

MESTRADO EM ALIMENTAÇÃO COLETIVA

Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: Estudo numa Empresa de Restauração Coletiva

Ana Lucília Marçal Oliveira

M
2018





FACULDADE DE CIÊNCIAS DA NUTRIÇÃO E ALIMENTAÇÃO
UNIVERSIDADE DO PORTO

**Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: Estudo
numa Empresa de Restauração Coletiva**

Ana Lucília Marçal Oliveira

Porto, 2018

Título da Dissertação

“Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: estudo numa Empresa de Restauração Coletiva”

“Perception of Social Responsibility and Work Satisfaction: study in a Food Services Company”

Ana Lucília Marçal Oliveira

Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto
(FCNAUP)

Prof. Doutora Maria Cristina Thierstein Romão Duarte Teixeira Santos

Docente da FCNAUP

Prof. Doutora Diana Maria Veloso e Silva

Docente da FCNAUP

Dra. Natália Costa

Coordenadora de Qualidade e Segurança – Instituto Técnico de Alimentação Humana

Dissertação de candidatura ao grau de Mestre em Alimentação Coletiva apresentada à Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto

Ano de defesa, 2018

Dedicatória

Aos meus pais e avós, modelo de coragem e determinação, que sempre me
incentivam em todos os momentos da minha vida.

À Saulinha, força de natureza, minha inspiração constante....

Ao Zé António.....

Um sincero e repetido obrigado ☺

Agradecimentos

Nesta página da vida, tive um apoio bem presente daqueles que me são chegados mas também existiu, quem direta ou indiretamente estivesse comigo nesta viagem.

À Prof. Cristina Santos pela transmissão de saberes, tolerância, competência e profissionalismo.

À Prof. Diana Silva e Dra. Natália Costa, pelo profissionalismo e apoio nos momentos de maior fragilidade.

À Dra. Sofia Vilela pela compreensão e ajuda constante ☺

À FCNAUP, nomeadamente às pessoas que integram o MAC – Mestrado de Alimentação Coletiva.

Agradeço a todas as pessoas que envolvi ou que se envolveram neste projeto, desde a organização/empresa que mostrou boa vontade, amabilidade e disponibilidade em participar na investigação, aquelas que partilharam o estudo pelos seus meios de comunicação.

Agradeço à entidade patronal que sempre me deu garantias e hipóteses de conciliar trabalhos, assim como à minha EQUIPA DE TRABALHO ☺

Agradeço à minha família e ao Zé António, que mesmo nas alturas mais difíceis me fizeram sempre acreditar que iria conseguir chegar ao fim desta caminhada ☺☺

Resumo

A Responsabilidade Social (RS) tem sido adotada cada vez mais, por várias empresas, na medida em que transmite uma grande variedade de significados, resultante da natureza dinâmica para atender às exigências de mudança em ambientes mais ou menos complexos. Está relacionada positivamente com a satisfação no trabalho, na medida em que, quanto maior a satisfação com o trabalho, mais envolvimento existe com as práticas de RS. Não existe um facto único que esteja associado à satisfação, mas sim, uma panóplia de fatores, dependendo do ambiente e das condições de trabalho, assim como, da avaliação pessoal do trabalhador. O facto de existir satisfação ou insatisfação no trabalho leva a consequências que poderão ser benéficas ou prejudiciais quer para o indivíduo quer para a organização onde está integrado. As pesquisas revelam uma associação positiva das variáveis em diferentes segmentos de empresas e em países diferentes, o que fortalece a consistência do entendimento que as variáveis de RS e Satisfação no Trabalho se relacionam de forma positiva.

Pretendeu-se avaliar a perceção da responsabilidade social e a sua relação com a satisfação no trabalho em colaboradores de uma empresa de restauração coletiva. Para além deste objetivo, pretendeu-se avaliar qual a dimensão de RS mais relacionada com a satisfação no trabalho, assim como, se o nível de literacia do colaborador e/ou a função exercida se relacionaria positivamente com a perceção de RS.

Como ferramenta de trabalho foi construído um questionário constituído com duas versões, uma via “*on-line*”, outra via “suporte em papel”, dividido em três domínios: perceção de RS (Duarte 2009), satisfação no trabalho (Lima, L. *et al.* 1994), e dados sociodemográficos. A recolha de dados ocorreu num período de 4 semanas para

os colaboradores responderem via “*on-line*”, e posteriormente aplicou-se o mesmo questionário em suporte de papel a 2 unidades operacionais, selecionadas por conveniência. A análise dos dados obtidos foi efetuada com o auxílio do programa de análise estatística *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS 24.0 (SPSS INC. 2011, Chicago, Illinois, USA).

