



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A Relação entre a Perceção de Práticas de Responsabilidade Social Corporativa e a Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual: Mediação pela Identificação Organização e o papel do Ajustamento Pessoa-Organização.

Francisco Manuel Diogo Pereira

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientador(a):

Doutor Vítor Hugo Silva, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

A Relação entre a Perceção de Práticas de Responsabilidade Social Corporativa e a Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual: Mediação pela Identificação Organização e o papel do Ajustamento Pessoa-Organização.

Francisco Manuel Diogo Pereira

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientador(a):

Doutor Vítor Hugo Silva, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2022

Dedico este trabalho aos meus melhores amigos de faculdade. Obrigado por me terem acompanhado até este momento tão especial!

Agradecimentos

Antes de tudo, gostaria de agradecer a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, fizeram parte do meu percurso académico e moldaram a pessoa que sou hoje.

Agradeço ao Professor Vítor por ter aceite orientar esta dissertação, pela sua paciência e atenção. Acima de tudo, valorizo a forma como confia nos seus alunos e lhes dá autonomia e liberdade para construírem este trabalho, que é tão importante para qualquer estudante!

Agradeço aos meus pais e avós por terem sido os meus principais apoios durante o meu percurso académico e por terem tornado o meu percurso estudantil o mais fácil possível.

Agradeço a todos os que me acompanharam durante a licenciatura, em especial à Marta e à Mariana por terem feito parte daquele que foi o trio mais divertido dos meus primeiros três anos de faculdade. Agradeço também à minha madrinha de praxe Rita, aos meus colegas e professores.

Agradeço também a todos os que me acompanharam durante o meu percurso no ISCTE. Em especial, gostaria de agradecer à Bia e à Pipa por terem tornado esta faculdade mais divertida, assim como o meu estágio! Agradeço a todos os professores, colegas que tive a oportunidade de conhecer e ao Professor José Neves por ter despertado em mim a paixão pela temática da Responsabilidade Social.

Agradeço aos meus colegas da MY CHANGE por me terem proporcionado a minha primeira experiência profissional, onde finalmente entrei em contacto com o mundo organizacional e descobri que pode ser divertido trabalhar!

Por fim, agradeço ao meu irmão, amigos do colégio, Tofu, Bread e restantes familiares pelo apoio durante todo o meu percurso!

Resumo

A Responsabilidade Social das Organizações (RSO) é um tópico cada vez mais abordado no mundo corporativo, dado a importância cada vez mais acrescida para o envolvimento das organizações em práticas deste foro. Por este motivo, esta temática tem sido incluída nas prioridades de várias organizações, assim como nos *drivers* estratégicos que regulam a sua própria atividade. São vários os estudos que procuram perceber qual o impacto da perceção destas práticas nos colaboradores, a um nível profissional. Resultados obtidos revelam uma maior satisfação no trabalho, menor intenção de *turnover* e maior identificação organizacional (IO). O presente estudo procura investigar o impacto da Perceção de Práticas de RSO na dimensão extralaboral dos colaboradores, nomeadamente na sua Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual (RSI), e se a IO é uma possível variável explicativa desta relação. O Ajustamento Pessoa-Organização constitui uma possível variável moderadora neste modelo. De modo a analisar as relações descritas, foi aplicado um questionário online, a uma amostra final de 190 participantes, onde foram medidos os quatro constructos referidos. A amostra foi maioritariamente constituída por participantes do sexo masculino (62.1%) com idades compreendidas entre os 18 e os 62 anos.

Os resultados obtidos indicam que a Perceção de RSO está significativamente associada à Adesão a Práticas de RSI. Também a Perceção de RSO se encontra significativamente associada à variável mediadora, IO. As restantes relações descritas no modelo, nomeadamente de mediação e moderação, não obtiveram resultados significativos. Os resultados foram discutidos e foram apresentadas limitações e linhas para estudos futuros.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Organizacional, Responsabilidade Social Individual, Identificação Organizacional, Ajustamento Pessoa-Organização

Códigos de Classificação APA: 3600 Organizational Psychology & Human Resources, 4070 Environmental Issues & Attitudes

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is becoming a more popular topic in the working world, due to the increasing importance given to the organizations' involvement in this type of practices. For this reason, this theme has been included in a lot of organizations' strategy and priorities. Most studies try to understand this practices' perception in collaborators, in their professional dimension. Some results reveal a bigger satisfaction with work, a smaller turnover intention and an increase in organizational identification (OI). This study aims to investigate the impact of the Perception of CSR Practices in workers while in their personal and out-of-work dimension, more specifically in their Adherence to Personal Social Responsibility (PSR) Practices, and if OI is a possible explicative variable. Person-Organization Fit was also used in this model as a moderator. In order to analyze the described relations, an online survey was applied to a final sample of 190 participants, where the four constructs were measured. The mentioned sample was mostly composed by males (62.1%) with ages between 18 and 62 years old.

The obtained results suggest that the Perception of CSR Practices is significantly associated with the Adherence to PSR. The Perception of CSR is also significantly associated with the mediating variable, OI. All the other relations described in the model got non-significant results. This data was discussed and limitations were purposed, as well as future studies suggestions.

Keywords: Corporative Social Responsibility, Personal Social Responsibility, Organizational Identification, Person-Organization Fit

APA Classification Codes: 3600 Organizational Psychology & Human Resources, 4070 Environmental Issues & Attitudes

Índice

Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	v
Índice de abreviaturas	vii
Capítulo 1. Introdução	1
Capítulo 2. Revisão da Literatura	5
2.1. Responsabilidade Social Organizacional	5
2.2. Responsabilidade Social Individual	9
2.3. A Relação Principal	12
2.4. As Relações de Mediação e de Moderação	14
Capítulo 3. Método	19
3.1. Participantes	19
3.3. Instrumentos	19
3.3.1. Percepção de Práticas de RSO (variável preditora)	20
3.3.2. Identificação Organizacional (variável mediadora)	20
3.3.3. Ajustamento Pessoa-Organização (variável moderadora)	20
3.3.4. Adesão a Práticas de RSI (variável critério)	21
3.3.5. Questões Sociodemográficas	21
3.4. Procedimento	22
Capítulo 4. Resultados	23
Capítulo 5. Discussão	27
5.1. Implicações Práticas e Teóricas	27
5.2. Limitações e Sugestões para Estudos Futuros	30
5.3. Conclusões	31
Referências Bibliográficas	32
Anexos	37

Índice de abreviaturas

RSO – Responsabilidade Social Organizacional

RSI – Responsabilidade Social Individual

RSC – Responsabilidade Social do Consumidor

IO – Identificação Organizacional

TIS – Teoria da Identidade Social

Introdução

Atualmente, a integração, de carácter voluntário, de preocupações de ordem social e ambiental por parte das organizações, na relação com os diversos *stakeholders*, tornou-se um aspeto central no exercer da sua atividade e um tema de investigação de grande relevância no século XXI (Godfrey & Hatch, 2007). A integração destas práticas socialmente responsáveis, no seio de uma organização, agrega qualquer comportamento ou atitude que provoque um balanço social positivo, indo geralmente para além das normas definidas pela lei e interesses económicos da mesma, mas sempre em conformidade com as regras e convenções locais (Duarte, 2014).

A investigação nesta área tem se focado, principalmente, na forma como a RSO pode beneficiar a performance da entidade que assume práticas deste foro e qual o impacto que têm tanto nos seus *stakeholders* externos como nos próprios colaboradores da organização (Duarte & Neves, 2010; Peterson, 2004).

A RSO é um conceito em constante evolução, tanto na literatura como na prática e mundo real das organizações, dada a pressão sentida por estas, proveniente das mais diversas fontes. Podem ser destacadas a preferência dos investidores em apoiar organizações socialmente responsáveis e bem-vistas pela sociedade, o crescente aumento da importância atribuída ao consumo responsável pelos *media*, as diversas preocupações com o ambiente e sustentabilidade, tanto a um nível individual como organizacional, a crescente importância dada pelos governos face a este tema, e o próprio critério de escolha da instituição de trabalho, dado que pertencer a uma organização socialmente responsável se tornou um critério para vários candidatos (Comissão Europeia, 2002). Além destes fatores, a reputação da própria organização, *rebranding* da marca e a própria motivação dos colaboradores também constituem fatores relevantes para uma entidade de trabalho apostar nesta área (Duarte, 2014).

De facto, um estudo com 1000 cidadãos de nacionalidade espanhola concluiu que cerca de 49% dos respondentes são consumidores críticos, e estão dispostos a excluir e boicotar qualquer organização que considerem ser irresponsável e não sustentável. Existem, portanto, um conjunto de fatores que condicionam a adesão das organizações a este tipo de práticas (Adecco, 2015).

As organizações têm respondido a estas pressões, o que levou a que a integração de práticas deste foro se tornasse cada vez mais frequente: atualmente, 80% das organizações reportam

dados relacionados com a sustentabilidade, 100% das 100 maiores organizações do Japão e México reportam questões relacionadas com a sustentabilidade, 90% das empresas dos Estados Unidos têm atendido a esta questão e partilham com os seus clientes e consumidores os dados relativos à sua sustentabilidade, a maioria das organizações mundiais estão a preparar-se para reduzir as suas emissões de carbono e, por fim, ações ligadas ao crescimento económico, aquecimento global e consumo responsável são cada vez mais frequentes e priorizadas pelas organizações (KPMG, 2020).

Um elemento estudado em grande detalhe na investigação desta área é o impacto da RSO a um nível individual – o próprio colaborador. Atribuí-se uma grande importância aos *stakeholders* nesta temática, e os colaboradores são definidos como os *stakeholders* primários de uma organização (Aguinis & Glavas, 2012). Os colaboradores têm um impacto direto no funcionamento da sua empresa, e no que toca à RSO estes contribuem para o seu desenvolvimento e aplicação das próprias práticas definidas (Rupp et al., 2006). Adicionalmente, são os trabalhadores de uma organização os responsáveis pela implementação das práticas de RSO e a adesão dos mesmos é um aspeto crucial para que uma organização alcance os resultados pretendidos nesta área (Collier & Esteban, 2007).

É, portanto, um fator de extrema importância perceber de que forma a RSO influencia os colaboradores de uma determinada organização, e quais os impactos desta a um nível individual, tanto na performance e atitudes laborais como vida pessoal dos mesmos. Na verdade, a investigação acerca do impacto da perceção destas práticas na própria vida pessoal e extralaboral dos trabalhadores é escassa (Aguilera et al., 2007) e constitui um aspeto de relevo, dado o crescimento desta área de investigação, tanto no próprio mundo organizacional, como na sociedade do século XXI.

Um outro conceito, proveniente do mesmo seio teórico, e que se tem tornado mais relevante na atualidade, é a RSI, isto é, comportamentos de cidadania positivos que um indivíduo pode tomar, enquanto agente individual separado de uma organização ou entidade, que visam originar um balanço positivo, ou o menos negativo possível, na comunidade envolvente (Davis et al., 2017). Este conceito evoluiu a partir da Responsabilidade Social do Consumidor (RSC), que considera que os cidadãos são um elemento fundamental em movimentos de mudança social, começando pela escolha dos produtos e serviços que consomem e assim contribuindo de forma individual, mas conjunta, para padrões de investimento mais sustentáveis e que influenciem as atitudes das próprias organizações. A RSI parte desta definição, mas numa aplicação mais geral que inclui qualquer prática do dia-a-dia que poderá ter um impacto na sociedade, desde ser um consumidor responsável a reciclar o lixo (Davis et al., 2017).

