



Congresso Internacional da UI_IPS

Instituto Politécnico de Santarém, 1 e 2 de fevereiro de 2018

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS EMOÇÕES POSITIVAS EXPLICANDO A SATISFAÇÃO NO TRABALHO: UM ESTUDO APLICADO A IPSS

Cláudia Ribeiro, IPSantarém, claudiassribeiro@sapo.pt

Susana Leal, ESGTS e CIEQV, IPSantarém, susana.leal@esg.ipsantarem.pt

Maria de Fátima Jorge, Universidade de Évora, mfj@uevora.pt

Estrutura da apresentação

Introdução

Enquadramento teórico

Método

Resultados

Conclusão

Introdução

Considerando um nível de análise individual, este trabalho testa empiricamente:

- a) como as percepções de responsabilidade social e as emoções explicam a satisfação com o trabalho
- b) o efeito mediador das emoções na relação entre as percepções de responsabilidade social e a satisfação com o trabalho.

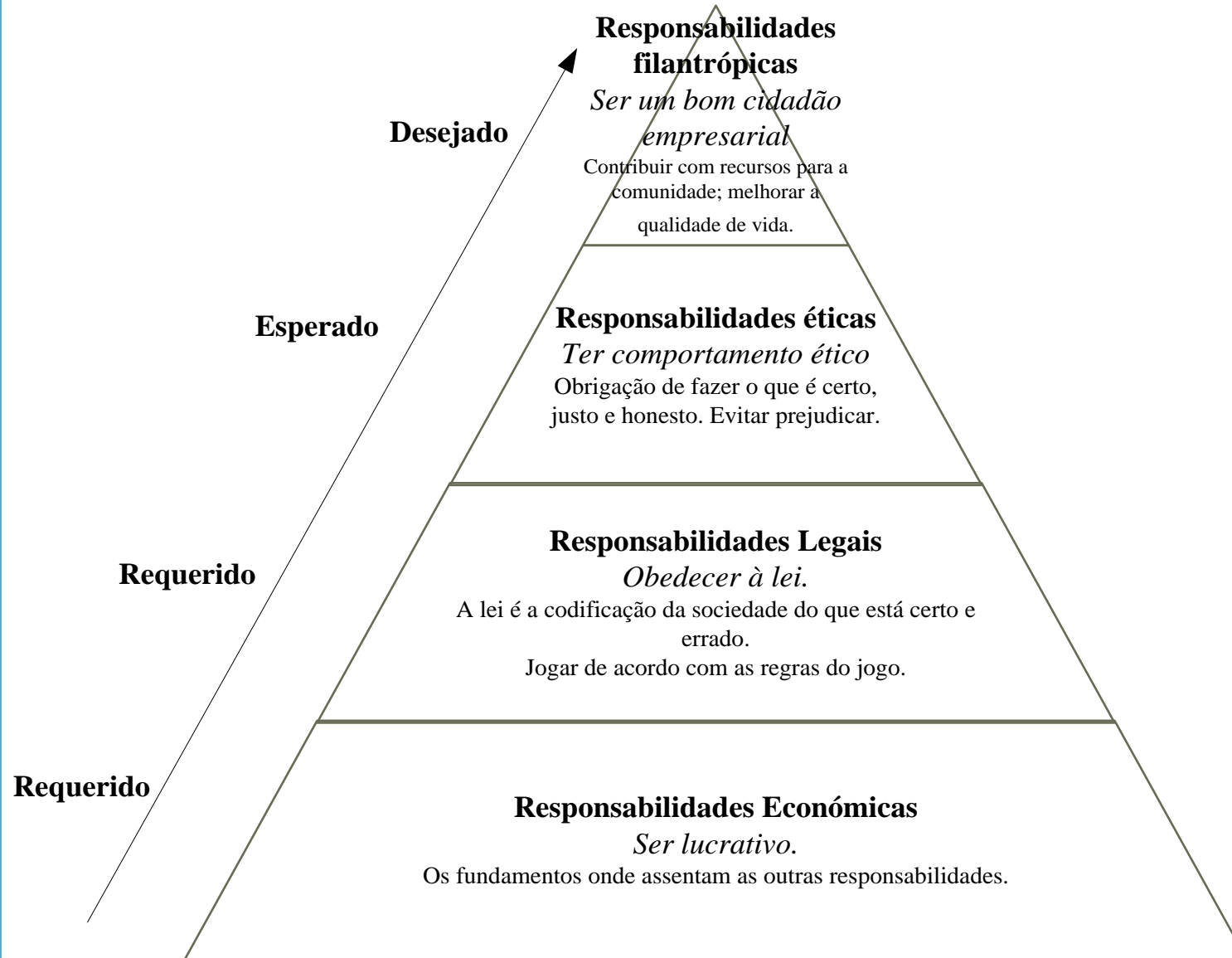
Enquadramento teórico

Responsabilidade Social da Empresas

“A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo” (Comissão Europeia, 2001, p. 4).