A amostra totalizou 225 colaboradores, sendo maioritariamente do sexo feminino, com idade média de 42 anos. Os resultados mostraram uma correlação positiva entre as 3 dimensões, sendo mais forte para as dimensões: ambiente e economia. Constatou-se que quanto maior a percepção da RS na dimensão ambiente maior a satisfação no trabalho.

Relativamente à associação entre as percepções de RS nas 3 dimensões e a satisfação no trabalho, verificou-se que as dimensões: colaboradores e ambiente associaram-se positivamente com maior satisfação no trabalho. Não se observou qualquer associação entre o nível de literacia, função exercida e percepção de RS. Porém, constatou-se que o grau de satisfação no trabalho varia de acordo com a categoria profissional exercida.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social, Satisfação no Trabalho, Dimensões de Responsabilidade Social, Colaboradores

Abstract

Social Responsibility (SR) has been increasingly adopted by several companies, in so far as it conveys a wide variety of meanings, resulting from the dynamic nature of meeting changing demands in more or less complex environments. It's positively related to job satisfaction, since the higher the satisfaction with work, the more involvement there is with SR practices. There is no single fact that is associated with satisfaction, but rather a panoply of factors, depending on the environment and working conditions, as well as personal evaluation of the worker. The fact that there is satisfaction or dissatisfaction in the work leads to consequences that can be beneficial or harmful for both the individual and the organization where it is integrated. The surveys reveal a positive association of the variables in different segments of companies and in different countries, which strengthens the consistency of the understanding that the variables of SR and Work Satisfaction are related in a positive way.

The aim was to evaluate the perception of social responsibility and its relationship with job satisfaction in employees of a food services company. In addition to this objective, it was intended to evaluate the SR dimension most related to job satisfaction, as well as whether the employee's level of literacy and / or the function performed would be positively related to SR perception. As a working tool, a questionnaire was constructed with two versions, one "on-line", another "paper support", divided in three domains perception of SR (Duarte 2009), satisfaction at work (Lima, L. et al. al.1994), and sociodemographic data. Data collection took place over a period of 4 weeks for employees to respond online, and the same paper-based questionnaire was then applied to 2 operational units, selected for

convenience. Data analysis was performed using the Statistical Package for the Social Sciences - SPSS 24.0 (SPSS INC. 2011, Chicago, Illinois, USA).

The sample consisted of 225 employees, mostly female, with a mean age of 42 years. The results showed a positive correlation between the three dimensions, being stronger for the dimensions: environment and economy. It was found that the greater the SR perception in the environment dimension, the greater the satisfaction at work. Regarding the association between SR perceptions in the three dimensions and job satisfaction, it was verified that the dimensions: employees and environment were positively associated with higher job satisfaction. There was no association between the level of literacy, exercised function, and SR perception.

However, it was verified that the degree of job satisfaction varies according to the professional category exercised.

Keywords: Social Responsibility, Job Satisfaction, Social Responsibility Dimensions, Employees

ÍNDICE

Dedicatória	iii
Agradecimentos	iv
Resumo	v
Abstract	vii
Lista de Abreviaturas/Siglas/Acrónimos	x
Lista de Gráficos e Lista de Tabelas	xi
Introdução	1
Objetivos	22
Material e Métodos	23
Resultados e Discussão	27
Conclusões e Investigação Futura	39
Referências Bibliográficas	41
Anexos	57
Anexo A.....	59
Anexo B	61
Anexo C.....	63

LISTA DE ABREVIATURAS/SIGLAS/ACRÓNIMOS

ADM – Administração

APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial

DC – Direção Comercial

DO – Direção Operacional

DQS – Direção de Qualidade e Segurança

EDP – Empregado (a) de Distribuição Personalizada

ER – Empregado (a) de Refeitório

GA – Gestor de Área

IC – Intervalo de Confiança

NP – Norma Portuguesa

RH – Recursos Humanos

RU – Responsável de Unidade

RS – Responsabilidade Social

TBL – *Triple Bottom Line* (Tripla dimensão)

TQU/TQA – Técnico de Qualidade de Unidade/ Técnico de Qualidade de Área

UO – Unidades Operacionais

VS – *Versus*

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Caraterização da amostra por sexo

Gráfico 2: Caraterização da amostra relativamente ao estado civil

Gráfico 3: Caraterização da amostra relativamente á nacionalidade

Gráfico 4: Caraterização da amostra relativamente ao número de dependentes a cargo

Gráfico 5: Caraterização da amostra relativamente á escolaridade

Gráfico 6: Caraterização da amostra relativamente ao vínculo profissional

Gráfico 7: Caraterização da amostra relativamente ao horário de trabalho

Gráfico 8: Caraterização da amostra relativamente á categoria profissional

Lista de Tabelas

Tabela 1: Categoria Profissional de acordo com o sexo

Tabela 2: Dimensões de RS e Satisfação no Trabalho de acordo com o sexo

Tabela 3: Correlação entre as dimensões de RS e Satisfação no Trabalho

Tabela 4: Associações entre a perceção de RS e Satisfação no Trabalho

INTRODUÇÃO

1. Evolução e perspetiva atual da Responsabilidade Social

A responsabilidade social era aceite como teoria na Europa e nos Estados Unidos desde o século XIX, uma vez que o direito de conduzir negócios de forma corporativa era uma questão de prerrogativa do Estado ou Monarquia e não um interesse económico privado. Os monarcas autorizavam os alvarás para as organizações que promettessem benefícios públicos como a exploração e a colonização do Novo Mundo ^(1,2,3).