São poucas as investigações que abordam o constructo da RSI na sua dimensão global, indo para além da vertente do consumo e incluindo outros aspetos de cidadania sustentável (Davis et al., 2017). É neste fator que reside, também, um ponto crucial para o valor acrescentado que esta dissertação oferece à investigação nesta área.

Perceber de que forma os conceitos RSO e RSI estão relacionados, e a possível existência de um efeito spillover “dimensão laboral-dimensão pessoal privada” onde a aplicação e perceção de práticas deste foro no local de trabalho poderão influenciar a adesão destes comportamentos na vida pessoal do indivíduo, constitui o principal objetivo desta investigação. Perceber como potenciar esta relação é também um ponto relevante.

O presente trabalho de investigação procurou analisar se (1) a perceção de práticas de RSO na organização empregadora pode atuar enquanto potenciadora de práticas de responsabilidade social no contexto pessoal do indivíduo; (2) como podemos potenciamos e tiramos partido desta relação? (3) em que medida a perceção de práticas de RSO, ao impactar positivamente o trabalhador no seu contexto laboral, produz efeitos no funcionamento e comportamento deste na sua esfera pessoal/familiar? Este trabalho procurou também investigar que processos sociais estão subjacentes à relação entre RSO e RSI. Especificamente, de entre as dimensões ambiental, social e económica quais as que detém maior impacto no comportamento de responsabilidade social individual?

Por fim, a presente dissertação encontra-se organizada em quatro capítulos, não incluído a presente secção, que serão apresentados de forma breve. O capítulo 1 engloba a revisão de literatura realizada, de forma a sustentar o modelo teórico elaborado para esta investigação. Serão apresentados 4 construtos: (1) perceção de práticas de RSO que assume o papel de variável preditora; (2) adesão a práticas de RSI que terá estatuto de variável critério; (3) a identificação organizacional; (4) e o ajustamento pessoa-organização, que assumirão o estatuto de mediadora e moderadora respetivamente num modelo conceptual de mediação moderada. No segundo capítulo, de natureza metodológica, são apresentados o procedimento de recolha de dados, a amostra e a descrição das medidas utilizadas. O capítulo 3 apresenta os principais resultados gerados a partir do teste às hipóteses de estudo avançadas. Por último, no capítulo 4 são discutidas as implicações práticas e teóricas dos resultados e principais conclusões da presente investigação levada a cabo. São ainda identificadas as limitações do estudo e linhas de investigação a considerar em estudos futuros.

Revisão da Literatura

1.1. Responsabilidade Social Organizacional

Entende-se por RSO a integração de preocupações sociais, ambientais e económicas, por parte das organizações, na sua interação com os *stakeholders*, numa base voluntária, de forma a gerar um balanço positivo junto destes (Comissão Europeia, 2002).

A RSO surgiu pela primeira vez relacionada com os comportamentos e atitudes de natureza filantrópica dos empresários, no final do século XIX. No entanto, este conceito foi revolucionado na década de 50 com o trabalho de Carroll, a chamada era moderna da responsabilidade social (Duarte, 2014).

Desde então, as conceções deste constructo evoluíram, tanto em número como em complexidade. Agora, o nível de análise já não é centrado no homem, o empresário, mas sim na própria organização. Também o leque de responsabilidades evoluiu, passando de atividades puramente filantrópicas para movimentos estratégicos e mais abrangentes. Foi nos anos 80 que se verificou um aumento significativo na investigação desta área (Carroll, 1999).

O entendimento sobre este conceito é, portanto, bastante variado, existindo duas grandes conceptualizações acerca do mesmo: a Perspetiva Anglo-Americana e a Perspetiva Europeia (Duarte, 2014). A primeira foi concebida por Carroll no fim da década de 70, e refere-se ao cumprimento de responsabilidades económicas, filantrópicas, éticas e legais por parte das organizações (Carroll, 1979). Esta perspetiva está assente na ideia que as organizações, para além das suas responsabilidades legais e cumprimento da lei, devem contribuir para o bem comum, auxiliando a sociedade. As responsabilidades referidas podem ser atendidas de forma simultânea e são geralmente apresentadas segundo um esquema piramidal, não indicando, porém, uma sequência (Duarte, 2014).

Uma organização deve, portanto, produzir serviços e bens e oferecer uma remuneração justa aos seus colaboradores (Responsabilidade Económica); cumprir as leis do país em que se encontra (Responsabilidade Legal); agir de forma justa e correta (Responsabilidade Ética), e auxiliar voluntariamente a comunidade (Responsabilidade Filantrópica) (Duarte, 2014). As responsabilidades variam consoante a sua obrigatoriedade:



Figura 1.1 – Modelo das quatro responsabilidades da RSO (adaptado de Carroll, 1991)

A grande diferença entre esta conceptualização da RSO, a anglo-saxónica, e a Perspetiva Europeia, reside na questão da obrigatoriedade. O carácter voluntário do comportamento socialmente responsável das organizações possui, no modelo europeu, um papel central (McWilliams & Siegel, 2001). Ou seja, temos por comportamento socialmente responsável uma prática, por parte de uma organização, que numa base voluntária contribui para o desenvolvimento sustentável (Duarte, 2014).

Em 2001, a Comissão Europeia, agrupou estas práticas em duas grandes dimensões: a Dimensão Interna e a Dimensão Externa. A primeira refere-se a todas as atividades internas que uma organização pode adotar, geralmente associadas à unidade de Recursos Humanos e Impacto Ambiental, incluindo gestão do capital humano, segurança no meio laboral e processos de mudança. Já a dimensão externa inclui todas as práticas direcionadas aos *stakeholders* externos, tais como parceiros, consumidores e a comunidade local (Comissão Europeia, 2001).

Este modelo foi, mais tarde, complementado por Neves e Bento, que alargaram a organização destas práticas numa outra vertente: a área de atuação. As iniciativas socialmente responsáveis de uma organização podem, portanto, ser Económicas, Sociais e Ambientais (Neves & Bento, 2005). Estas três áreas correspondem aos três pilares do desenvolvimento sustentável concebidos por Elkington (1998). A junção destas duas categorias de organização das práticas de responsabilidade social – a dimensão e a área de atuação – geram seis campos de atuação da RSO, abaixo representados:

Tabela 1.1 – Modelo Tridimensional da RSO (adaptado de Neves e Bento, 2005).

		ÁREA DE ATUAÇÃO		
		ECONÓMICA	SOCIAL	AMBIENTAL
DIMENSÃO	INTERNA	Relacionado com a perenidade, eficácia e sustentabilidade económica da Organização	Pode incluir práticas de empregabilidade ou de Gestão e Desenvolvimento	Questões relacionadas com a segurança e saúde no trabalho, assim como gestão do impacto ambiental
	EXTERNA	Práticas de apoio socioeconómico, patrocínios e a relação com <i>stakeholders</i> externos	Prática de voluntariado organizacional, a própria relação com a comunidade envolvente	O papel e contributo da Organização para a proteção e conservação do ambiente

Sucintamente, a grande diferença entre as duas principais perspetivas da RSO reside, portanto, no carácter voluntário das práticas que a organização pode adotar. O carácter voluntário está presente em ambos os modelos, mas na Perspetiva Americana só diz respeito às responsabilidades filantrópicas e éticas. Já na Perspetiva Europeia, as questões legais e económicas da organização são fatores desejáveis, porém não obrigatórios, e por si só não constituem critérios para o status de organização socialmente responsável (Duarte, 2014).

Um aspeto fulcral e central em ambas as perspetivas consistem na extrema importância dada aos *stakeholders*. Isto é, os dois modelos tornam clara a necessidade de corresponder às expectativas e necessidades de todas as partes interessadas, sejam colaboradores, parceiros de negócios, consumidores ou comunidade envolvente (Duarte, 2014).

Uma entidade pode obter o estatuto de organização socialmente responsável através de uma certificação nesta área, que constitui uma ferramenta crucial na RSO (Waddock, 2008). Segundo o mesmo autor, esta é geralmente obtida em função de uma norma social e é atribuída consoante o cumprimento de um conjunto de requisitos, em formato de certificado. Adicionalmente, é importante reforçar que, dada a natureza deste constructo, esta certificação é geralmente de carácter voluntário, fornecendo apenas orientação acerca do desempenho social da organização. As três principais normas internacionais são a SA8000, a AA1000AS, e a

ISO26000. Em regra, são emitidas por uma entidade externa e independente que audita a organização a ser certificada, face aos critérios estabelecidos (Duarte, 2014).

Ou seja, uma organização deve cumprir um conjunto de critérios de modo a ser certificada e reconhecida pelos seus *stakeholders*. Mas no que consiste em concreto o constructo “Perceção de Práticas de Responsabilidade Social”, na ótica dos colaboradores? Na verdade, são este o grupo responsável por implementar as práticas de responsabilidade social na organização em que estão inseridos (Collier & Esteban, 2007).

Tal como referido anteriormente, as práticas de responsabilidade social podem ser caracterizadas como “internas” ou “externas”, sendo que no primeiro caso estamos a falar de uma prática orientada para os próprios colaboradores da organização. Os associados de uma organização podem, portanto, perceber as práticas internas da sua empresa e as práticas externas, ou seja, as atitudes que a organização toma para com os *stakeholders* externos. A responsabilidade social percebida consiste na perceção dos colaboradores do desempenho da sua própria organização nas diferentes áreas da RSO, e é um conceito crucial na investigação do impacto deste constructo nos seus colaboradores, dado que esta perceção poderá desencadear um conjunto de comportamentos e atitudes, que irão certamente afetar a sua relação com a organização em que se encontram inseridos (Gomes *et al.*, 2009).

Mas quais são os principais impactos, num colaborador enquanto indivíduo, resultantes da perceção de práticas de responsabilidade social por parte da organização em que se encontra inserido? São vários os *outcomes* referidos na literatura, sendo um dos mais abordados a redução da intenção de *turnover*. De facto, indivíduos que percebem práticas de responsabilidade social na sua organização tendem a possuir uma menor intenção de saída da mesma. Este efeito poderá estar associado a um aumento do suporte organizacional, resultante da perceção das práticas referidas (Gomes *et al.*, 2014).

Adicionalmente, a perceção de práticas de RSO também leva a um aumento da satisfação do indivíduo no trabalho. Esta relação poderá estar associada à imagem organizacional positiva, que tende a ser superior caso o indivíduo perceba as práticas mencionadas (Neves & Duarte, 2009).

A identificação do indivíduo com a sua própria organização (Jacinto & Carvalho, 2009), o compromisso para com a mesma (Duarte, 2011), a sua confiança na organização (Neves & Duarte, 2010) e o envolvimento em comportamentos de cidadania organizacional (Jacinto & Carvalho, 2009; Lin *et al.*, 2010) também tendem a ser superiores em colaboradores que percebem práticas de responsabilidade social no seu local de trabalho.

