalho e colegas e o modelo é significativo ($F=25,572$, $\text{sig}=0,000$), ao qual está associado um R^2 ajustado de 34%, ou seja, podemos afirmar que 34% da variação da satisfação com o trabalho e colegas é explicado pelo modelo, em particular pelas percepções de clima autêntico. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar parcialmente a **hipótese n.º 7 – As percepções de clima autêntico influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**, pelo menos no que respeita à satisfação com o trabalho e colegas.

Tabela 8 - Resultados da regressão linear múltipla para a satisfação com o trabalho e com os colegas (valores de beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2		Fase 3	
	beta	Sig.	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	0,023	0,721	-0,014	0,807	-0,046	0,386
Habilitações	-0,022	0,742	0,005	0,926	0,002	0,975
Antiguidade	-0,130	0,052	-0,041	0,487	-0,024	0,670
Percepções RSO			0,50**	0,000	0,119	0,156
Percepções de Clima Autentizótico					0,498*	0,000
Empenhamento Afectivo						
R2	0,017		0,257		0,354	
R2 ajustado	0,004		0,245		0,340	
R2 change	0,017	0,257	0,245**	0,000	0,097**	0,000
F	1,357	0,257	20,278**	0,000	25,572**	0,000

Dos resultados da 1.^a fase para a satisfação com os superiores, apenas a variável de controlo antiguidade emerge como significativa ($b=-0,210$, $\text{sig}=0,002$) e no seu global, o modelo é significativo ($F=3,536$, $\text{Sig}=0,015$). Na segunda fase, introduz-se a variável percepções de RSO, continuando significativa a antiguidade ($b=-0,123$; $\text{sig}=0,036$) e as percepções de RSO ($b=0,484$; $\text{sig}=0,000$). As percepções de RSO explicam 22,6% ($R^2\text{change}$) da variância única da satisfação com os superiores e o modelo é significativo ($F=21,543$, $\text{sig}=0,000$), ao qual está associado um R^2 ajustado de 25,7%, ou seja, podemos afirmar que 25,7% da variação da satisfação com os superiores é explicada pelo modelo, em particular pelas percepções de RSO e pela antiguidade dos inquiridos. Este resultado vai ao encontro do esperado e permite corroborar parcialmente a **hipótese n.º 5 - As percepções de RSO influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**, mais especificamente na componente da satisfação com os superiores.

Na terceira fase, introduz-se as percepções de clima autentizótico para explicar a satisfação com os superiores, as variáveis anteriormente significativas deixam de o ser e emerge como significativa a variável de controlo género ($b=-0,108$; $\text{sig}=0,037$) e as percepções de clima autentizótico ($b=0,578$; $\text{sig}=0,00$). As percepções de clima autentizótico explicam cerca de 13,1% ($R^2\text{change}$) da variância única da satisfação com os superiores e o modelo é significativo ($F=31,046$ $\text{sig}=0,00$), ao qual está associado um R^2 ajustado de 38,7%, ou seja, podemos afirmar que 38,7% da variação da satisfação com os superiores é explicada pelo modelo, em particular pelas percepções de clima autentizótico e pelo género. Este resultado vai mais uma vez ao encontro do esperado e permite corroborar parcialmente a **hipótese n.º 7 - As percepções de clima autentizótico influenciam positivamente a satisfação com o trabalho**, pelo menos no que respeita à satisfação com os superiores.

Tabela 9 - Resultados da regressão linear múltipla para a satisfação com os superiores (valores de beta estandardizados)

	Fase 1		Fase 2		Fase 3	
	beta	Sig.	beta	Sig.	beta	Sig.
Género	-0,034	0,596	-0,070	0,215	-0,108*	0,037
Habilitações	-0,009	0,887	0,017	0,766	0,013	0,806
Antiguidade	-0,210**	0,002	-0,123*	0,036	-0,103	0,054
Percepções RSO			0,484**	0,000	0,043	0,598
Percepções de Clima Autentizótico					0,578**	0,000
R2	0,043		0,269		0,400	
R2 ajustado	0,031		0,257		0,387	
R2 change	0,043*	0,015	0,226**	0,000	0,131**	0,000
F	3,536*	0,015	21,543**	0,000	31,046**	0,000