No entanto, depois da Grande Depressão e Segunda Guerra Mundial, a ideia de que a organização deve responder apenas aos seus acionistas foi fortemente criticada ^(2,4). Neste sentido e devido à expansão da dimensão das organizações e do seu poder sobre a sociedade, as ações filantrópicas começaram a ser mais frequentes ^(5,6,7).

A responsabilidade social (RS) tornou-se, então, um conceito bem estabelecido através do qual as empresas integram preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas numa base voluntária ^(8,9,10).

A RS tem sido adotada cada vez mais, por várias empresas, investidores e escolas de gestão na primeira década do século XXI, enquanto a sociedade civil, as universidades e os meios de comunicação também se tornaram cada vez mais familiarizados com o tópico ^(11,12, 13).

Apesar de estar em voga, a RS continua a ser um conceito inerentemente complexo (14,15,5,16). Transmite uma grande variedade de significados, resultante de uma natureza dinâmica, dependente do contexto e da natureza holística da RS (17,18).

É um conceito dinâmico porque evolui constantemente para atender às exigências de mudança em ambientes complexos. É dependente do contexto uma vez que se baseia e precisa de ser incorporado em diferentes tradições históricas e culturais (19, 20).

A globalização, com a ausência de fronteiras, diminuição do tempo e do espaço e o surgimento de organizações transacionais, conduz a novas formas de atuação nas empresas tornando-se necessário ter uma compreensão das diferentes culturas que marcam o ambiente global (21 - 24). Diante deste cenário, a relação entre a empresa e os colaboradores vem mudando. Atualmente, estes exigem melhores condições de trabalho e para retê-los, as empresas precisam de encontrar melhor forma, reinventando situações e criando novas formas de retenção/fixação. Evidentemente, isso representa um grande desafio para as empresas e a área de recursos humanos tem um papel decisivo no alcance desse objetivo (25 – 29).

Em 2001 a Comissão Europeia lançou o Livro Verde – “promover um quadro europeu para a Responsabilidade Social das empresas” no qual apresenta a definição de RS mais comumente citada (30 - 34) :

“A responsabilidade social das empresas é essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. (...) Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que por seu turno, podem influenciar os seus resultados.”

A adesão das empresas europeias à RS foi motivada por:

- Novas preocupações e expectativas dos cidadãos, consumidores, autoridades públicas e investidores num contexto de globalização e de mutação industrial em larga escala;
- Critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento, tanto na qualidade de consumidores como na de investidores;
- A preocupação crescente face aos danos provocados no meio ambiente pelas atividades económicas;
- E a transparência gerada nas atividades empresariais pelos meios de comunicação social e pelas modernas tecnologias da informação e da comunicação.

O Livro Verde (2001) sintetiza ainda o que significa ser uma empresa socialmente responsável: “não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais - implica ir mais além através de um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais” (30 - 34).

De acordo com esta abordagem, a RS diz respeito a duas áreas de intervenção, a interna da empresa e a externa à empresa. A primeira contempla as atividades desenvolvidas no interior da empresa, como a promoção da segurança e saúde no trabalho e a preocupação com a gestão do consumo energético no processo produtivo. A segunda diz respeito a práticas relacionadas com os *stakeholders* externos como são a comunidade local, os parceiros comerciais, fornecedores e consumidores e a práticas relacionadas com os direitos humanos e preocupações

ambientais mais globais. Estas dimensões devem ser geridas de forma integrada tendo em conta o setor de atuação e o contexto cultural ^(30 – 35).

Inicialmente as empresas devem adotar uma declaração de missão e um código de conduta, definindo quais os seus objetivos, valores fundamentais e responsabilidades para com as diversas partes interessadas. Apenas depois devem passar à sua implementação em toda a organização ^(30 – 35).