Estudos recentes corroboram o impacto da percepção de práticas RSO no comportamento e atitudes dos colaboradores de uma determinada organização. Em 2014, Neves e Duarte confirmaram, junto de 301 trabalhadores da mesma organização, que a percepção de práticas deste foro provoca um impacto positivo e significativo na satisfação dos colaboradores com o seu trabalho, assim como com a percepção de uma imagem mais favorável face à organização onde trabalham (Neves & Duarte, 2014).

Em 2010, os mesmos autores também verificaram, no estudo quase-experimental com 98 indivíduos com experiência profissional, que a percepção de um maior investimento em práticas de RSO resulta num maior envolvimento por parte dos colaboradores dessa mesma organização. Do mesmo modo. Indivíduos que percecionavam um baixo investimento por parte da sua organização acabaram por produzir estimativas mais baixas de envolvimento e satisfação com o trabalho (Neves & Duarte, 2010).

É, portanto, possível concluir que a percepção de práticas de RSO impacta, em diversos níveis, as atitudes e comportamentos dos colaboradores de uma organização. No âmbito específico dessa dissertação, iremos investigar se um poderá existir em particular um impacto extralaboral no indivíduo, ou seja, na sua esfera pessoal.

1.2. Responsabilidade Social Individual

Um conceito proveniente da mesma vertente teórica que o anterior, mas situado num nível de análise diferente, é a RSI.

Tal como referido anteriormente, as organizações podem participar, voluntariamente, em diferentes ações que visam apoiar a comunidade e diferentes *stakeholders*, seja a um nível económico, ambiental ou social.

Não obstante, estes comportamentos também podem ser praticados pelas pessoas, na sua vida pessoal, e, portanto, a um nível individual. Exemplos de ações que podemos observar com frequência são doações a instituições de caridade, consumo de produtos e energias verdes, adesão a movimentos de voluntariado, ou a prática de um consumo sustentável (Bénabou & Tirole, 2009).

Estes comportamentos poderão ser antecidos de diversos fatores e motivações interdependentes, tais como o altruísmo genuíno, incentivos materiais, questões relacionadas com a autoestima e reputação, ou simplesmente educação prévia, como por exemplo o ambiente em que a pessoa cresceu ou habita (Davis *et al.*, 2017).

Alguns autores comparam as motivações dos indivíduos às das organizações: tal como as organizações procuram, através dos seus comportamentos e iniciativas socialmente responsáveis, notoriedade e uma melhor relação com os seus *stakeholders*, também as pessoas na sua vida pessoal procuram moldar as suas decisões em função de uma melhor relação e reputação perto da sua família, amigos e colegas de trabalho (Sem *et al.*, 2006).

Resta perceber no que consiste exatamente este constructo, e de que forma emergiu. Também será discutida a sua relação complexa com a RSO. A RSI é um conceito bastante recente na psicologia social e emergiu graças à pressão da sociedade para que as organizações e entidades se tornassem mais responsáveis. Naturalmente, as pessoas e a sociedade evoluíram em paralelo com as organizações e os seus comportamentos socialmente responsáveis, o que originou a evolução deste conceito (RSI) relacionado com a RSO e RSC (Davis *et al.*, 2017).

Podemos definir a RSI como a motivação de um indivíduo em servir e contribuir para a sua sociedade, de forma individual, com o intuito de agir em prol da comunidade e todas as suas ações e decisões diárias que levam a um balanço social e efeitos positivos. As principais diferenças entre este conceito e a RSC é que o primeiro refere-se a todos os comportamentos que um indivíduo pode tomar no seu dia-a-dia, e não apenas como consumidor de um produto ou serviço (Davis *et al.*, 2017). Por exemplo, um indivíduo pode seguir as recomendações face à pandemia Covid-19 e comprar uma máscara. Neste caso, estaríamos a referir-nos a um consumidor socialmente responsável. No entanto, caso se trate de um indivíduo que realiza esta compra, utiliza a máscara que adquiriu, e mantém-se socialmente distante daqueles que o rodeiam de modo a garantir a segurança de todos e assim diminuir o número de contágios, estaremos a falar de um indivíduo socialmente responsável. A diferença entre estes dois conceitos reside precisamente neste aspeto: a RSI refere-se ao comportamento do indivíduo, enquanto consumidor de um produto ou serviço e não só, incluindo também as suas interações com a comunidade, economia e ambiente (Davis *et al.*, 2020).

Segundo Davis e colaboradores (2017), alguns conceitos semelhantes e relacionados com a RSI são: a responsabilidade social, que consiste na motivação para ajudar o próximo sem necessariamente receber uma recompensa (Anderson & Cunningham, 1972); o consumo ético, que consiste na rotina controlada de consumo de um indivíduo que procura o cuidado e justiça para com os outros e o negócio (Miller, 1998); e o consumo verde, que é o consumo consciente e a exclusão de produtos e serviços que poderão prejudicar a vida e saúde de outros consumidores ou do ambiente (Elkington & Hailes, 1989).

À semelhança da RSO, também a RSI pode ser categorizada em diferentes áreas de atuação, de modo a facilitar a interpretação das práticas desta natureza. Com base nas dimensões de RSO definidas por Carroll (1991) e nas áreas de atuação da RSC, Davis e colaboradores (2017) propuseram 5 áreas de distinção da RSI:

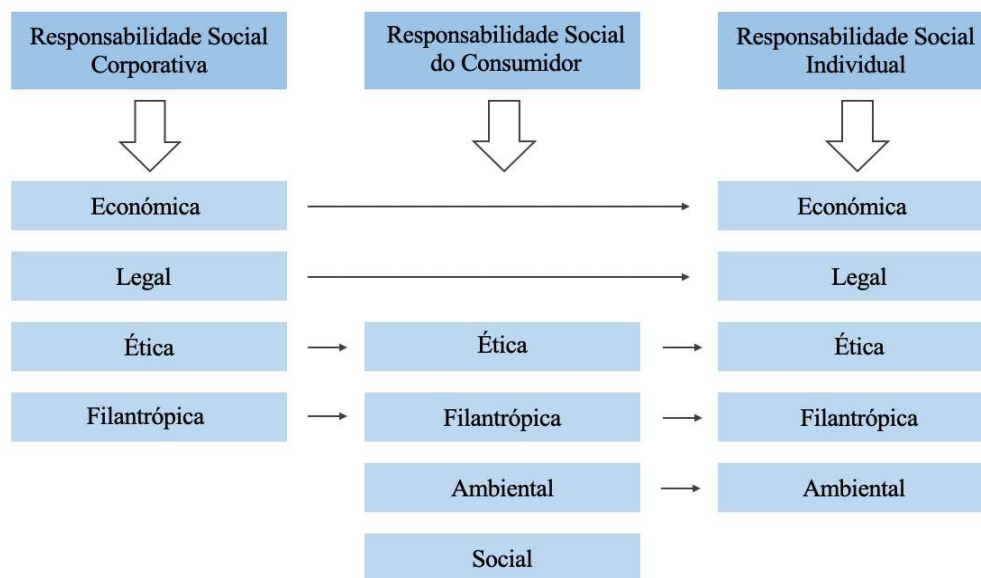


Figura 1.2 – Áreas de atuação da RSI (adaptado de Davis et al., 2017)

A responsabilidade económica refere-se à redução, limitação, moderação e redução de comportamentos relacionados com o consumo. Pode estar associada à aquisição de bens e serviços apenas quando estes são essenciais, e está muitas vezes associada à mais recente crise económica (Durif *et al.*, 2011; Yan & She, 2011).

Em segundo, as responsabilidades legais consistem nas regras base nas quais é esperado que os indivíduos operem. Nasceu da ideia que, de modo a sermos indivíduos socialmente responsáveis na nossa sociedade, devemos obedecer às regras e convenções do local em que vivemos (Davis *et al.*, 2017). As duas responsabilidades anteriormente mencionadas foram adaptadas do modelo de RSO de Carroll (1991). A responsabilidade ambiental, embora adaptada de literatura relacionada com a RSC, está também relacionada com o mundo organizacional, e encontra-se presente nas quatro responsabilidades da RSO. Esta consiste na motivação do indivíduo em provocar um impacto positivo, ou o menos negativo possível, no ambiente. Ou seja, a forma como as nossas decisões diárias afetam o ambiente que nos rodeia (Roberts, 1996).

As duas últimas responsabilidades da RSI, ética e filantrópica, são frequentes tanto na literatura da RSO como na do consumo. A primeira baseia-se na ideia de que todos nós possuímos valores éticos incutidos na nossa vida pessoal e familiar. De modo a sermos indivíduos socialmente responsáveis, deve existir uma congruência entre aquilo que é feito e aquilo que é esperado dos outros. Está, também, muitas vezes associada à educação, visto que de modo a sermos socialmente responsáveis devemos manter-nos educados, atualizados e consciencializar os outros (Davis *et al.*, 2017).

Por fim, a responsabilidade filantrópica consiste em todas as ações que tomamos para ajudar os outros, o tempo que lhes dedicamos e o esforço ou dinheiro que dispomos para tal. Ser socialmente responsável implica estarmos a par das necessidades da sociedade, tais como participar em ações de voluntariado, doar bens a instituições, reciclar o lixo ou simplesmente respeitar os nossos vizinhos (Davis *et al.*, 2017).

Por ser um constructo recente e com raízes em diversos domínios da psicologia, tais como a Psicologia do Consumo, os autores conceberam uma escala de avaliação da RSI a partir de instrumentos de medição de conceitos inseridos nesses grupos teóricos. A presente escala foi concebida à luz de diversos instrumentos nesta área investigativa, tais como a Escala de Responsabilidade Social de Berkowitz e Daniels, 1964, que avalia a responsabilidade social enquanto constructo unidimensional associado ao consumo; a Escala de Consumo Social e Ecológico de Anderson Jr., em 1974, que avalia o consumo focado em questões ambientais; o Modelo do Envolvimento Social de Webster Jr., em 1975, que avalia fatores sociais e ambientais; a Escala de Análise do Estilo de Vida de Belch, em 1982, que avalia o consumo responsável associado ao estilo de vida do indivíduo; a Escala de Consumo Socialmente Responsável, de Lecompte e Roberts, em 2006, que avalia a RSO, consumo responsável e redução do consumo; e outras (Davis *et al.*, 2017).

1.3. A Relação Principal

A relação entre a RSO e a RSI é complexa e não consensual na literatura. Por um lado, a RSI é facilitadora da perceção da RSO, visto que indivíduos que tendem a aderir a mais práticas e iniciativas de responsabilidade social na sua vida privada tendem a percecioná-las com maior facilidade, na sua organização, práticas de responsabilidade social. Resumindo, a RSI pode atuar enquanto promotora da perceção da RSO por parte dos *stakeholders* de uma determinada organização, e assim promover os diversos benefícios que esta possui, anteriormente discutidos (Ostermeier *et al.*, 2015).