No que respeita às hipóteses relativas à satisfação dos trabalhadores: (i) corrobora-se a hipótese n.º 5, segundo a qual as percepções de RSO influenciam positivamente a satisfação com o trabalho; (ii) corrobora-se parcialmente a hipótese n.º 7, segundo a qual as percepções de clima autenticizótico influenciam positivamente a satisfação com o trabalho, mais especificamente nas dimensões satisfação com o trabalho/colegas e satisfação com os superiores (a relação não se verifica quanto à satisfação com os salários e promoções); (iii) corrobora-se parcialmente a hipótese n.º 8, segundo a qual as percepções de clima autenticizótico medeiam a relação entre as percepções de RSO e a satisfação no trabalho, mais especificamente nas dimensões satisfação com o trabalho/colegas e satisfação com os superiores (a mediação não se verifica para a satisfação com os salários e promoções).

6. CONCLUSÃO

O presente estudo, foi desenvolvido com vista a avaliar os efeitos da responsabilidade social das organizações, bem como conhecer a influência das variáveis pessoais e profissionais, nas percepções de RSO, percepções de clima autenticizótico, satisfação e empenhamento afectivo. Utilizou-se, para o efeito, uma amostra de 239 colaboradores de diversos institutos politécnicos portugueses.

Face aos objectivos inicialmente definidos concluiu-se que: (i) As práticas de RSO explicam 60% da variância única das percepções de RSO; (ii) As percepções de RSO explicam 56,3% da variância única das percepções de clima autenticizótico; 20,2% da variância única do empenhamento afectivo; 16,8% da variância única da satisfação com os salários e promoções; 24% da variância única da satisfação com o trabalho e colegas e 22,6% da variância única da satisfação com os superiores; (iii) As percepções de clima autenticizótico medeiam o efeito das percepções de RSO sobre o empenhamento afectivo dos colaboradores, explicando 9,3% da variância do empenhamento afectivo; (iv) As percepções de clima autenticizótico não influenciam a satisfação com o salário e promoções e, também, não medeiam o efeito das percepções de RSO sobre a satisfação com o salário e promoções; (v) As percepções de clima autenticizótico medeiam o efeito das percepções de RSO sobre a satisfação com o trabalho e colegas, explicando 9,7% da sua variância única; (vi) As percepções de clima autenticizótico medeiam o efeito das percepções de RSO sobre a satisfação com os superiores, explicando 13,1% da sua variância única.

Apenas não é possível corroborar totalmente: (i) a hipótese que defendia que as percepções de clima autenticizótico influenciam positivamente a satisfação, pois a relação não se verifica quanto à satisfação com os salários e promoções; (ii) a hipótese que defendia que as percepções de clima autenticizótico mediavam a relação entre as percepções de RSO e a satisfação no trabalho, pois a mediação não se verifica para a satisfação com os salários e promoções. Todas as restantes hipóteses foram corroboradas.

Analisando os resultados, estes realçam a importância das organizações apostarem em práticas socialmente responsáveis, pois estas conduzem a atitudes positivas dos colaboradores perante a organização, resultando no seu empenhamento afectivo. As organizações demonstram que se preocupam e que desenvolvem práticas positivas perante os colaboradores, sugerindo percepções positivas acerca da organização, as quais contribuem para mais elevadas percepções de clima autenticizótico.

Dos institutos politécnicos estudados, o de Portalegre é onde a linha de investigação se adequa na sua quase totalidade, com excepção para a satisfação com salários e promoções. Os colaboradores deste instituto são os que identificam mais práticas de RSO implementadas, têm percepções de RSO e de clima autenticizótico mais positivas, estão mais satisfeitos com o trabalho, colegas e superiores; os colaboradores do Instituto Politécnico de Leiria são os mais satisfeitos com os salários e promoções.

Ainda que a investigação não permita concluir, de forma definitiva, sobre o efeito das percepções de clima autenticizótico na satisfação com salários e promoções e o efeito das percepções de clima autenticizótico, na relação entre as percepções de RSO e satisfação com salários e promoções, dá indicações que poderão vir a suportar algumas medidas relacionadas com a gestão do trabalho e das pessoas no modelo dos institutos politécnicos.