Muito mudou na Europa e no Mundo na primeira década deste século XXI e a Comissão Europeia divulgou em 2011 uma nova comunicação sob o tema RS das empresas, tendo apresentado uma nova definição de RS: “a RS das empresas é «a responsabilidade das empresas pelo impacto que têm na sociedade»”. O respeito da legislação aplicável e dos acordos coletivos entre parceiros sociais é uma condição prévia para honrar essa responsabilidade. Para cumprir plenamente a responsabilidade social adotada, as empresas devem selecionar e implementar processos com o objetivo de integrar as preocupações de índole social, ambiental e ética, o respeito pelos direitos humanos e as preocupações dos consumidores nas respetivas atividades e estratégias em estreita colaboração com as partes interessadas a fim de:

- maximizar a criação de uma comunidade de valores para proprietários e acionistas, demais partes interessadas e para a sociedade em geral;
- identificar, evitar e atenuar os seus possíveis impactos negativos.

Neste enquadramento, uma abordagem estratégica da RS é cada vez mais importante para a competitividade das empresas, podendo trazer-lhes benefícios em termos de gestão do risco, redução de custos, acesso a capital, relação cliente, gestão de recursos humanos e capacidade de inovação ^(30 – 35).

Reconhecer o impacto da responsabilidade social nos colaboradores possibilita à área de recursos humanos transpor esses desafios, uma vez que estas práticas podem ter impacto nos colaboradores, como mostram alguns estudos ^(36 – 39). Estes autores indicam nas suas pesquisas que as formas como os colaboradores percebem as ações orientadas internamente pela responsabilidade social influenciam positivamente a percepção do suporte organizacional, fazendo com que a intenção de *turnover* seja diminuída. Outros apontam que a percepção que os colaboradores têm do envolvimento da organização nas dimensões de responsabilidade social se encontra positivamente associado aos seus níveis de satisfação no trabalho ^(40 – 44).

As práticas organizacionais desenvolvidas no âmbito das estratégias de RS têm vindo a ser organizadas em torno de duas dimensões, consoante o foco de ação. A dimensão interna que engloba todas as práticas e políticas de RS adotadas ao nível intra-organizacional, assumindo, o colaborador um lugar de preponderância. No seu seio incorpora questões relativas à gestão dos colaboradores e ao impacto ambiental decorrente do funcionamento da organização, iniciativas realizadas com vista à dignificação dos colaboradores, à promoção do equilíbrio trabalho-família e igualdade de oportunidades, ao desenvolvimento de competências e empregabilidade dos recursos humanos (RH), bem como iniciativas ao nível do investimento em sistemas de gestão ambiental ^(4, 45 – 51).

No que respeita à dimensão externa, esta tem um olhar inter-organizacional, voltada para a envolvente e para a interface organizacional, pese embora em continuidade com os seus processos internos, agrega um conjunto de práticas que abarcam questões relativas a *stakeholders* externos, designadamente, comunidades locais, clientes, parceiros comerciais e fornecedores. Também

projetos de solidariedade social, de conservação do ambiente ou de voluntariado empresarial são exemplos de práticas nesta dimensão ^(45 – 58).

A integração de práticas socialmente responsáveis nas estratégias das empresas materializam-se em ações que produzem benefícios sociais, extravasando o que é imposto por lei e os interesses económicos das organizações. Estudos recentes centram-se no potencial dos benefícios da responsabilidade social para as organizações e na relação entre a *performance* (desempenho) económica e a *performance* social ^(39, 58 – 60).

Nos dias de hoje, são diversas as empresas que investem numa relação ética, transparente e de qualidade com todas as partes interessadas ⁽⁶¹⁾. No entanto, grande parte dessas atitudes são pontuais e desconectadas da missão, visão, planeamento estratégico e posicionamento da empresa, não havendo um comprometimento efetivo com o desenvolvimento ⁽⁶²⁾.

Por conseguinte, tem havido um crescente número de empresas que promovem estratégias de responsabilidade social, investindo no seu futuro, tendo como objetivo um aumento da sua rentabilidade através deste investimento voluntário. Com esta consciencialização de que é necessário investir em responsabilidade social, cresce também a consciência de que esse investimento poderá revestir-se de valor económico para as empresas, podendo assim serem vistas estas práticas de responsabilidade social como um investimento a longo prazo ^(4, 10, 25, 32, 34, 35, 43, 45, 62).

Os estudos relacionados com a responsabilidade social relacionam-na com o envolvimento das organizações em práticas ao nível económico, social e ambiental. Segundo trabalhos realizados por diversos autores, uma empresa que tenha trabalhadores que percecionem um elevado envolvimento da organização em

práticas de responsabilidade social, terá trabalhadores mais satisfeitos e comprometidos com a organização ^(62 – 69).