“Responsabilidade das empresas pelo impacto que têm na sociedade. (...) Para cumprir plenamente a responsabilidade social que lhes incumbe, as empresas devem adoptar processos com o fito de integrar as preocupações de índole social, ambiental e ética, o respeito dos direitos humanos e as preocupações dos consumidores nas respectivas actividades e estratégias, em estreita colaboração com as partes interessadas.” (Comissão Europeia, 2011, p. 7).

Pirâmide de RSE segundo Carroll (1991)



Fonte: Carroll (1991)

De acordo com uma das abordagens mais reconhecidas na literatura (Pedersen, 2008), a RSE envolve quatro tipos de responsabilidades (Carroll, 1991).

Satisfação com o trabalho

“Um estado emocional positivo ou de prazer, resultante da avaliação do trabalho ou das experiências proporcionadas pelo trabalho” (Locke, 1976, p. 10, citado por Cunha et al., 2016, p. 148).

Uma grande diversidade de variáveis tem vindo a ser usada para explicar a satisfação (Cunha, et al., 2016), nomeadamente:

- As políticas e práticas organizacionais (ex: política salarial)

- As características da função (ex: variedade, autonomia)

- As características individuais (ex: autoestima)

Relação RS – Satisfação com o trabalho

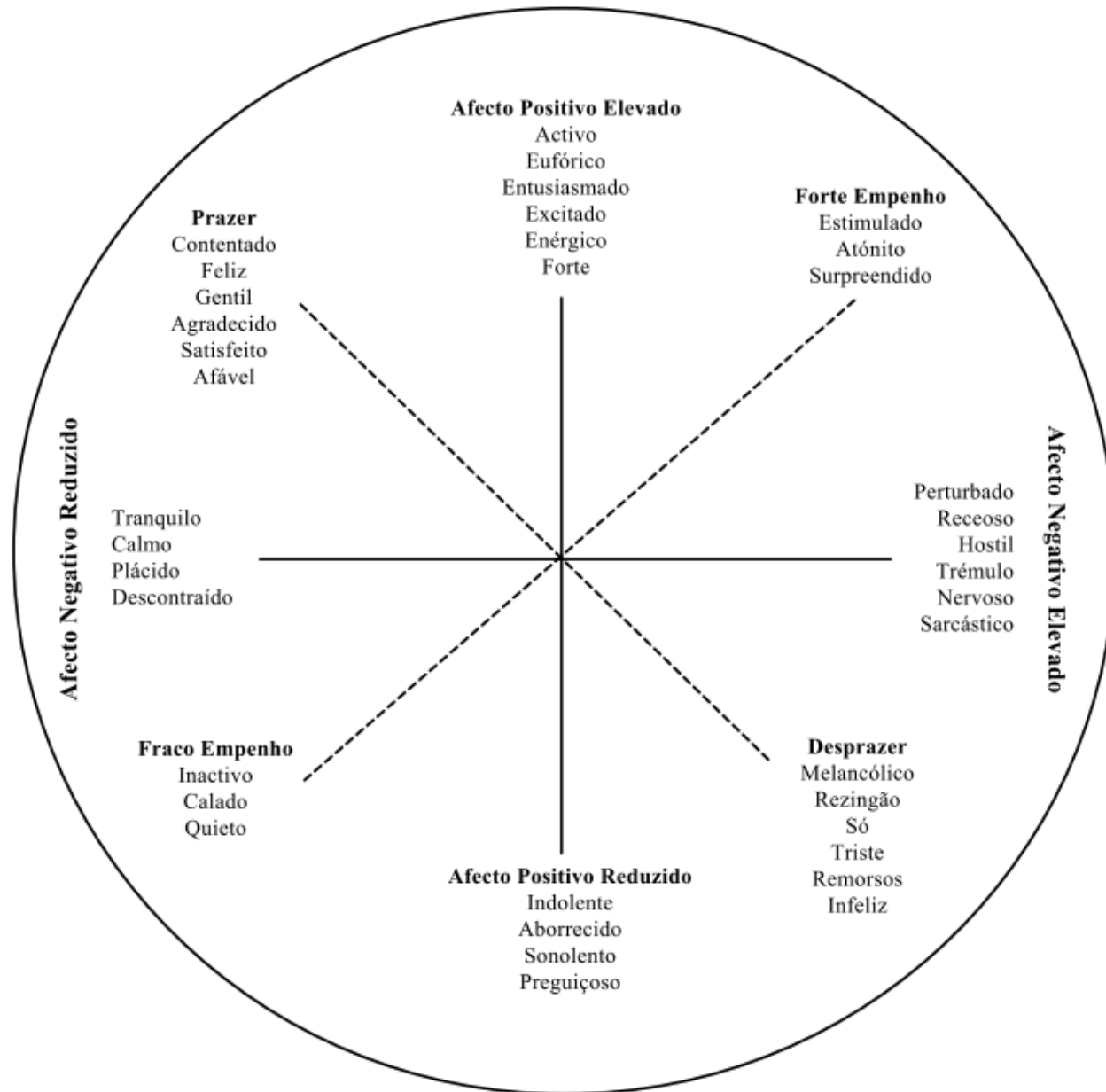
A satisfação com o trabalho é uma das consequências de RS mais estudada (Leal, Rego & Coelho, 2015).