Por outro lado, a RSI age como motor da RSO. As organizações, dado o rápido crescimento da adesão dos consumidores e comunidade a iniciativas e ideologias relacionadas com as energias verdes, igualdade, e atividades de foro social, são pressionadas a evoluir em conjunto com a sociedade, de modo a satisfazer as necessidades dos seus *stakeholders*. Esta relação poderá funcionar como uma correlação, visto que a evolução das organizações também poderá originar a educação e sensibilização das pessoas, tal como referido anteriormente (Davis *et al.*, 2017).

A terceira relação evidenciada está relacionada com o Efeito Spillover. Mais precisamente, o spillover trabalho-família ocorre quando comportamentos, stress, atitudes e emoções provenientes do trabalho ou da vida pessoal do trabalhador são transferidas para o outro domínio. Ou seja, esta teoria tem como base da sua conceptualização a ideia de que não existem barreiras entre estas duas dimensões da vida do indivíduo, e todas as experiências que vive em uma destas são facilmente transferidas para a outra (Mennino *et al.*, 2005). Esta ideia é complementada pela Teoria da Conservação de Recursos, uma teoria integrativa do stress que ancora processos sociais/ambientais/culturais da vida do indivíduo, assim como a sua esfera interna. Esta teoria é sustentada pela premissa de que todos os indivíduos agem no sentido de manter, proteger e incrementar os seus recursos e, em contrapartida, atuam no sentido de minimizar ao máximo a perda dos recursos que mais valorizam. Neste sentido, um indivíduo irá sentir stress quando perde um recurso que valoriza, podendo este ser um objeto (e.g. um carro ou casa), uma condição (e.g. o seu casamento ou emprego), uma energia (e.g. conhecimento), ou uma característica pessoal (e.g. competências e motivação) (Hobfoll, 1989).

Esta ideia complementa a primeira relação evidenciada nesta secção, e adiciona uma nova conclusão à relação RSO-RSI: indivíduos que percecionam e estão ligados a práticas de responsabilidade social na sua organização irão praticar atividades e aderir a iniciativas do mesmo género fora do trabalho, ou seja, no seu contexto pessoal/familiar (Lee & Pilavin, 1999).

Posto isto, podemos delinear a hipótese referente ao efeito total:

H1: *Indivíduos que Percecionam Práticas de Responsabilidade Social Organizacional no seu local de trabalho tendem a aderir mais a Práticas de Responsabilidade Social Individual no seu contexto pessoal.*

O delineamento desta hipótese tem, como principal objetivo, investigar o poder da variável preditora “Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional” na variável critério “Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual”, de modo a investigar qual poderá ser um dos fatores que está na origem desta. Na literatura, é sugerido que a RSI e adesão dos indivíduos a comportamentos positivos de cidadania que beneficiam a sua comunidade é antecedida por diversos fatores, tais como o seu altruísmo, motivação, reputação desejada, e educação (Bénabou e Tirole, 2009). O objetivo é, portanto, perceber de que forma o local de trabalho do indivíduo poderá ter, ou não, um peso significativo nesta adesão, estando esta exploração ancorada na Teoria Spillover e ideia de “transferência” dos comportamentos vividos em diferentes domínios da nossa vida.

Em seguida, as variáveis e fatores que poderão estar envolvidos nesta relação serão discutidos.

1.4.As Relações de Mediação e Moderação

Após ser delineada a hipótese principal desta investigação, é importante perceber que fatores podem estar envolvidos nesta relação. Certamente, não será uma relação tão direta quanto aparenta, dado que a responsabilidade social é um constructo geralmente antecedido e relacionado com variáveis ligadas à identidade e categorização social do próprio indivíduo. Perceber quais poderão ser os possíveis conceitos envolvidos no efeito direto constitui, também, um dos principais objetivos desta investigação e é um aspeto de extrema importância para perceber e possivelmente potenciar esta relação.

Tal como referido anteriormente, a percepção de práticas de responsabilidade social organizacional no local de trabalho está ligada a diversos *outcomes* gerados no indivíduo, entre os quais a identificação deste com a sua organização (Jacinto & Carvalho, 2009).

Adicionalmente, um dos antecedentes da RSI é a própria forma como o indivíduo procura ser visto por aqueles que o rodeiam, numa procura de congruência e possível aprovação externa (Bénabou & Tirole, 2009).

Estas ideias estão interligadas à TIS. Resumidamente, a identidade de um indivíduo resume-se à congruência entre o próprio e a sociedade, na medida em que o “eu” é um produto do nosso próprio conhecimento acerca das normas e regras associadas a uma determinada posição ocupada pelo indivíduo num determinado domínio, como por exemplo o seu local de trabalho (Tajfel & Turner, 1986).

A nossa identidade é, portanto, concebida pela nossa representação e ideia, tanto dos papéis sociais que ocupamos, como também dos nossos grupos de pertença e significado emocional que atribuímos aos mesmos (Tajfel & Turner, 1986).

À luz da TIS, a identificação organizacional refere-se à identidade do indivíduo tendo como referência o seu contexto de trabalho, sendo, portanto, um produto da sua própria presença a uma organização. Este conceito consiste no conhecimento que o indivíduo possui acerca de si mesmo e da sua organização, assim como no valor e significado que atribuí a essa pertença (Tajfel, 1978). A percepção desta pertença a uma organização é produto do processo categorização social que o indivíduo leva a cabo de modo a classificar e categorizar o ambiente onde trabalha, com o objetivo de o ajudar a simplificar e categorizar o seu lugar na sociedade (Tajfel & Turner, 1979). Estando a IO relacionada com a Percepção de Práticas de RSO (Jacinto & Carvalho, 2009), dado que uma organização responsável torna mais apelativo o processo de identificação, e a reputação desejada e identidade do indivíduo antecedentes para a adesão a Práticas de RSI e comportamentos positivos para com a sociedade (Bénabou e Tirole, 2009), esta constructo será incluído como variável mediadora na relação principal anteriormente delineada.

H2: *A Identificação Organizacional medeia a relação entre a Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional e a Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual.*

A Hipótese H2 foi concebida com o objetivo de atribuir um maior poder explicativo à Hipótese H1, através de uma mediação. No entanto, a ligação entre a percepção de práticas de responsabilidade social organizacional (variável preditora) e a identificação organizacional (variável mediadora) é frequentemente acompanhada de outras variáveis explicativas, neste caso uma possível variável moderadora.

Um constructo frequentemente relacionado com a Percepção de Práticas de RSO e o seu impacto nas atitudes e comportamentos relacionados com o trabalho, tais como a identificação organizacional, é o Ajustamento Pessoa-Organização (Duarte *et al.*, 2019; Vicente *et al.*, 2011).

O interesse pelo estudo deste constructo teve um crescimento exponencial na década de 80 (Boon, 2017). Na literatura, é evidenciado que a existência deste ajustamento possui um impacto positivo no indivíduo, promovendo uma melhor *performance*, atitudes mais positivas e uma satisfação no trabalho mais elevada (Lauver & Kristof-Brown, 2001).

Este conceito pode ser definido como a percepção de compatibilidade que existe entre o indivíduo e a sua organização quando pelo menos uma das entidades satisfaz as necessidades da outra, partilhando características fundamentais. O ajustamento pessoa-organização está ancorado na ideia de que diferentes pessoas são atraídas por diferentes organizações e processos de trabalho. Está, também relacionado com a TIS, na medida em que é importante uma organização criar uma identidade através dos valores que define, permitindo o ajustamento por parte dos seus colaboradores (Kristof, 1996).

Um constructo frequentemente utilizado para operacionalizar este ajustamento é a Congruência de Valores. Existir um *match* entre os valores defendidos pela organização e pelo próprio indivíduo é um fator crucial para a obtenção do ajustamento, visto que este depende da relação mantida entre as duas entidades, e não quando estas assumem uma posição de independência (Kristof-Brown *et al.*, 2005).

Em seguida, será explorado o papel da variável Ajustamento Pessoa-Organização, enquanto moderadora na relação entre a Percepção de Práticas de RSO e a Identificação Organizacional. Este ajustamento é frequentemente utilizado na exploração de possíveis *outcomes* resultantes da Percepção de Práticas de RSO.

H3: *O Ajustamento Pessoa-Organização modera a relação entre a Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional e a Identificação Organizacional, sendo esta mais forte quando o Ajustamento Pessoa-Organização é elevado.*

Assumindo que o Ajustamento Pessoa-Organização irá moderar a relação descrita na Hipótese 3 do modelo proposto, é expectável que a Percepção de Práticas de RSO aumente a Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual através de um aumento da Identificação Organizacional, condicionada pela variável moderadora. Portanto, a hipótese que descreve a mediação-moderada é:

H4: *O efeito indireto da Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional na Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual, através da Identificação Organizacional, será maior quando o Ajustamento Pessoa-Organização for elevado.*

Posto isto, é agora possível delinear o Modelo Conceptual alvo desta investigação, que consiste numa mediação moderada, onde a Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional e a Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual ocupam as posições de variável preditora e variável critério, respetivamente, e assim compõem a relação principal deste modelo. A variável Identificação Organizacional vai ser utilizada como antecedente da Adesão a Práticas de Responsabilidade Social Individual, ocupando a posição de variável mediadora do modelo.

Por fim, a variável Ajustamento Pessoa-Organização irá desempenhar o papel de moderadora na relação entre a Percepção de Práticas de Responsabilidade Social Organizacional e a Identificação Organizacional. Era necessária a existência de uma outra variável que ajudasse a explicar a relação entre estas duas variáveis e traduzisse a possível congruência de valores, dado que a sua relação é complexa.

Abaixo, poderá consultar o Modelo desta investigação, juntamente das principais hipóteses delineadas:

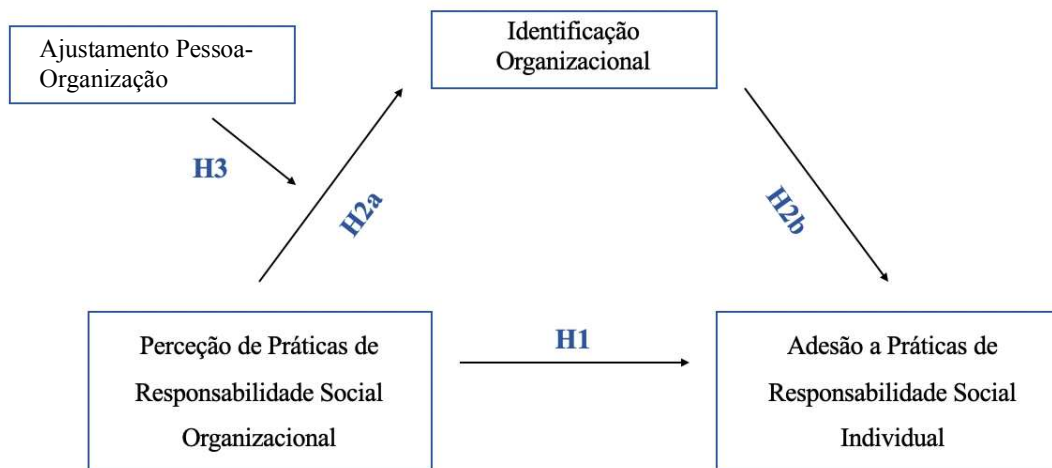


Figura 1.3 – *Modelo estatístico*

CAPÍTULO 2

Método

2.1. Participantes

A amostra total foi constituída por 273 participantes. Trata-se de uma amostra por conveniência visto que não foram definidos critérios específicos para o preenchimento do questionário, tendo sido divulgado em redes sociais e estabelecido como único critério a pertença a uma organização.