É consensual que o conceito de responsabilidade social encontra-se profundamente ligado com questões filosóficas e normativas relacionadas com a área de negócio praticada no mercado por cada organização ^(68, 69). A dificuldade encontra-se na separação do que é meramente um ato de filantropia do que é realmente responsabilidade social, sendo que, o que nos é sugerido como forma de diferenciação, pela literatura, é o facto de a filantropia referir-se a atos pontuais e as práticas de responsabilidade social serem sistemáticas e fazerem parte integrante da estratégia da empresa ^(20, 66, 70, 71). Segundo Zenone, a filantropia é parte das ações socialmente responsáveis, englobando um vasto leque de questões que envolvem a gestão ⁽⁷⁰⁾.

O conceito RS tem por base a teoria dos *stakeholders*. Esta teoria defende que as empresas assumam uma postura de responsabilidade organizacional perante todos os grupos que podem afetar ou ser afetados pelas decisões e atividades da organização, encontrando o equilíbrio entre as necessidades e procura das diversas partes interessadas ^(3, 14, 23, 37, 56, 72). Foi com Freeman, que foi intitulada a *Teoria dos Stakeholders*, com um modelo de operacionalidade do conceito de desempenho social empresarial. Este autor retrata que a empresa deve ser dependente dos seus *stakeholders clássicos* (acionistas, empregados, fornecedores e clientes) e deve considerar as relações entre os mesmos, assim como, considerar grupos que têm relações não comerciais como grupos políticos ou a comunidade ⁽⁵⁵⁾.

A RS tem sido aceite em diversos países, contudo continuam a existir discussões/reflexões acerca do mesmo ^(73 – 76). Diferentes organizações têm

diferentes pontos de vista sobre a definição da RS, sendo que as definições convergem quando se fala da maximização de lucros, seguir determinados princípios morais ou cumprir as obrigações legais, não esquecendo os trabalhadores, a comunidade local ou a sociedade em geral, procurando contribuir para a qualidade de vida de cada um (4, 25, 35, 77 – 79).

As *performances* das organizações são afetadas pelas suas estratégias pela forma como atuam dentro e fora do mercado (28). Cada vez mais tem existido pressão por parte de vários grupos de interesse das organizações para que estas deem maior relevância às estratégias fora do mercado, sendo a *performance* organizacional na vertente social importante para capturar essas estratégias (72, 73, 76).

Uma organização socialmente responsável aceita as consequências das suas ações e toma consciência das suas obrigações para com todas as partes interessadas, sendo uma organização em que a sociedade confia e que tem uma postura ética (77). Segundo Michel e Lampert, a responsabilidade social passa pelo esforço que as empresas fazem em adotar comportamento éticos, dando qualidade de trabalho e de vida aos seus colaboradores, criando produtos e serviços de qualidade para os seus clientes, gerando progresso económico e um desenvolvimento sustentável junto da comunidade e ambiente envolvente (66, 68). Realçando esta informação, a ética está intrinsecamente relacionada com a RS. Não existe RS sem ética nos negócios, no entanto, uma empresa pode ser ética sem recorrer a práticas de RS (68, 80). O desafio das empresas está no gerar equilíbrio entre todas as suas responsabilidades e assim criar uma estratégia sem perder nenhuma das suas obrigações, sendo que este equilíbrio só é possível com investimento que só terá retorno a longo prazo (63, 67,80). Por tal, uma empresa que

queira ter sucesso a longo prazo, terá de investir na tripla dimensão - *Triple Bottom Line (TBL)*: económica, ambiental e social ⁽⁸¹⁾.

Este tipo de gestão socialmente responsável deverá ser uma gestão de longo prazo integrada na estratégia, visão e missão da organização, pois só assim acrescentará valor quer para a organização, quer para as partes interessadas. Ao criar valor económico, social e ambiental, as empresas podem valorizar a sua marca e fortalecer a sua participação no mercado ^(12, 13, 50, 53, 81, 82).

Uma empresa sustentável significa ser economicamente lucrativa, associada a uma postura ambientalmente adequada (de harmonia com a natureza) e socialmente responsável (mais justa, respeitando as diversidades).

Com base no conceito *TBL*, vários autores referem que a RS é holística pois abraça e conecta as questões de economia, sociedade e meio ambiente ^(12, 13).

As empresas da atualidade são agentes transformadores que interferem sobre os recursos humanos, a sociedade e o meio ambiente, possuindo concomitantemente recursos financeiros, tecnológicos e económicos. Neste contexto, as empresas procuram contribuir de algum modo para o fortalecimento destas áreas, com posturas éticas, transparência e justiça social. Não existe uma lista inflexível de ações que uma empresa deve seguir para ser socialmente responsável, assim sendo, não existe uma definição consensual ^(18, 73).

A RS envolve uma gestão empresarial mais transparente e ética e a inserção de preocupações sociais e ambientais nas decisões e resultados das empresas.