Neste estudo, como em qualquer outro, existem algumas limitações, nomeadamente: i) o facto de a amostra ser circunscrita aos colaboradores não docentes dos vários institutos politécnicos portugueses; ii) a taxa de resposta foi reduzida (10%), pelo que uma amostra de maior dimensão reforçaria as conclusões obtidas nesta investigação; iii) os estudos existentes sobre RSO e atitudes de trabalho serem estudos correlacionais baseados na recolha das percepções dos colaboradores cujos dados testados, embora teoricamente fundamentados, são escassos; iv) os dados relativos às variáveis dependentes e independentes foram adquiridas no mesmo período e no mesmo questionário, o que poderá levantar problemas relacionados com a variância do método comum.



7. BIBLIOGRAFIA

- Allen, N.J. e Meyer, J.P (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
- Allen, N.J. e Meyer, J.P (2000). Construct validation in organization behavior research: The case of organizational commitment. In R.D. Goffin & E. Helmes (Eds), *Problems and solutions in human assessment*. Boston: Kluwer.
- Comissão Europeia (2001). *Livro verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias. Acedido a 1 de Setembro de 2009 em: http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/gpr/2001/com2001_0366pt01.pdf.
- Comissão Europeia (2002). *Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*. COM(2002) 347 final. Acedido a 1 de Setembro de 2009 em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:PT:PDF>.
- Comissão Europeia (2006). *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité Económico e Social Europeu: Implementação da parceria para o crescimento e o emprego: Tornar a Europa um pólo de excelência em termos de responsabilidade social das empresas*. Acedido a 1 de Setembro de 2009 em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:PT:PDF>.
- Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. e Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão* (6.ª Ed). Lisboa: Editora RH.
- Deshpande, S. P. (1996). The impact of ethical climate types on facets of job satisfaction: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 15(6), 656.
- Duarte, A. P. e Neves, J. G. (2010). *A responsabilidade social das organizações na perspectiva dos trabalhadores: Diferenças nas atitudes e nas percepções em função da posição hierárquica*. Comunicação apresentada na 1ª Conferência Ibero-americana de Responsabilidade Social, organizada pelo CES (Universidade de Coimbra) e SOCIUS (ISEG), Lisboa.
- Dutton, J. E., Duberich, J. M. e Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Ferreira, J. M. C., Neves e Caetano, A. (2001). *Manual de Psicossociologia das Organizações*. Lisboa: McGraw-Hill.
- Gavin, J. F., e Maynard, W. S. (1975). Perceptions of corporate social responsibility. *Personnel Psychology*, 28(3), 377-387.
- Hackman, J.R. & Oldhan, G.R. (1980). *Work Redesign*. Canadá: Addison-Wesley.
- Herzberg, F. (1966). *Work and Nature of Man*. Nova Iorque: Thomas Y. Crowell.
- Hill, M. e Hill, A. (2002). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Kets de Vries, M. F. R. (2001). Creating authentic organizations: Well-functioning individuals in vibrant companies. *Human Relations*, 54(1), 101-111.
- Ko, J., Price, J. e Mueller, C. (1997). Assessment of Meyer and Allen's three-component model of organizational commitment in South Korea. *Journal of Applied Psychology*, 82, 961-973.
- Leal, S., Rego, A., Faria, J. (2007, Setembro). Como as percepções de cidadania empresarial explicam o empenhamento afectivo, normativo e instrumental dos colaboradores. *X Fórum Internacional de Administração/IV Congresso Mundial de Administração*, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Lee, T.-Z., Ho, M.-H., Wu, C.-H., Kao, S.-C. (2009, July). Relationships between employees' perception of corporate social responsibility, personality, job satisfaction, and organizational commitment. *BAI 2009 International Conference on Business and Information*, Kuala Lumpur, Malaysia. Acedido a 1 de Setembro de 2009 em <http://bai2009.org/file/Papers/1224.doc>.
- Levering, R. & Moskowitz, M. (1993). *The 100 Best Companies to Work for in America*. New York: Doubleday.
- Lima, M. L., Vala, J. & Monteiro, M. B. (1988). Os determinantes da satisfação organizacional: confronto de modelos. *Análise Psicológica*, 6 (3-4), 441-457.
- Lo, C., Egri, C., Ralston, D. (2008). Commitment to corporate, social, and environmental responsibilities: An insight into contrasting perspectives in China and the US. *Organization Management Journal*, 5(2), 83-98.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed), *Handbook of Industrial and Organizational Behavior*. (pp. 1297-1349). Chicago: Rand McNally.
- Maroco, J. (2007). *Análise estatística com utilização do SPSS* (3.ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Mathieu, J. e Zajac, D. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, 108 (2), 171-194.
- Meyer, J.P. e Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 61-89.
- Meyer, J.P. e Allen, N.J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Myers, M. D. (2000). *Qualitative Research in Information Systems*. Disponível em www.qual.auckland.ac.nz.
- Nascimento, J.L., Lopes, A. e Salgueiro, M.F. (2008). Estudo sobre a validação do "Modelo de comportamento organizacional" de Meyer e Allen para o contexto Português, *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14 (1), 115-133.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- O'Reilly, C.A. e Chatman, J.A. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behaviour. *Journal of Applied Psychology*, 71, 492-499.
- Pestana, M.H., e Gageiro, J.N. (2008). *Análise de dados para as ciências sociais: A complementaridade do SPSS* (5.ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Peterson, D.K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business and Society*, 43, 296-319.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J. e Podsakoff, N.P. (2003). Common method bias in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Rego, A. (2002). Professores universitários efectivamente empenhados nas suas instituições: o "amor à camisola" radicado no sentido de justiça. *Gestão e Desenvolvimento*, 11, 169-195.
- Rego, A. (2003). Empenhamento organizacional. Um contributo empírico para o fomento da qualidade nas/das instituições de ensino superior. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 38 (4), 298-313.
- Rego, A. (2004). Organizações autênticas: Desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. *Portuguese Journal of Management Studies*, 9 (1), 53-76.
- Rego, A. e Cunha, M. P. (2008). Authentic Climates and Employee Happiness: Pathways to Individual Performance? *Journal of Business Research*, 61, 739-752.