Diversos estudos indicam que as percepções de RS influenciam a satisfação das pessoas no trabalho (ex: Lee et al. ,2009; Valentine & Fleischman, 2008a).

Argumentos teóricos que sustentam a relação (Leal, 2012; Leal, Rego & Coelho, 2015):

Teoria da identificação social: os colaboradores podem desenvolver um sentido de identificação positiva com uma organização que é vista como detentora de características valorizadas socialmente; consequentemente, os colaboradores respondem com, por exemplo, maior satisfação no trabalho.

Identificação organizacional: É provável que as percepções positivas de RS reforcem a identificação organizacional dos colaboradores. Por seu turno, uma mais forte identificação organizacional gera maior satisfação.



Emoções

A variável do afeto representa duas dimensões de emoções básicas que emergem consistentemente nos estudos realizados – o afeto positivo e o afeto negativo.

O afeto positivo, a medida em que a pessoa manifesta entusiasmo com a vida, e o afeto negativo, a medida em que a pessoa refere sentir-se indisposta ou perturbada (Galinha & Pais-Ribeiro, 2005).

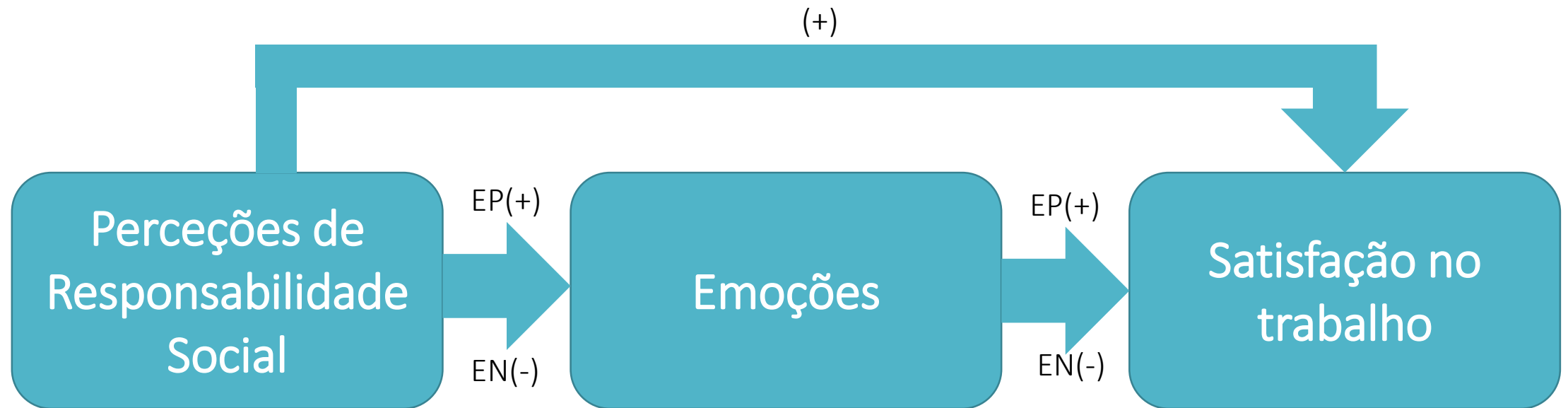
As primeiras evidências da relação entre emoções positivas e a satisfação podem ser inferidas da definição de satisfação de Locke.

A teoria sugere que as emoções positivas podem aumentar a satisfação com o trabalho. Pelo contrário, as emoções negativas ou emoções positivas baixas podem conduzir a baixos níveis de satisfação (Demirbag et al., 2016).

Com base na Teoria dos Eventos Afetivos, diversos autores (Weiss & Cropanzano, 1996, citados em Demirbag et al., 2016; Todorova et al., 2014) defendem que as emoções positivas influenciam a satisfação com o trabalho.

Emoções positivas - Satisfação

Modelo a testar



Variáveis de controlo: Género, Escolaridade, Idade, Antiguidade, Chefia

Método: Amostra

Nº de organizações Ec. Social= 17

N= 370 colaboradores

94% Género feminino

56% - 9º ano

23% - 12º ano

21% - Ensino Superior

12% Ocupam cargos de chefia

Idade média= 42,76 (dp: 10,1)

Antiguidade média= 9,4 (dp: 1,7)

Método: Instrumento de medida

Responsabilidade Social

29 itens

Adaptados de Rego, Leal e Cunha (2011), tendo sido retirados os itens que não se aplicavam ao setor de economia social (Leal, Ribeiro & Jorge, 2013).

Opções de resposta:

(1) A afirmação não se aplica rigorosamente nada

...

(7) A afirmação aplica-se completamente à instituição

Emoções Positivas e Negativas