Numa fase posterior, a amostra foi reduzida a número final de 190 indivíduos, após a exclusão de todos aqueles que não preencheram o questionário na totalidade.

Relativamente à amostra final, a maioria dos participantes é do sexo masculino (62.1%) com idades compreendidas entre os 18 e os 62 anos ($M=28.50$; $DP=7.99$). O grau escolaridade mais elevada dos elementos da amostra é maioritariamente o “Mestrado” (49.5%), seguido da “Licenciatura” (36.3%), seguido da “escolaridade obrigatória” (6.8%) e por fim o “Doutoramento” (1.6%).

Profissionalmente, a antiguidade dos participantes na sua empresa varia entre 1 mês e 26 anos ($M = 4.60$; $DP = 4.78$), sendo a maioria “trabalhadores efetivos” (57.4%), seguidos de “trabalhadores em contrato a termo certo” (18.4%) e “estagiários” (8.9%). A maioria trabalha numa organização “com mais de 250 colaboradores” (51.1%) e do setor “privado” (83.7%). A maioria dos participantes não exerce cargos de chefia (72.6%).

No âmbito da Responsabilidade Social Organizacional percebida, a maioria dos participantes refere trabalhar numa organização com uma política de responsabilidade social ativa (63.7%). Também a maioria refere trabalhar numa organização onde as práticas de responsabilidade social são divulgadas e promovidas entre os colaboradores (67.9%). No que toca ao envolvimento dos colaboradores em iniciativas deste foro, a maioria refere ser envolvido “frequentemente” (32.6%). Dos 190 participantes, 29.5% são envolvidos “às vezes”, 7.9% “nunca” são envolvidos, e 6.8% são envolvidos “sempre”.

2.2. Instrumentos

O questionário disponibilizado foi constituído por quatro instrumentos abaixo descritos. Adicionalmente, foram incluídas questões relativas à caracterização sociodemográfica dos participantes. Os instrumentos encontram-se ordenados por ordem de disposição no questionário, tendo sido definido como critério de ordenação a primazia das questões de

carácter organizacional, seguidas do instrumento de medição da RSI, que é seguido das questões sociodemográficas. Deste modo, é possível assegurar ao questionário um sentimento de continuidade e ligação entre as suas diferentes etapas.

2.2.1. Perceção de Práticas de RSO (Variável Preditora)

De modo a instrumentalizar esta variável, foi utilizada a Escala de Responsabilidade Social Percecionada de Duarte (2011) validado para a população portuguesa. Este instrumento é composto por 16 itens, divididos em três dimensões: a responsabilidade social face aos trabalhadores (ex. “*Garante a segurança no emprego.*”) composta por 7 itens, a responsabilidade social face ao ambiente e comunidade (ex. “*Dá donativos para associações de proteção da natureza.*”) composta por 6 itens, e a responsabilidade social económica (ex. “*Esforça-se por ser lucrativa.*”), composta por 3 itens. Estes itens foram avaliados numa escala tipo *Likert*, que varia de 1 – “Discordo Totalmente” a 5 – “Concordo Totalmente”. A escolha deste instrumento baseou-se na sua brevidade e inclusão da dimensão económica da RSO, contrariamente à escala desenvolvida por Turker em 2009. Adicionalmente, apresenta bons valores de consistência interna nas suas três dimensões (RSOTrabalhadore: $\alpha = .84$; RSOComunidade&Ambiente: $\alpha = .82$; RSOEconómica: $\alpha = .53$).

2.2.2. Identificação Organizacional (Variável Mediadora)

Para avaliar a variável mediadora deste modelo, foi utilizada a Escala de Identificação Organizacional (Mael & Ashfort, 1992) adaptada para a população portuguesa por Noronha (2013). Este instrumento é composto por 6 itens, sendo um exemplo “*Quando alguém elogia esta organização, sinto isso como um elogio pessoal*”. Foram avaliados numa escala *Likert*, de 1 – “Discordo Totalmente” a 5 – “Concordo Totalmente”. Os itens da escala apresentam uma boa consistência interna ($\alpha = .84$).

2.2.3. Ajustamento Pessoa-Organização (Variável Moderadora)

De modo a medir este constructo, foi utilizada a Escala de Perceção de Ajustamento Pessoa-Organização de Delgado (2011). Esta escala é constituída por 5 itens, sendo um exemplo “*Os valores desta organização são semelhantes aos meus valores pessoais*”. Foram medidos numa escala de 1 – “Discordo Totalmente” a 5 – “Concordo Totalmente”. O instrumento encontra-se validado para a população portuguesa e apresenta bons valores de consistência interna ($\alpha = .93$) (Delgado, 2011).

2.2.4. Adesão a Práticas de RSI (Variável Critério)

A literatura acerca do consumo responsável é extensa, no entanto, são poucas as investigações que abordaram o comportamento do indivíduo enquanto agente de responsabilidade social como um constructo multidimensional, indo para além do consumo (Davis *et al.*, 2020). Tal como referido anteriormente, o conceito de RSI é bastante recente na literatura, o que também adiciona valor acrescentado a esta investigação. Por esta razão, o único instrumento que mede este constructo na sua dimensão global e comportamental, não se focando necessariamente na sua dimensão de consumo é a recente escala desenvolvida por Davis e colaboradores, em 2020 – A Escala de Responsabilidade Social Individual. Este instrumento foi concebido e validado através de dois momentos de investigação ($n1=138$ e $n2=212$).

Numa fase inicial, a escala foi concebida com 232 itens identificados de escalas relacionadas com a RSC, responsabilidade social, ética, RSO, e consumo verde, mas rapidamente este número diminuiu para 66 após uma análise do painel de peritos. Estes encontravam-se agregados nas 5 dimensões da RSI definidas pelos autores e apresentadas na Figura 2.2 (Davis, *et al.*, 2020).

Após a realização do primeiro momento investigativo, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória, e o número de itens foi reduzido para 19. Todos apresentaram um coeficiente alfa de Cronbach entre 0,56 e 0,86. Na sua versão final, a escala manteve os 19 itens divididos por 5 dimensões: As dimensões económica ($\alpha = .74$) e legal ($\alpha = .73$) formuladas por 3 itens cada uma, as dimensões ética ($\alpha = .77$) e ambiental ($\alpha = .89$) por 4 itens cada uma, e a dimensão filantrópica ($\alpha = .88$) por 5 itens (Davis, *et al.*, 2020). Todas as medidas de validação atingiram os critérios psicométricos estabelecidos, indicando uma boa consistência interna ($\alpha = .74$).

Os resultados foram recolhidos e validados junto de docentes e estudantes numa universidade espanhola, não se encontrando validada para a população portuguesa.

2.2.5. Questões Sociodemográficas

A última secção do questionário foi destinada às questões de natureza sociodemográfica. Os participantes foram inquiridos acerca de questões pessoais, tais como a idade o sexo; profissionais, tais como a tipo de organização a que pertencem e a sua antiguidade na mesma; e questões relacionadas com a RSO percebida, tais como se a organização possui ou não uma política ativa de responsabilidade social. Esta secção pode ser consultada em maior detalhe em anexo (Anexo F).

2.3. Procedimento

O questionário foi divulgado via e-mail e redes sociais, nomeadamente Facebook, LinkedIn e Instagram, onde o link do questionário foi disponibilizado.

O mesmo foi construído com recurso ao *software* Qualtrics, sendo constituído por uma folha de rosto de apresentação do estudo, docente e discente; instrumentos de medida dos constructos que integram o modelo; e questões sociodemográficas. A confidencialidade das respostas foi assegurada aos participantes e foram disponibilizados contactos para posteriores dúvidas ou questões.

CAPÍTULO 3

Resultados

Neste capítulo serão reportados os resultados, obtidos através da análise dos dados com recurso ao IBM SPSS Advanced Statistics 28.0, sendo inicialmente apresentados os índices de correlação de Pearson que poderão ser consultados na Tabela 3.1, assim como as respetivas médias, desvios-padrão e consistência interna de cada variável. O modelo foi analisado com recurso ao *software* PROCESS Macro, uma ferramenta que permite testar o efeito indireto condicionado (mediação-moderada) (Hayes, 2012).

As quatro hipóteses propostas foram testadas através de dois modelos distintos: primeiramente, foi utilizado o Modelo 4, que permite a testagem de um modelo com até 10 variáveis mediadoras; em seguida, foi o utilizado o Modelo 7, de modo a ser possível a introdução da variável moderadora no modelo e posterior análise das hipóteses referentes à mediação-moderada.

Tabela 3.1. Médias, desvios-padrão, correlações e consistência interna das variáveis

	<i>M</i>	<i>DP</i>	1	2	3	4	5	6	7
1. RSO	3.77	.65	(.89)						
2. RSO trabalhadores	4.02	.71	-	(.84)					
3. RSO comunidade e ambiente	3.37	.80	-	.69**	(.82)				
4. RSO económica	3.98	.73	-	.59**	.52**	(.53)			
5. RSI	3.86	.42	.25**	.19*	.21**	.31**	(.74)		
6. Identificação Organizacional	3.63	.81	.36**	.35**	.29**	.28**	.16*	(.84)	
7. Ajustamento Pessoa-Organização	3.63	.88	.69**	.70**	.55**	.53**	.29**	.57**	(.93)

* $p < 0.05$; ** $p < 0.001$; Entre parêntesis encontram-se os valores de Alfa de Cronbach

3.1. Análise das Associações

3.1.1. Perceção de Práticas de RSO – as suas dimensões

De acordo com a tabela 4.1. as correlações mais fortes que compõem o modelo estão associadas às três dimensões da RSO, assim como o Ajustamento Pessoa-Organização. A RSO para com

os trabalhadores está moderadamente associada à RSO para com a comunidade e o ambiente ($r=.69, p<.001$) e à RSO económica ($r=.59, p<.001$). As duas últimas encontram-se também moderadamente associadas ($r=.52, p<.001$). Verificamos que perceções positivas de RSO para com os trabalhadores estão associadas a perceções, também elas mais positivas, de RSO para com a comunidade e o ambiente e económica.

3.1.2. Restantes correlações

Também a variável RSI se encontra positivamente associada às três dimensões da Perceção de Práticas de RSO, sendo mais fraca a associação à RSO para com os trabalhadores ($r=.19, p<.05$), seguida da RSO para com a comunidade e o ambiente ($r=.21, p<.001$), e mais forte para a RSO económica ($r=.31, p<.001$). Também a relação da RSI com o próprio constructo RSO na sua globalidade ($r=.25, p<.001$) indica uma associação positiva e fraca.