Martinelli, defende que a prática de ações de RS podem trazer à organização diversas vantagens, como, valor associado à sua imagem, desenvolvimento de lideranças mais conscientes e socialmente responsáveis, reconhecimento e orgulho pela participação em projetos sociais, a melhoria do ambiente

organizacional e da satisfação e motivação resultantes do aumento de autoestima entre outros ganhos ^(59, 63).

Souza e Laros, afirmam que as empresas que conseguem atingir o sucesso são aquelas capazes de agregar valor à sociedade, logo, desenvolver um trabalho social facilita o processo de assegurar não apenas o respeito dos consumidores, como também dos colaboradores, que uma vez mais satisfeitos no seu trabalho terão, conseqüentemente, maior produtividade ⁽⁸³⁾.

2. Referenciais Normativos da Responsabilidade Social

Assistimos ao crescimento da preocupação das empresas na defesa de causas sociais e à implementação de sistemas de responsabilidade social informais levando a que muitas empresas tenham adotado e implementado práticas de RS, como resposta às exigências de mercado, clientes ou distribuidores demonstrando às várias partes interessadas o comprometimento com colaboradores, ambiente e sociedade, apesar de não terem o sistema de RS formalmente certificado.

O compromisso com a ética e com a responsabilidade social são exigências das grandes marcas internacionais para com os fornecedores, levando assim a que tenham surgido inúmeros códigos de conduta das marcas e distribuidores, exigindo que as organizações envolvidas na cadeia de fornecimento os implementem e demonstrem que desenvolvem atividades em prol da construção de uma empresa mais responsável.

A Organização Internacional de Normalização (ISO), define “norma” como um documento que fornece requisitos, especificações, diretrizes ou características que podem ser usados de forma consistente para assegurar que os materiais, os

produtos, os processos e os serviços são adequados para o propósito de uma organização. A normalização em RS tem vindo a assumir um papel relevante no contexto internacional e nacional, enquanto instrumento cujo intuito é o de alinhar as práticas das organizações com um novo modelo de desenvolvimento assente na ética e no diálogo com os *stakeholders* (27, 35, 67, 84).

Neste sentido, procede-se a uma breve descrição das normas mais usadas em RS.

❖ **NP 4460 – Ética nas Organizações**

A NP 4460 - 1:2007 (Parte I), é uma norma guia, não certificável, elaborada pela Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) enquanto Organismo de Normalização Sectorial para as áreas da Ética Empresarial e Responsabilidade Social. Sendo uma norma verificável, não pretende certificar a ética de uma organização. Segue o ciclo de Deming ou ciclo PDCA (*Plan – Do - Check – Act*) dando ênfase à fase do planeamento e elaboração do código de ética.

A NP 4460 - 2:2010, assume-se como um guia prático de interpretação da parte 1, em que para cada ponto da norma, é descrito qual a sua intenção, quais os seus benefícios e quais os potenciais riscos.

Estas duas normas complementam-se e têm a finalidade de serem ferramentas práticas para melhorar o desempenho ético das organizações, qualquer que seja a sua génese, propósito ou sector de atividade (85, 86).

❖ **SA 8000 – Responsabilidade Social**

É uma norma internacional, certificável, publicada pela *Social Accountability International* (SAI).

Reflete as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (O.I.T), a declaração Universal dos Direitos do Homem, Convenções das Nações Unidas e Pactos Internacionais. Tem como objetivo fornecer um padrão de atuação relativamente à proteção dos trabalhadores de uma organização e da sua cadeia de fornecedores. A sua estrutura é composta por nove áreas temáticas: trabalho infantil; trabalho forçado e compulsório; saúde e segurança; liberdade de associação e direito à negociação coletiva; discriminação; práticas disciplinares; horário de trabalho; remuneração e sistemas de gestão ⁽⁸⁷⁾.

❖ **NP 4469 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social**

A NP 4469 - 1:2008 (Parte I), é uma norma nacional, de requisitos, certificável, também elaborada pela APEE. De acordo com esta norma, a Responsabilidade Social, numa organização consiste no assumir a responsabilidade pelos impactos das suas decisões, atividades e produtos, fomentando um comportamento ético e transparente, consistente com o desenvolvimento sustentável e a procura pelo bem-estar da sociedade, tendo em consideração as necessidades e expectativas das sua partes interessadas. Esta norma defende que a RS deve ser desenvolvida através de dois ciclos; um ciclo de gestão estratégica, que deve incluir a definição de valores e princípios da organização, o compromisso da gestão de topo; a definição da Política de RS, a identificação dos aspetos de RS e a interação com as partes interessadas e um ciclo de gestão operacional, baseado no ciclo da melhoria contínua de Deming (ciclo PDCA) que deverá permitir a concretização da Política de RS previamente definida e monitorizada dos aspetos de RS identificados ⁽⁸⁸⁾.