10 itens EP + 10 itens EN

Escala de PANAS (*Positive and Negative Affect Schedule*; Watson, Clark & Tellegen, 1988).

Opções de resposta:

(1) Nunca; (2) Raramente; (3) De vez em quando; (4) Algumas vezes; (5) Muitas vezes; (6) Sempre

Satisfação com o trabalho

2 itens de Valentine e Fleischman (2008)

1 item de Nascimento (2011)

$\alpha = 0,79$

Opções de resposta:

(1) A afirmação não se aplica rigorosamente nada a mim

...

(7) A afirmação aplica-se completamente a mim

Método: Análise fatorial da RS

Rotated Component Matrix ^a						
		Component				
		1	2	3	4	5
Responsabilidade Económica ($\alpha=0,86$)	1. A instituição melhora continuamente a qualidade dos seus serviços.			,762		
	2. Satisfazer as necessidades dos clientes é uma preocupação central da instituição.			,684		
	4. Os serviços da instituição são de elevada qualidade.			,699		
Responsabilidade Legal ($\alpha=0,93$)	6. A instituição respeita prontamente (i.e., imediatamente) os regulamentos legais.		,689			
	8. Na instituição as obrigações contratuais são sempre honradas.		,765			
	9. A instituição atua legalmente em todos os domínios.		,784			
	10. A instituição tenta respeitar todas as leis que regulam a contratação e os benefícios dos trabalhadores.		,687			
Responsabilidade Ética ($\alpha=0,87$)	12. A instituição tem um código de conduta/ética bastante abrangente (ou seja abrange diversas áreas).					,841
	13. Em geral, a instituição cumpre os padrões e as normas éticas e profissionais.					,547
	14. Somos reconhecidos como uma instituição digna de confiança.					,674
Responsabilidade discricionária para com os colaboradores ($\alpha=0,85$)	19. A instituição apoia os trabalhadores que desejem adquirir formação adicional.				,757	
	20. As políticas flexíveis da empresa permitem aos trabalhadores coordenar da melhor forma a vida profissional e pessoal.				,793	
	22. As políticas da instituição encorajam os colaboradores a desenvolver as suas competências e carreiras.				,670	
Responsabilidade discricionária para com o ambiente ($\alpha=0,93$)	24. A instituição tem um programa para reduzir a quantidade de energia utilizada e o desperdício de materiais.	,843				
	25. No que se refere ao respeito pelo ambiente, a nossa instituição esforça-se por cumprir mais do que a lei exige.	,811				
	26. A instituição procura reduzir as emissões poluentes e a produção de resíduos.	,876				
	27. A instituição é conhecida na comunidade por respeitar o ambiente.	,849				