- Rego, A., Leal, S., Cunha, M. P. e Faria, J. (2008, Julho). *How The Employees' Perceptions Of Corporate Citizenship Predict Their Organizational Commitment*. BAI 2008 International Conference on Business and Information, Coreia do Sul, 7 a 9 de Julho de 2008. Acedido em 3 de Março de 2010 em <http://academic-papers.org/ocs2/session/Papers/A8/355-460-1-RV.doc>.
- Rego, A., Leal, S., Cunha, M. P., Faria, J. e Pinho, C. (2010). How the perceptions of five dimensions of corporate citizenship and their inter-inconsistencies predict affective commitment. *Journal of Business Ethics*, Advance online publication, 94(1), 107-127.
- Rego, A., Moreira, J. M. e Sarrico, C. S. (2003). *Gestão ética e responsabilidade social das empresas: Um estudo da situação portuguesa*. Lisboa: Principia.
- Rego, A. e Souto, S. (2004a). Comprometimento organizacional em organizações autênticas: Um estudo luso-brasileiro. *Revista de Administração de Empresas*, volume 44 (3), 30-43.
- Rego, A. e Souto, S. (2004b). La relación entre los climas organizacionales auténticos y las variables intención de salida de la organización, el compromiso organizacional y el estrés. *Revista Latinoamericana de Administración*, 32, 77-102. Acedido a 10 de Novembro de 2010 em <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=71603205>.
- Santos, M. J. N.; Santos, A. M.; Pereira, E. N. e Silva, J. L. A. (2006). *Responsabilidade Social nas PME: Casos em Portugal*. Lisboa: Editora RH.
- Steers, R. H. e Porter, L. W. (1990). *Motivations and work behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Valentine, S. e Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77, 159-172.
- Vilelas, J. (2009). *Investigação: O processo de construção do conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.