Também as variáveis Identificação Organizacional e Ajustamento Pessoa-Organização registaram associações positivas e significativas com as restantes variáveis do modelo, podendo os resultados ser consultados na tabela 4.1. Não foram observadas correlações estatisticamente significativas das variáveis sociodemográficas com as variáveis de interesse.

3.1.3. Mediação

Primeiramente, a Hipótese 1 é corroborada dado que o efeito é positivo e significativo ($b = .15; t = 2.89; p < .001$), tal como podemos verificar na tabela 3.2.

Relativamente à Hipótese 2 o efeito da Perceção de Práticas de RSO na Identificação Organizacional é positivo e significativo ($b= .43; t = 5.02; p < .001$) e o efeito da Identificação Organizacional na Adesão a Práticas de RSI é negativo e não é significativo ($b = .04; t = 1.02; p = .31$). Relativamente ao efeito indireto, este não é significativo (efeito indireto = .02; 95% IC de -.02 a .06), pelo que a Hipótese 2 não é suportada pelos resultados obtidos.

Tabela 3.2. Resultados de regressão para o modelo de Mediação.

				<i>R</i> ²
Modelo 1:	<i>Outcome:</i> IO			.12
	Coef.	Erro-padrão	<i>t</i>	<i>p</i>
Perceção de Práticas de RSO	.43	.09	5.02	<.001
Modelo 2:	<i>Outcome:</i> Práticas de RSI			.27
	Coef.	Erro-padrão	<i>t</i>	<i>p</i>
Perceção de Práticas de RSO	.15	.05	2.89	<.001
IO	.04	.04	1.02	0.31
Bootstrapping para o efeito indireto				
	Coef.	Erro-padrão	LI 95% IC	LS 95% IC
Efeito indireto	.02	.02	-.02	.06

N = 190. Estão reportados os coeficientes não estandardizados. 5000 amostras bootstrap; LI – limite inferior; LS – limite superior; IC – Intervalo de confiança.

3.1.4. Mediação-Moderada

Na tabela 3.3 podem ser consultados os resultados referentes ao teste da mediação-moderada.

Relativamente à Hipótese 3 esta não é confirmada pelos resultados obtidos ($b = .08$; $t = 1.02$; $p = .31$).

Relativamente à Hipótese 4 é nos possível inferir que o efeito indireto condicionado da variável preditora na variável critério não é significativo ($B = .00$, Boot LLCI = $-.02$, Boot ULCI = $.01$). A hipótese não é confirmada.

Tabela 3.3. Resultados de regressão para o modelo de Mediação-Moderada.

R^2				
.31				
Outcome: IO				
	Coef.	Erro-padrão	<i>t</i>	<i>p</i>
Percepção de Práticas de RSO	-.36	0.28	3.06	.21
Ajustamento Pessoa-Organização	.25	.29	.85	.40
Interação (X x W)	.08	.08	1.02	.31

Mediadora: IO				
	Coef.	Erro-Padrão	LI 95% IC	LS 95% IC
-IDP	-.01	.01	-.03	.01
<i>M</i>	.00	.01	-.02	.01
+IDP	.00	.01	-.02	.02

N = 190. Estão reportados os coeficientes não estandardizados. 5000 amostras bootstrap; LI – limite inferior; LS – limite superior; IC – Intervalo de confiança.

Em seguida, o Modelo em estudo será novamente apresentado, agora completo com os respectivos coeficientes:

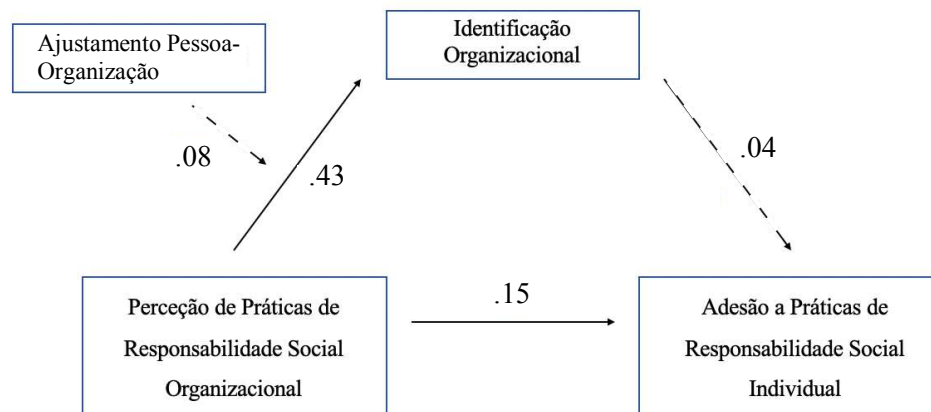


Figura 3.1 – Modelo suportado pelos resultados obtidos

CAPÍTULO 4

Discussão

Com a presente dissertação procurou-se estudar o impacto da Perceção de Práticas de RSO, por parte dos colaboradores, na sua consequente Adesão a Práticas de RSI no seu contexto extralaboral, isto é, na sua esfera pessoal. Também possíveis variáveis explicativas foram introduzidas no modelo de investigação, com o intuito de melhor explicar a relação principal anteriormente descrita, entre as quais a IO dos próprios colaboradores e o seu Ajustamento Pessoa-Organização enquanto possível potenciadora da relação entre a Perceção de Práticas de RSO e a variável mediadora.

De facto, os resultados obtidos e apresentados no capítulo anterior não validam todos os pressupostos defendidos ao longo deste trabalho. A Hipótese 1, que traduz a relação principal entre a Perceção de RSO e a Prática de RSI foi a única onde se verificou uma associação significativa e no sentido esperado. De facto, a relação entre estes dois constructos é complexa e, apesar de recente na literatura, a adesão a práticas de altruísmo, cidadania, consumo responsável e filantropia poderão ter diversos antecedentes, tanto com génese em variáveis de natureza interna como de natureza externa. O efeito spillover, uma teoria mencionada no capítulo teórico desta dissertação, procura perceber o impacto dos nossos comportamentos e sentimentos numa dimensão da nossa vida, neste caso a dimensão laboral, noutras esferas onde o indivíduo se insere, neste caso a sua vida extralaboral (Mennino *et al.*, 2005). O principal objetivo deste estudo era precisamente perceber qual um dos possíveis impactos da perceção de RSO numa organização na dimensão extralaboral dos colaboradores. Adicionalmente, a RSI é também posicionada enquanto motora e facilitadora da própria RSO, podendo indivíduos já anteriormente predispostos para a adesão a práticas deste foro na sua vida pessoal estar mais atentos a estas práticas por parte da organização onde se encontram inseridos (Davis *et al.*, 2017).

Por outro lado, a Hipótese 2, que traduz o poder de mediação esperado por parte da variável IO na explicação da relação principal, não foi suportada pelos resultados obtidos. Separando o efeito de mediação (ab) nas duas relações que o compõem, o primeiro (a) apresentou coeficientes significativos e no sentido esperado, isto é, a relação entre a Perceção de Práticas de RSO e a IO. De facto, vários estudos na temática da responsabilidade social apontam a IO como um dos vários produtos que a Perceção de RSO provoca no comportamentos e atitudes dos colaboradores, dentro do seu contexto laboral (Duarte, 2011).

De facto, tanto a percepção da RSO interna como da RSO externa estão positivamente relacionadas com uma maior identificação do indivíduo com a sua organização (Jacinto e Carvalho, 2009). Esta relação poderá ter origem tanto no orgulho sentido pelos colaboradores em pertencer à organização como no preenchimento de necessidades de significado e autoestima por pertencerem a uma organização bem reputada e moralmente responsável. No entanto, o efeito entre a IO e a Adesão a Práticas de RSI (o efeito b) não obteve valores significativos, sendo a relação quase inexistente. Tal como defendido na literatura existente acerca deste constructo, a Adesão a Práticas de RSI pode ter origem tanto em variáveis externas como internas, entre as quais a educação do indivíduo, a sua motivação, desejo por uma reputação desejável ou simplesmente por se considerar uma pessoa altruísta (Davis *et al.*, 2017). No presente estudo, a IO foi apontada como uma possível ponte entre a dimensão laboral do indivíduo e os valores que regulam o seu comportamento e motivação fora do trabalho. Em outros estudos, existem variáveis que cumprem o mesmo propósito e que poderão estar mais ligadas à componente individual e intrapsíquica do indivíduo, entre as quais os Valores de Autotranscendência do indivíduo, isto é, a sua predisposição para se preocupar com a sociedade em detrimento do egoísmo e pensamento individual. Um estudo realizado em 2016 aponta indivíduos que possuem estes valores como mais predispostos a percecionarem práticas de RSO, quando comparativamente a indivíduos que não os possuem (González-Rodríguez *et al.*, 2016). Esta variável de natureza individual poderia constituir um possível fator explicativo para a motivação e predisposição do indivíduo para aderir a práticas de RSI.

Relativamente às restantes hipóteses do modelo, a Hipótese 3 que traduz a relação de moderação, centrando o Ajustamento Pessoa-Organização enquanto possível condicionadora da relação entre a Percepção de Práticas de RSO e a IO, e a Hipótese 4 que refere o efeito de mediação-moderada, nenhuma das duas obteve resultados significativos. Este constructo encontra-se relacionado com a IO, mas diferencia-se desta na medida em que se foca no valor instrumental de “custos-benefícios” da relação entre o indivíduo e a organização (Pratt, 1998), tendo sido apontado como potencial moderador. Na presente dissertação, os resultados apresentados posicionam a Percepção de RSO no modelo enquanto variável preditora, na sua dimensão global, não diferenciando as três dimensões presentes na sua escala de medida (Duarte, 2011). Muitas vezes a RSO economia é percecionada pelos colaboradores de uma organização como uma obrigação e não um ato socialmente responsável, dado que inclui o esforço por ser lucrativa, pagamento atempado dos salários e obtenção de lucro, sendo estes aspetos ligados à própria génese e função de uma organização com fins-lucrativos (Turker, 2009). Deste modo, esta dimensão da RSO poderá não contribuir para a identificação ou

ajustamento de um indivíduo relativamente à mesma, visto que é vista como algo garantido e esperado. Excluir esta dimensão do constructo RSO ou simplesmente analisá-lo de forma tripartida poderia auxiliar-nos na perceção do impacto desta dimensão nas variáveis moderadoras e mediadoras. Adicionalmente, a consistência interna da variável Ajustamento Pessoa-Organização ($\alpha = .93$) obteve valores excessivamente elevados, o que se pode traduzir num erro de medida mais elevado e conseqüentemente a sua variabilidade poderá ter condicionado o poder dos testes estatísticos, não se verificando significância nos resultados obtidos (Maroco & Garcia-Marques, 2006).

4.1. Implicações Práticas e Teóricas

Só nos últimos 10 anos tem surgido interesse em estudar, ainda que de forma residual, a RSO e os seus impactos a um nível individual, sendo que apenas 4% das investigações se focam neste nível (Aguinis & Glavas, 2012). Apenas em anos mais recentes, o nível de análise utilizado neste estudo se tem tornado mais frequente (Aguinis & Glavas, 2019). O foco nos comportamentos e atitudes do indivíduo na sua componente extralaboral é ainda mais escassa (Davis *et al.*, 2017).