A NP 4469 - 2:2010 (Parte2) é um guia prático que apresenta a intenção de cada requisito, de modo a explicar a razão da sua existência e permite às organizações autodiagnosticar o nível de aplicação da norma ⁽⁸⁹⁾.

❖ **ISO 26000 – Linhas de orientação da Responsabilidade Social**

É uma norma não certificável, mas permite a utilização da frase “A empresa rege-se pelos princípios da ISO 26000”. As suas recomendações não devem ser encaradas como requisitos; incentiva o ciclo de Deming apesar de não ser uma norma de sistema de gestão. Tem como objetivo auxiliar as organizações a contribuírem para o Desenvolvimento Sustentável, encorajando a agir para além da conformidade legal. Foca-se em sete temas, desde os direitos humanos até à comunidade (RS interna e externa e, por isso, mais abrangente e inovadora); destina-se a ser utilizada como guia e não como suporte à certificação ⁽⁹⁰⁾.

❖ **Accountability 1000 (AA1000)**

Conjunto de normas contendo princípios base para auxiliar as organizações a tornarem-se mais respeitáveis, responsáveis e sustentáveis. A série de normas é baseada nos seguintes princípios:

- Princípio de inclusão – as pessoas devem ter uma palavra nas decisões que têm impacto sobre elas;
- Princípio de relevância – os decisores devem identificar e ser claros sobre as matérias em causa;
- Princípio de responsabilidade/resposta – as organizações devem ser transparentes nas suas ações e decisões;

A série AA1000 é constituída por 3 referenciais relevantes:

- *AA1000 Accountability Principales Standard* (AA1000APS 2008): fornece uma estrutura para uma organização identificar, priorizar e responder aos desafios da sustentabilidade;
 - *AA1000 Assurance Standard* (AA1000AS 2008): foi desenvolvida para assegurar a credibilidade e a qualidade do desempenho sustentável e da elaboração de relatórios de sustentabilidade;
 - *AA1000 Stakeholder Engagement Standard* (A1000SES 2011); fornece uma estrutura para ajudar as organizações a garantirem processos de envolvimento das partes interessadas, para que as partes interessadas tenham uma relação *win win*.
- Referencial utilizado para verificação de relatórios de sustentabilidade emitidos pelas organizações para demonstrar o seu compromisso com a sustentabilidade⁽⁹¹⁾.

3. Satisfação no Trabalho

A satisfação no trabalho tem sido explicada de diferentes formas dependendo do referencial teórico escolhido. Frequentemente os conceitos explicam a satisfação como sinónimo de motivação e atitude e, ainda, os que consideram insatisfação como oposto de satisfação^(92 – 94).

Locke (1976) considera que a satisfação é um estado emocional relativamente ao trabalho que é influenciado quer por experiências quer por emoções negativas ou positivas⁽⁹⁵⁾. Por outro lado, Fischer e Paraguay (1989) consideram que a satisfação no trabalho diz respeito à integração, autonomia, motivação, envolvimento e utilização das capacidades físicas e mentais⁽⁹⁶⁾. Weiss (2002), considera que a satisfação no trabalho é uma atitude, havendo uma avaliação dos

aspectos envolventes do local de trabalho de acordo com as expectativas e aspirações dos trabalhadores ⁽⁹⁷⁾.

De acordo com Duarte (2011), existem duas vertentes relativas à definição de satisfação no trabalho, uma de cariz afetivo e a outra de cariz cognitivo ^(50, 51).

Numa perspetiva multidimensional, a satisfação no trabalho compreende fatores associados ao trabalho, os quais poderão ser a remuneração, as perspetivas de promoção, os colegas, os supervisores, o trabalho em si, as condições de trabalho, a gestão de topo, entre outros fatores. Somando todos os critérios descritos teremos o grau de satisfação geral dos trabalhadores ^(98, 99).

Alguns autores concluíram que os trabalhadores olham mais para o ambiente geral da empresa/organização do que para detalhes específicos quando atribuem os motivos que permitem a sua satisfação no trabalho ⁽¹⁰⁰⁾. Outros consideram que o nível de satisfação depende da diferença entre o atual e o retorno esperado, sendo que quanto menor essa diferença, maior a satisfação do colaborador ⁽¹⁰¹⁾.

As organizações que reconhecem e recompensam os valores dos trabalhadores que são consistentes com os valores intrínsecos da própria organização, tendem a ter trabalhadores com um maior grau de satisfação no trabalho ⁽⁹⁹⁾.