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 10 iterations.

Os cinco fatores explicam 81% da variância dos dados.

Método: Análise fatorial das Emoções

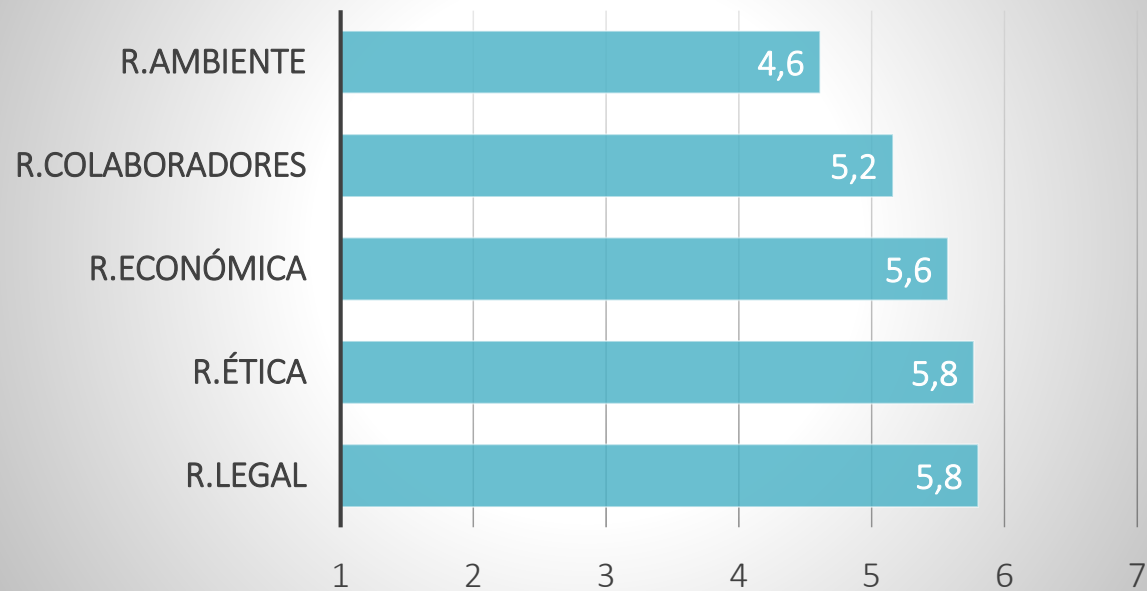
		Rotated Component Matrix ^a	
		Component	
		1	2
Emoções Positivas ($\alpha=0,84$)	Determinado	,764	
	Atento	,785	
	Desperto	,802	
	Inspirado	,780	
	Ativo	,755	
Emoções Negativas ($\alpha=0,73$)	Com medo		,766
	Nervoso		,785
	Chateado		,683
	Envergonhado		,601
	Hostil		,588

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 3 iterations.

Os dois fatores explicam 56% da variância dos dados.