A Perceção de Práticas de RSO foi introduzida no modelo enquanto variável global, não existindo uma análise individual do poder explicativo de cada uma das suas três dimensões nas restantes variáveis. Também a RSI foi introduzida no modelo estatístico na sua dimensão global, não sendo diferenciadas as dimensões que a compõem. A relação entre estas duas variáveis é escassa na literatura, tendo o objetivo principal sido conceptualizar uma possível associação entre as duas variáveis de forma geral e global. O presente estudo procurou, portanto, estabelecer um ponto de partida para futuras investigações e abrir assim espaço para discussões futuras.

Neste sentido, e contrariamente ao exposto no enquadramento teórico do presente estudo, o Ajustamento Pessoa-Organização não verificou qualquer relação ou efeito com as restantes variáveis do modelo. Em termos de implicações práticas, será importante perceber se este constructo poderá ser melhor enquadrado através da repartição da RSO nas suas três dimensões, dada a sua relação controversa com a forma como contribuí para o ajustamento e identificação da pessoa com a sua organização (Turker, 2009).

No que toca a possíveis implicações práticas, é atribuída importância ao investimento, por parte das organizações, em práticas e iniciativas deste foro. Vários estudos comprovam que, aliados a diversos benefícios tais como uma melhor reputação e perceção da organização por parte dos consumidores, também os próprios colaboradores se sentem mais satisfeitos com o

trabalho, mais identificados com a sua organização e possuem uma menor intenção de *turnover*. Esta dissertação abre portas para o estudo continuado deste efeito nos comportamentos e atitudes dos colaboradores, nomeadamente no impacto das suas decisões na sua vida pessoal, isto é, na adesão a práticas de RSI. É, portanto, destacada a importância deste tipo de práticas e dos colaboradores enquanto um dos principais focos no desenvolvimento continuado desta temática (Werther & Chandler, 2011).

É também reforçada a ideia que existem outras possíveis variáveis que poderão explicar esta relação, nomeadamente constructos de natureza mais individual e centrados no próprio colaborador. Os seus Valores de Autotranscendência são uma possível variável que poderá explicar a ponte entre a perceção de práticas de RSO e a consequente adesão a este tipo de práticas fora do trabalho.

4.2. Limitações e Sugestões para Estudos Futuros

Primeiramente, é importante salientar que a amostra presente neste estudo foi obtida por conveniência, através de um questionário disponibilizado nas redes sociais. Por este motivo, os resultados podem não refletir tantas populações quanto esperado. Adicionalmente, a Escala de RSI utilizada nunca foi validada para a população portuguesa, encontrando-se apenas desenvolvida para a população espanhola.

Na secção de questões sociodemográficas presente no questionário, apenas 6.8% dos participantes refere ser envolvido sempre em práticas de RSO e 32.6% refere ser envolvido frequentemente. A maioria, 63.7% dos participantes, refere trabalhar numa organização com uma política de responsabilidade social. Apesar destes resultados representarem a maioria da amostra final, seria vantajoso num futuro estudo incluir apenas indivíduos que respeitam as condições referidas. Poderia ser pertinente comparar estes dois grupos, isto é, “trabalhadores que percecionam práticas de RSO e são incluídos nas mesmas” vs. “trabalhadores que não são incluídos nestas práticas e não estão a par destas políticas no seu local de trabalho”.

Adicionalmente, por se tratar de um estudo correlacional, a presente investigação possui algumas limitações, tais como a impossibilidade de estabelecer relações de causalidade entre as variáveis que compõem o modelo (Podsakoff *et al.*, 2012). Embora a Perceção de RSO tenha sido inserida no modelo enquanto precedente da IO, e por consequente da Adesão a RSI, o sentido inverso poderá também ser considerado. No futuro, de modo a colmatar esta limitação, poderão ser realizados estudos experimentais ou longitudinais.

Os resultados obtidos sugerem oportunidades para reflexão futura, nomeadamente no possível impacto das diferentes dimensões da RSO na RSI, e respetivas dimensões. Ambos os

constructos são multidimensionais e, estabelecida a existência de uma relação entre os dois, seria pertinente investigá-los de forma mais específica.

Em futuras investigações poderá ser atribuído um maior foco à procura de possíveis variáveis mediadoras e moderadoras na relação da RSO, sendo também importante perceber a forma como os colaboradores de uma organização atribuem sentido à RSO, por processos associados à procura de significado através da função laboral (Aguinis & Glavas, 2019). A inserção de variáveis centradas no indivíduo poderá constituir uma possível linha de investigação.

Por fim, dada a relação complexa entre a RSI e a RSO poderá ser interessante explorar esta área teórica colocando a primeira como variável preditora, dado que a RSI pode atuar enquanto motor e facilitador para as práticas deste foro por parte das organizações (Davis *et al.*, 2017). Isto é, poderão indivíduos eles próprios socialmente responsáveis perceberem mais facilmente estas práticas por parte da sua organização, que provocam nos mesmos, alterações comportamentais positivas (satisfação no trabalho, identificação organizacional, entre outros)?

4.3. Conclusões

O presente trabalho procurou contribuir para a temática da RSO, sendo o principal foco os seus contributos para os colaboradores. Diversas investigações têm-se focado nos seus benefícios profissionais, principalmente no que toca a comportamentos e atitudes positivas, tais como uma maior satisfação com o trabalho, menor intenção de turnover e uma maior identificação organizacional. A presente dissertação procurou acrescentar valor e investigar os possíveis *outcomes* resultantes da perceção destas práticas na vida extralaboral dos colaboradores, enquanto indivíduos inseridos numa comunidade, que podem ou não contribuir a favor da mesma.

As organizações possuem, portanto, um papel fulcral na nossa sociedade, influenciado a perceção, comportamentos e atitudes, tanto daqueles que as integram como dos consumidores e restantes *stakeholders*. Perceber como potenciar práticas socialmente responsáveis é uma prioridade na sociedade contemporânea, sendo crucial o estudo dos fatores que contribuem para a adesão a comportamentos de cidadania positivos. Esta temática tem sido cada vez mais abordada, direta ou indiretamente, dado os últimos anos de pandemia e guerras, sendo agora o momento certo para contribuímos para o trabalho já realizado nesta área.

Referências Bibliográficas

- Adecco (2015). 5º Informe “El ciudadano y la RSE”. Disponível em <http://www.fundacionadecco.es/data/SalaPrensa/SalaPrensa/Pdf/667.pdf> [acedido a 26.12.21]
- Aguilera, R., Rupp, D., Williams, C., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32, 836-863.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38 (4), 932– 968.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). On Corporate Social Responsibility, Sensemaking, and the Search for Meaningfulness Through Work. *Journal of Management*, 5(3), 1057– 1086.
- Anderson, W. T. & Cunningham, W. H. (1972). The socially conscious consumer. *Journal of Marketing*, 23-31.
- Bénabou, R. & Tirole, J. (2009). Individual and Corporate Social Responsibility. *Economica, New Series*, 77, 1-19.
- Boon, C. (2017). Person-organization fit. In D.C. Poff, & A. C. Michalos (eds.), *Encyclopedia of business and professional ethics*. Switzerland: Springer International Publishing, 1-3.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48.
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a definitional concept. *Business & Society*, 38, 268-295.
- Collier, J & Esteban, R. (2007). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business Ethics: A European Review*, 1, 19-23.
- Comissão Europeia. (2001). *Green Paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Brussels: EU Commission.
- Comissão Europeia. (2002). *Regional clusters in Europe*. Observatory of European SMEs.

- Davis, S. L., Rives, L. M. & Ruiz-de-Maya, S. (2017) Introducing Personal Social Responsibility as a key element to upgrade CSR. *Spanish Journal of Marketing*, 21, 146-163.
- Davis, S. L., Rives, L. M. & Ruiz-de-Maya, S. (2020). "Personal social responsibility: Scale development and validation, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28 (2), 763-775.
- Delgado, L. (2011). *A Familiaridade contribui para a eficácia da Atração de potenciais Colaboradores? O papel mediador das Perceções de Ajustamento à Organização e à Função*. Dissertação de Mestrado em Psicologia Social e das Organizações. Lisboa: ISCTE- IUL.
- Durif, F., Boivi, C., Rajaobelina, L. & François-Lecomte, A. (2011). Socially responsible consumers: Profile and implications for marketing strategy. *International Review of Business Research Papers*, 7 (6), 215-224.
- Duarte, A. P. (2011). *Corporate social responsibility from an employees' perspective: Contributes for understanding job attitudes*. Tese de Doutoramento em Psicologia Social e das Organizações. Lisboa: ISCTE-IUL.
- Duarte, A. P., Neves, J. & Ribeiro, N. (2019). *The role of perceived organizational support and person-organization fit in the relationship between corporate social responsibility and work engagement*. Comunicação apresentada no X Postgraduate Conference Management, Hospitality and Tourism. Portugal: Lisboa.
- Duarte, A. P. & Neves, J. (2009). *Relação entre responsabilidade social percebida e satisfação no trabalho: O papel mediador da imagem organizacional*. Comunicação apresentada no V PhD Meeting in Social and Organizational Psychology. Portugal: Lisboa.
- Duarte, A. P. & Neves, J. (2010). *O impacto da responsabilidade social nas atitudes dos colaboradores: Um estudo quase-experimental*. Comunicação apresentada no VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia. Portugal: Minho.
- Duarte, A. P. & Neves, J. (2014). *Relação entre responsabilidade social percebida e satisfação no trabalho: o papel mediador da imagem organizacional*. *Investigação e Intervenção em Recursos Humanos*.
- Duarte, A.P., Mouro, C. & Neves, J. (2010). Corporate social responsibility: mapping its social meaning. *Management Research*, 8(2), 101–122.
- Elkington, J. & Hailes, J. (1989). *The green consumer guide: From shampoo to champagne: High Street shopping for a better environment*. Ringwood, Victoria: Penguin.

- Godfrey, P. & Hatch, N. (2007). Researching corporate social responsibility: An agenda for the 21st Century. *Journal of Business Ethics*, 70, 87–98.
- Gomes, D., Duarte, A.P., & Neves, J. (2009). As orientações internas de responsabilidade social reduzem as intenções de turnover? *Turismo e Gestão: Inovação e empreendedorismo no contexto da economia empresarial* (pp.282-288). Faro: FDUALG.
- Gomes, G., Duarte, A.P. & Neves, J. (2014). Tell me your socially responsible practices, I will tell you how attractive for recruitment you are! The impact of perceived CSR on organizational attractiveness. *Téchne - Review of Applied Management Studies*, 12, 22-29.
- González-Rodríguez, M.R., Fernández, M.C.D. and Simonetti, B. (2016). Corporate social responsibility perception versus human values: A structural equation modeling approach. *Journal of Applied Statistics*, 43(13), 2396-2415.
- Duarte, A. P. (2014). *Psicossociologia do Trabalho e das Organizações*. Lisboa: Pactor.
- Hayes, A. F. (2012). PROCESS: A versatile Computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling. Recuperado de <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources. A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524.
- Jacinto, A. & Carvalho, I. (2009). Corporate Social Responsibility: The influence of organizational practices perceptions in employee's performance and organizational identification. In E. Morin, N. Ramalho, J. Neves & A. Savoie (Eds.), *New research trends in organizational effectiveness, health and work*. Quebec: Criteos.
- KPMG (2020). *The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. KPMG International.
- Kristof, A.L. (1996). Person-organization fit: an integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49, 1-49.
- Kristof-Brown, A.L., Zimmerman, R.D. & Johnson, E.C. (2005), Consequences of individuals' fit at work: a meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Lauver, K. J., & Kristof-Brown, A. (2001). Distinguishing between employees' perceptions of person–job and person–organization fit. *Journal of Vocational Behavior*, 59 (3), 454–470.
- Lee, L., Piliavin, J. A., & Call, V. (1999). Giving time, money, and blood: Similarities and differences. *Social Psychology Quarterly*, 62, 276-290.

