

RESUMO

A identidade organizacional, que exprime os seus aspectos centrais, distintivos e duradouros, e a identificação organizacional, como percepção de singularidade e de pertença a uma organização, são constructos notáveis, especialmente pelos vários níveis de análise que possibilitam e pelo seu peculiar posicionamento nas organizações. As organizações são pessoas, o que torna ainda mais aliciante abordar e articular variáveis de natureza individual, grupal, organizacional e social. No estudo em apreço, utilizámos uma amostra de 443 militares da Marinha de Guerra Portuguesa com o intuito de estimar o impacto da identificação organizacional nas opções comportamentais dos seus membros (abandono, voz activa, negligência e lealdade) e na satisfação geral no trabalho, com a aproximação à identificação organizacional efectuada através das variáveis antecedentes: prestígio externo percebido, liderança, força da identidade organizacional, congruência de valores e incongruência da identidade organizacional. Em complemento, a hierarquização dos militares oferece a possibilidade de testar o efeito moderador do posicionamento hierárquico nas organizações. Por fim, e tendo em conta a particularidade da organização em estudo, relacionamos a identificação profissional com a identificação organizacional. Suportados na teoria existente, formulámos nove hipóteses relacionando variáveis antecedentes e consequentes da identificação organizacional. Os resultados obtidos confirmam a generalidade das hipóteses desenvolvidas de forma muito significativa, reiterando a importância da identidade e da identificação organizacional para a gestão estratégica de recursos humanos.

Palavras-chave: Identidade organizacional, identificação organizacional, identificação profissional, opções comportamentais.

Classificação do JEL: M12 – Personnel Management, D23 – Organizational Behavior, J24 – Human Capital, H83 – Public administration.

ABSTRACT

Organizational identity (OI) – expressing its central, distinctive, and enduring characteristics - as well as organizational identification (OID) - defined as a perceived singularity and belonging to an organization are remarkable constructs, mostly due to the various levels of analysis they enable, and their peculiar positioning in organizations. Organizations are people, which makes it even more attractive to articulate variables of individual, group, organizational and social nature. In the present study, we use a sample of 443 members (officers, petty officers and ratings) of the Portuguese Navy, in order to estimate the impact of the organizational identification in the behavioural options of its members (exit, voice, neglect and loyalty) and the overall job satisfaction, with the approach to organizational identification made through the antecedents variables: (1) perceived external prestige; (2) organizational identity strength; (3) leadership; (4) congruence of values; (5) organizational identity incongruence. In addition, the hierarchy of the military offers the opportunity to test the moderating effect of the hierarchical positioning in organizations. Finally, and taking into account the particularity of the organization in study, we relate professional identification to organizational identification. Based on the existing theory, we formulate nine hypothesis relating antecedents and consequences of organizational identification. The obtained results confirm most of the developed hypothesis in a very significant way, reinforcing the importance of organizational identity and identification for the strategic management of human resources.

Key-words: Organizational identity, Organizational identification, Professional identification, behavioural options.

JEL Classification System: M12 – Personnel Management, D23 – Organizational Behavior, J24 – Human Capital, H83 – Public administration.