Resultados

Responsabilidade Social



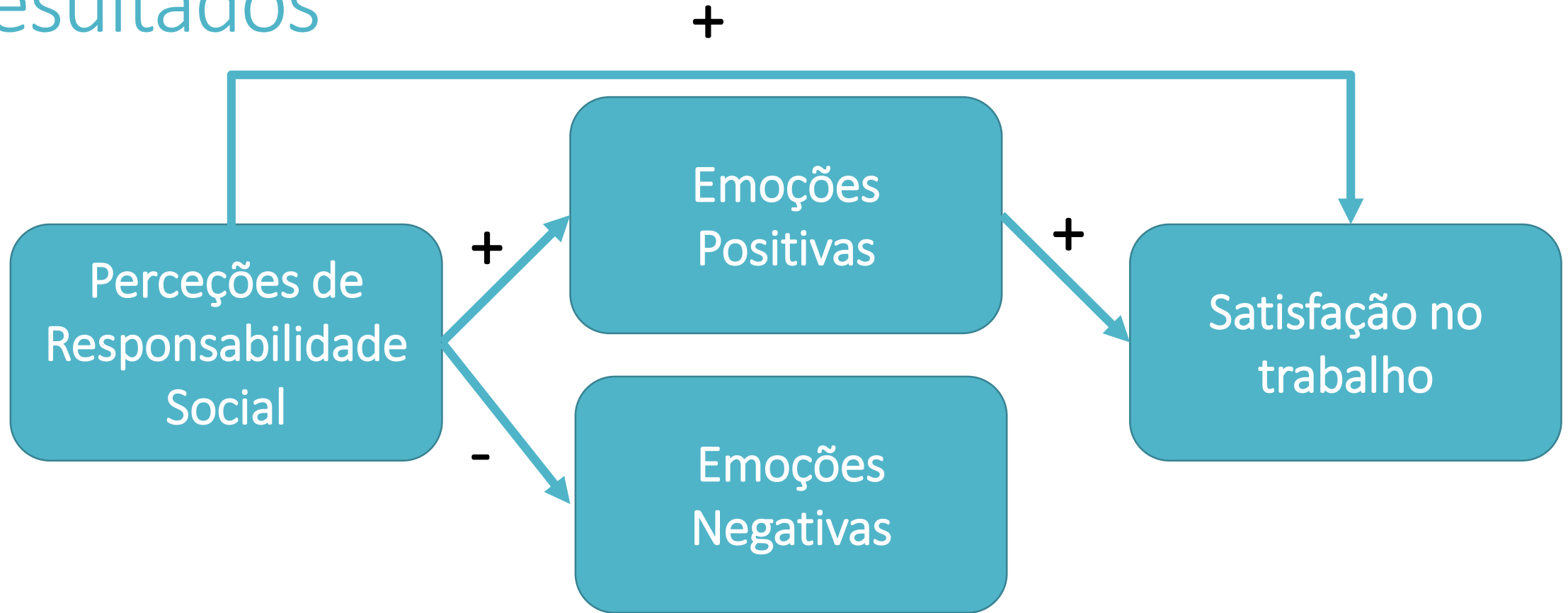
Satisfação e Emoções



Resultados das regressões lineares

	Variáveis dependentes						
	EMOÇÕES POSITIVAS		EMOÇÕES NEGATIVAS		SATISFAÇÃO		
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7
Género	-0,10	-0,08	-0,02	-0,03	-0,13*	-0,09*	-0,08
Escolaridade	0,03	0,02	-0,14	-0,13	-0,04	-0,05	-0,06
Idade	0,15*	0,11	-0,10	-0,08	0,19**	0,13*	0,10
Antiguidade	-0,15*	-0,09	0,03	0,00	-0,21**	-0,12*	-0,10*
Chefia	0,08	0,05	-0,03	-0,02	0,13	0,07	0,06
Respons. Social Global		0,39**	--	-0,17**	--	0,59**	0,50**
Emoções Positivas	--	--	--	--	--	--	0,20**
Emoções Negativas	--	--	--	--	--	--	-0,06
R2 ajustado	0,02	0,17	0,01	0,03	0,05	0,39	0,43
R2 Change	0,04*	0,15**	0,02	0,03*	0,07**	0,33**	0,04**
F	2,4*	11,8**	1,5	2,7*	4,7**	34,8**	30,6**

Resultados



- (a) as emoções positivas são positivamente influenciadas pelas percepções de RS global;
- (b) as emoções negativas são negativamente influenciadas pelas percepções de RS global;
- (c) a satisfação global com o trabalho é positivamente influenciada pelas percepções de RS global e pelas emoções positivas;
- (d) as emoções negativas não influenciam de modo significativo a satisfação no trabalho;
- (e) as emoções positivas medeiam a relação entre as percepções de RS e a satisfação no trabalho, o mesmo não acontecendo com as emoções negativas.

