

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS EMOÇÕES POSITIVAS EXPLICANDO A SATISFAÇÃO NO TRABALHO: UM ESTUDO APLICADO A INSTITUIÇÕES PARTICULARES DE SOLIDARIEDADE SOCIAL

**The social responsibility and the positive emotions explaining the job satisfaction:
An empirical study applied to private social solidarity institutions**

Cláudia Ribeiro

Portugal

claudiassribeiro@sapo.pt

Susana Leal

Escola Superior de Gestão e Tecnologia, e Centro de Investigação em Qualidade de Vida,
Instituto Politécnico de Santarém, Portugal

susana.leal@esg.ipsantarem.pt

Maria de Fátima Jorge

Universidade de Évora, Portugal

mfj@uevora.pt

RESUMO

Este trabalho testa empiricamente como as perceções de responsabilidade social e as emoções (positivas e negativas) explicam a satisfação com o trabalho. Testa igualmente o efeito mediador das emoções na relação entre as perceções de responsabilidade social e a satisfação com o trabalho.

O estudo foi aplicado aos colaboradores de 17 instituições particulares de solidariedade social do concelho de Santarém (Portugal). A amostra abarca 370 colaboradores (94,3% são do género feminino; 56% possuem habilitações ao nível do 9º ano, 23% do 12º ano e 21% do ensino superior; 12% ocupam cargos de chefia). Os inquiridos têm, em média, 42,76 anos (dp: 10,12) e trabalham na instituição, em média, há 9,39 anos (dp: 7,69).

O instrumento de recolha de dados referente às perceções de responsabilidade social foi adaptado de Rego, Leal e Cunha (2011), tendo sido retirados os itens que não se aplicavam ao setor de economia social (Leal, Ribeiro & Jorge, 2013). Os itens de emoções positivas e negativas foram retirados da escala de PANAS (*Positive and Negative Affect Schedule*; Watson, Clark & Tellegen, 1988). A satisfação com o trabalho foi medida com dois itens de Valentine e Fleischman (2008) e um de Nascimento (2011). As escalas de responsabilidade social e a das emoções foram submetidas a análises fatoriais exploratórias. Analisou-se a consistência interna das escalas e prosseguiu-se com análises de médias, correlações e regressões lineares hierárquicas. Nas

análises, controlou-se o efeito do género, idade, escolaridade, antiguidade e o exercer (ou não) cargos de chefia.

Os dados sugerem o seguinte: (a) as emoções positivas são positivamente influenciadas pelas perceções de responsabilidade social global (média dos cinco fatores que compõem a RS); (b) as emoções negativas são negativamente influenciadas pelas perceções de responsabilidade social global; (c) a satisfação global com o trabalho é positivamente influenciada pelas perceções de responsabilidade global e pelas emoções positivas; (d) as emoções negativas não influenciam de modo significativo a satisfação global das pessoas no trabalho; (e) as emoções positivas medeiam a relação entre as perceções de responsabilidade social e a satisfação no trabalho, o mesmo não acontecendo com as emoções negativas. As facetas de responsabilidade social que mais influenciam a satisfação são a relativa aos colaboradores, a económica e a legal.

Os resultados deste estudo podem ser utilizados na definição de uma política de gestão de recursos humanos que: valorize a conciliação da vida pessoal e profissional dos seus colaboradores; apoie os colaboradores que desejam adquirir formação adicional; encoraje os colaboradores a desenvolver as suas competências e carreiras; desenvolva um clima de trabalho propício às emoções positivas e que mitigue as negativas. Por outro lado, o respeito da legislação nomeadamente no que concerne à que regula a contratação e os benefícios dos trabalhadores, e a prestação de um serviço de elevada qualidade colocando as necessidades dos clientes no primeiro plano também contribuem para aumentar as emoções positivas e a satisfação das pessoas no trabalho.

Palavras-chave: Responsabilidade social, satisfação, emoções, economia social, instituições particulares de solidariedade social

ABSTRACT

This paper tests empirically how the social responsibility perceptions and the emotions (positive and negative) explain job satisfaction. It also tests the mediating effect of emotions in the relationship between perceptions of social responsibility and job satisfaction.

The study has been applied to employees from 17 private social solidarity institutions of Santarém county (Portugal). The sample encompasses 370 employees (of which 94,3% are female; 56% have nine years of schooling, 23% have twelve years of schooling, and 21% have a university degree; 12% occupy positions of leadership). The respondents are, on average, 42,76 years old (sd: 10,12) and they have worked in the institution, on average, for 9,39 years (sd: 7,69).

The social responsibility scale has been adapted from Rego, Leal and Cunha (2011), some items having been deleted because they do not apply to the reality of social economy sector (Leal, Ribeiro & Jorge, 2013). The scale of positive and negative emotions is from the PANAS scale (*Positive and Negative Affect Schedule*; Watson, Clark & Tellegen, 1988). The job satisfaction has been measured with two items from Valentine and Fleischman (2008) and one item from Nascimento (2011). The social responsibility and satisfaction scales have been submitted for exploratory factor analysis. In all statistical analyses the effect of gender, age, education, seniority, and positions of leadership has been controlled.

The data suggest: (a) the positive emotions are positively influenced by perceptions of global social responsibility (mean of the five social responsibility factors), (b) the negative emotions are negatively influenced by perceptions of global social responsibility; (c) the job satisfaction is positively influenced by perceptions of global social responsibility and by positive emotions; (d) the negative emotions do not significantly influence the job satisfaction; (e) the positive emotions mediate the relation between the perceptions of social responsibility and job satisfaction, the same not occurring with negative emotions. Job satisfaction is influenced by the following social responsibility factors: responsibility to employees, economic responsibility and legal responsibility.

The results could be applied to the human resources management policy, namely: to improve the conciliation between employee's private and working life; to support the employees who wish to acquire additional education; to motivate employees to develop skills and careers; to develop a work

environment that increases the positive emotions and mitigates the negative ones. On the other hand, the fulfilment of the law namely in human relations topics, providing superior service and keeping the customer's needs first could also improve the positive emotions at work and the job satisfaction.

Keywords: Social responsibility, satisfaction, emotions, social economy, private social solidarity institutions

REFERÊNCIAS

- Leal, S., Ribeiro, C. & Jorge, F. (2013). Instrumento de pesquisa das percepções de Responsabilidade Social adaptado a organizações de Economia Social. *III Congresso Internacional de Verão - Europa Cidadã: pessoas, empresas e instituições*, Universidade de Évora. RCAAP: <http://repositorio.ipsantarem.pt/handle/10400.15/851>
- Nascimento, J. (2011). *Influência do comprometimento organizacional nas estratégias comportamentais, mediada pelo comprometimento com os objectivos e pela satisfação global com o trabalho* (Tese de Doutoramento). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Rego, A.; Leal, S.; Cunha, M. Pina (2011). Rethinking the Employees' Perceptions of Corporate Citizenship Dimensionalization. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 207–218. DOI 10.1007/s10551-011-0899-5. <http://www.springerlink.com/content/f31017627x123501/>
- Valentine, S. & Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 159-172.
- Watson, D., Clark, L., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The Panas scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 1063-1070.