- Lin, C., Lyau, N., Tsai Y., Chen W. & Chiu, C. (2010). Modeling corporate citizenship and its relationship with organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 357-372.
- Mael, F. & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13 (2), 103–123.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26, 117-127.
- Maroco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90.
- Mennino, S. F., Rubin, B. A., & Brayfield, A. (2005). Home-to-Job and Job-to-Home Spillover: The Impact of Company Policies and Workplace Culture. *The Sociological Quarterly*, 46 (1), 107–135.
- Miller, D. (1998). *A theory of shopping*. Cornell University Press.
- Neves, J. & Bento, L. (2005). Traditional values and the pressures of transformation. In A. Habish, J. Jonker, M. Wegner, & R. Schimper (Eds.), *Corporate social responsibility across Europe* (pp. 303-314). Hiedelberg: Springer Berlin.
- Noronha, A. M. (2013). *Responsabilidade social corporativa: impacto nos comportamentos de cidadania organizacional e identificação organizacional*. Dissertação de Mestrado em Psicologia dos Recursos Humanos, do Trabalho e das Organizações. Lisboa: Faculdade de Psicologia.
- Ostermeier, Kathryn & Soelberg, Craig & Sigdya, Pratigya & Xu, Lu. (2015). Individual Social Responsibility (ISR): An Antecedent to CSR and Intentions to Work.
- Peterson, D. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business and Society*, 43, 296-319
- Podsakoff, M. P., MacKenzie, S, B, & Podsakoff, N. P. (2012). Sources of Method Bias in Social Science Research and Recommendations on How to Control it. *Annu. Rev. Psychol*, 63, 539-569.
- Pratt, M. G. (1998). To be or not to be? Central questions in organizational identification. In D. A. Whetten, & P. C. Godfrey (Eds.), *Identity in organizations: Building theory through conversations* (pp. 171–207). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Roberts, J. A. (1996). Will the real socially responsible consumer please step forward? *Business Horizons*, 39 (1), 79-83.

- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V. & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior*, 27 (4), 537–543.
- Sen, S., Bhattacharya, C. B., & Korshun, D. (2006). The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: A field experiment. *Journal of the Academy of Marketing science*, 34 (2), 158-166.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, Social identity and Social comparison. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups*. London: Academic Press.
- Tajfel, H & Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. Austin & S. Worchel (Eds.), *Social psychology of intergroup relations*. Monterey, CA: Brooks Cole.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds) *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24) Chicago: Nelson-Hall.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411–427.
- Vicente, A., Rebelo, T. & Agostinho, C. (2011). Relação das práticas de responsabilidade social interna nas organizações com a satisfação no trabalho e intenções de saída: O papel mediador do ajustamento pessoa-organização. *Psychologica*, 55, 369-384.
- Waddock, S. (2008). The development of corporate social responsibility/corporate citizenship. *Organization Management Journal*, 5, 29-39.
- Werther, W. B., & Chandler, D. (2011). *Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment*. London: Sage Publications.
- Yan, J. & She, Q. (2011). Developing a trichotomy model to measure socially responsible behavior in China. *International Journal of Market Research*, 53 (2), 252-274.

Anexos

Anexo A – Folha de rosto do questionário

Caro (a) participante,

Enquanto aluno no Mestrado em Psicologia Social e das Organizações no ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa e, no âmbito da minha dissertação, encontro-me a realizar uma investigação que visa compreender uma reflexão dos trabalhadores acerca do envolvimento dos próprios e da sua organização em questões de responsabilidade social.

Todas as respostas dadas serão totalmente confidenciais, sendo utilizadas apenas para fins de análise estatística. Para que todas as respostas obtidas possam ser analisadas corretamente, solicita-se que responda imprescindivelmente a todas as questões de forma honesta. Não existem respostas corretas ou erradas.

O questionário tem uma duração de aproximadamente 10 minutos. A sua resposta é essencial para o resultado desta investigação.

Agradecemos a sua participação e tempo despendido, obrigado!

Francisco Pereira

fmdpa@iscte-iul.pt

Anexo B – Escala de RSO percebida

Pensando na sua organização e nas suas diferentes preocupações e atividades, indique o grau em que concorda ou discorda com cada uma das frases abaixo apresentadas. Utilize a seguinte escala de resposta:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo Totalmente
------------------------------------	----------------------	--	----------------------	------------------------------------

A sua organização ...					
... incentiva a formação profissional dos seus trabalhadores.	1	2	3	4	5
... desenvolve projetos de conservação da natureza.	1	2	3	4	5
... cumpre o código do trabalho.	1	2	3	4	5
... apoia eventos culturais e educativos.	1	2	3	4	5
... promove a igualdade entre homens e mulheres.	1	2	3	4	5
... promove o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar.	1	2	3	4	5
... apoia a integração profissional de pessoas com deficiência.	1	2	3	4	5
... desenvolve regras internas que orientam o comportamento dos colaboradores.	1	2	3	4	5
... apoia causas sociais.	1	2	3	4	5
... garante a segurança no emprego.	1	2	3	4	5
... dá donativos para associações de proteção da natureza.	1	2	3	4	5
... garante o pagamento atempado de salários e regalias.	1	2	3	4	5
... esforça-se por ser lucrativa.	1	2	3	4	5
... esforça-se por ser uma das melhores organizações do seu setor/área de atividade.	1	2	3	4	5
... apoia a criação e o desenvolvimento de empresas mais pequenas.	1	2	3	4	5
... apoia eventos desportivos.	1	2	3	4	5

Anexo D – Escala Identificação Organizacional

Tendo em conta a sua relação com a organização para a qual trabalha, indique o grau em que concorda ou discorda com cada das afirmações que se seguem. Utilize a seguinte escala de resposta:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo Totalmente
------------------------------------	----------------------	--	----------------------	------------------------------------

Quando alguém critica esta organização, sinto isso como um insulto pessoal	1	2	3	4	5
Estou verdadeiramente interessado(a) no que os outros pensam acerca desta organização	1	2	3	4	5
Quando falo desta organização digo mais vezes “nós” do que “eles”	1	2	3	4	5
O sucesso desta organização é o meu sucesso	1	2	3	4	5
Quando alguém elogia esta organização, sinto isso como um elogio pessoal	1	2	3	4	5
Se uma história na comunicação social criticasse a organização, sentir-me-ia embaraçado(a)	1	2	3	4	5

Anexo E – Escala de Ajustamento Pessoa-Organização

Tendo em conta a sua relação com a organização para a qual trabalha, indique o grau em que concorda ou discorda com cada uma das frases seguintes. Utilize a seguinte escala de resposta:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo Totalmente
------------------------------------	----------------------	--	----------------------	------------------------------------

Os meus valores pessoais são compatíveis ou ajustados a esta organização	1	2	3	4	5
Os valores desta organização refletem os meus valores pessoais	1	2	3	4	5
Os valores desta organização são semelhantes aos meus valores pessoais	1	2	3	4	5
Esta organização é compatível comigo	1	2	3	4	5
Esta organização preenche as minhas necessidades	1	2	3	4	5

Anexo C – Escala RSI

Pensando nos seus próprios comportamentos e nas suas diferentes preocupações e atividades, indique o grau em que concorda ou discorda com cada uma das frases abaixo apresentadas. Utilize a seguinte escala de resposta:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Não concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo Totalmente
------------------------------------	----------------------	--	----------------------	------------------------------------

Eu ...					
... colaboro com uma ONG	1	2	3	4	5
... apoio atividades sociais e culturais com tempo e dinheiro	1	2	3	4	5
... encorajo os meus amigos e família a participar em ações de caridade	1	2	3	4	5
... eu faço doações a instituições de caridade que apoiam causas sociais e ambientais	1	2	3	4	5
... esforço-me e disponho do meu dinheiro para ajudar os outros	1	2	3	4	5
... presto atenção a proteções ambientais e atos de consumo no meu dia-a-dia	1	2	3	4	5
... faço sacrifícios pessoais para reduzir a poluição	1	2	3	4	5
... parei de usar certos produtos devido a questões ambientais	1	2	3	4	5
... sinto que os meus valores éticos têm sido essenciais para agir corretamente na vida	1	2	3	4	5
... educo os meus filhos (ou educaria se os tivesse) acerca de questões éticas	1	2	3	4	5
... sinto que na minha família todos os membros foram educados para serem honestos com outras pessoas	1	2	3	4	5
... nunca magoei alguém, mesmo que pudesse ter beneficiado disso	1	2	3	4	5
... cumpro as minhas obrigações legais	1	2	3	4	5
... pago sempre os meus impostos	1	2	3	4	5
... tento sempre seguir a lei	1	2	3	4	5
... não consumo mais do que necessário	1	2	3	4	5
... compro produtos que sei que vou utilizar mais tarde	1	2	3	4	5
... não gasto mais do que aquilo que ganho	1	2	3	4	5

Anexo F – Questões sociodemográficas

Por fim, agradecemos que nos forneça alguns dados pessoais relacionados com o seu trabalho atual. Relembramos que as suas respostas são confidenciais e serão utilizadas apenas para fins estatísticos.

1. **Sexo:**

- Masculino
- Feminino

2. **Idade:** ____ anos.

3. **Escolaridade completa:**

- Ensino Obrigatório
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

4. **Experiência profissional:**

- Até 2 anos
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 5 e 10 anos
- Entre 10 e 20 anos
- Superior a 20 anos

5. **Há quantos anos exerce funções na sua organização atual?**

- ____ anos.

7. **Qual a situação contratual entre si e a sua organização atual?**

- Efetivo
- Contrato a termo certo / a prazo
- Estágio
- Trabalho temporário / *Outsourcing*
- Outra situação. Qual? _____

8. **Exerce um cargo de chefia?**

- Sim
- Não

9. **Atualmente, trabalha numa organização:**

- Pública
- Privada
- Público – Privada

10. **Trabalha numa organização:**

- Com Fins Lucrativos

- Sem Fins Lucrativos

14. Aproximadamente, qual a dimensão da organização onde está inserido?

- Até 9 colaboradores
- 10-50 colaboradores
- 51-250 colaboradores
- Mais de 250 colaboradores