Conclusões

Os resultados deste estudo podem ser utilizados na definição de uma **política de gestão de recursos humanos** que:

- valorize a conciliação da vida pessoal e profissional dos seus colaboradores;
- apoie os colaboradores que desejam adquirir formação adicional;
- encoraje os colaboradores a desenvolver as suas competências e carreiras;
- desenvolva um clima de trabalho propício às emoções positivas e que mitigue as negativas.

Por outro lado, o respeito da legislação nomeadamente no que concerne à que regula a contratação e os benefícios dos trabalhadores, e a prestação de um serviço de elevada qualidade colocando as necessidades dos clientes no primeiro plano também contribuem para aumentar as emoções positivas e a satisfação das pessoas no trabalho.

Referências

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Comissão Europeia. (2001). Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. COM(2001) 366 final. Bruxelas. Acedido em http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf.
- Comissão Europeia. (2011). Responsabilidade social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, COM(2011) 681 final, Bruxelas. Acedido em [http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2011/0681/COM_COM\(2011\)0681_PT.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2011/0681/COM_COM(2011)0681_PT.pdf)
- Cunha, M.; Rego, A.; Cunha, R. C.; Cardoso, C. C. (2016). *Manual de Comportamento Organizacional e Gestão* (8.ª ed.). Lisboa: RH editora.
- Demirbag, O., Findikli, M. A., & Yozgat, U. (2016). Impact of task conflict on job satisfaction: mediating effect of positive emotions while controlling personality traits. *Journal Of Organizational Culture, Communications And Conflict*, 20(S1), 20-34.
- Galinha, I. & Pais-Ribeiro, J. (2005). Contribuição para o estudo da versão portuguesa da Positive and Negative Affect Schedule (PANAS): I – Abordagem teórica ao conceito de afecto. *Análise Psicológica*, 2 (XXIII), 209-218.
- Leal, S. (2012). *As Perceções de Responsabilidade Social das Empresas e o Capital Psicológico como Antecedentes do Empenhamento e do Desempenho* (Tese de Doutoramento em Gestão de Empresas). Universidade de Coimbra, Coimbra. RCAPP: <http://hdl.handle.net/10316/23332>
- Leal, S., Rego, A. & Coelho, A. (2015). Como os empregados respondem às perceções de responsabilidade social das empresas. In M. J. Santos & F. Seabra (Ed.), *Gestão Socialmente Responsável - Repensar a Empresa - Teorias, Contextos e Práticas* (pp. 63-82). Lisboa: Sílabo
- Leal, S., Ribeiro, C. & Jorge, F. (2013). Instrumento de pesquisa das perceções de Responsabilidade Social adaptado a organizações de Economia Social. *III Congresso Internacional de Verão - Europa Cidadã: pessoas, empresas e instituições*, Universidade de Évora. RCAAP: <http://repositorio.ipsantarem.pt/handle/10400.15/851>
- Nascimento, J. (2011). *Influência do comprometimento organizacional nas estratégias comportamentais, mediada pelo comprometimento com os objectivos e pela satisfação global com o trabalho* (Tese de Doutoramento). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Rego, A.; Leal, S.; Cunha, M. Pina (2011). Rethinking the Employees' Perceptions of Corporate Citizenship Dimensionalization. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 207–218. DOI 10.1007/s10551-011-0899-5. <http://www.springerlink.com/content/f31017627x123501/>
- Todorova, G., Bear, J. B., & Weingart, L. R. (2014). Can conflict be energizing? A study of task conflict, positive emotions, and job satisfaction. *Journal Of Applied Psychology*, (3), 451.
- Valentine, S. & Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 159-172.
- Watson, D., Clark, L., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The Panas scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 1063-1070.