Uma abordagem alternativa é proposta Koh e Boo, 2001, com base no pressuposto de que existem necessidades humanas básicas e universais e que se estiverem preenchidas as necessidades do individuo na situação “atual”, então o individuo será feliz. Este quadro postula que a satisfação no trabalho depende do equilíbrio entre *inputs* – como a educação, duração do trabalho, esforço – e *outputs* – os salários, benefícios extras, estatuto, condições de trabalho. Se os *outputs* aumentam relativamente aos *inputs* a satisfação profissional irá aumentar ⁽¹⁰²⁻¹⁰⁶⁾.

Alguns autores, definem a satisfação no trabalho como sendo os sentimentos ou respostas afetivas provocadas pelas condições situacionais ⁽¹⁰⁶⁾. Dizer que a satisfação no trabalho é uma atitude sobre o trabalho e dizer que é uma resposta afetiva ao trabalho tem para muitos o mesmo significado, contudo tais sugestões não estão corretas visto que o constructo de cada uma das asserções é distinto.

A satisfação no trabalho é de facto, uma atitude de trabalho, porém, uma atitude não é uma reação afetiva. Uma atitude é uma avaliação ou um julgamento avaliativo em relação a um objeto atitudinal ⁽⁹⁷⁾.

Existem dois grandes conjuntos de variáveis que promovem a satisfação no trabalho: as que têm natureza individual e as que têm natureza disposicional, sendo exemplos o *locus* de controlo e a afetividade negativa ⁽⁹⁸⁾.

A satisfação no trabalho encontra-se relacionada com o tratamento de justiça e de respeito a que um trabalhador se submete ⁽¹⁰⁷⁾. O processo de satisfação no trabalho é dinâmico e envolve desde as características pessoais, situações de trabalho, expectativas, necessidades e motivações ⁽¹⁰⁸⁾.

Várias discussões acerca da satisfação no trabalho incluem a relação existente entre a satisfação global e a faceta da satisfação, no entanto, o autor Weiss (2002), contrariamente ao apresentado por outros autores, considera que não existem facetas de satisfação no trabalho, existindo apenas objetos distintos no ambiente de trabalho, os quais os trabalhadores avaliam, tomando uma posição sobre os mesmos. Segundo o autor, as facetas de satisfação não são mais do que as avaliações que fazemos de diferentes aspetos da experiência laboral ⁽⁹⁷⁾.

Um estudo, realizado em 1998 por Weiss *et al.*, mostra que as “tradicionais” facetas de satisfação podem ser divididas em termos de concretização e abstração em relação ao objeto a ser avaliado, sendo que objetos concretos são objetos que

podem ser caracterizados como “reais” uma vez que os mesmos têm mais do que uma existência concetual (colegas de trabalho ou supervisores), enquanto os objetos abstratos são objetos que não são tangíveis sendo mais concetuais (ex.: oportunidades de carreira) ^(97, 109).

Os determinantes ou as causas para a satisfação no trabalho podem ser divididas em dois grupos distintos: pessoais e organizacionais. O primeiro grupo caracteriza-se por fatores demográficos como: idade, género, habilitações, tempo de serviço, estado civil, e, diferenças individuais tais como, afeto positivo e *locus* controlo. O segundo grupo caracteriza-se por fatores como salário, trabalho em si, perspetivas de carreira, estilo de chefia, colegas e condições físicas ^(83, 78, 109).

Como consequência da falta de satisfação ou insatisfação no trabalho, podem-se observar alguns efeitos nas dinâmicas das empresas. Destacam-se efeitos como a rotatividade, absentismo, desempenho profissional, *burnout*, satisfação com a vida, bem-estar físico e psicológico ^(97, 102, 106).

A satisfação no trabalho e a capacidade para o trabalho constituem fatores essenciais para os trabalhadores. Uma maior satisfação no trabalho, sem ansiedade e sem medo, faz com que o trabalhador encontre significado na sua atividade laboral e apresente atitudes e comportamentos positivos de na vida. Atualmente as empresas possuem o conhecimento necessário para compreender que o capital humano é um fator diferencial nas organizações e, manter esse capital motivado e satisfeito não é uma tarefa fácil, uma vez que os objetivos e as necessidades mudam consoante as pessoas. A busca pelo aperfeiçoamento desse conhecimento e o reconhecimento dos fatores que proporcionam a satisfação dos trabalhadores deve ser uma procura constante, visto que ao reconhecê-los se abre

a possibilidade de intervenção, criando oportunidades de gerar motivação em contexto laboral ^(101 – 109).

Não existe, pois, um facto único que esteja associado à satisfação, mas sim, uma panóplia de fatores, dependendo do ambiente e das condições de trabalho, assim como, da avaliação pessoal do trabalhador. O facto de existir satisfação ou insatisfação no trabalho leva a consequências que poderão ser benéficas ou prejudiciais quer para o indivíduo quer para a organização onde está integrado ^(105, 110, 111).

4. Relação entre Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho

A Satisfação no Trabalho sendo uma variável amplamente estudada, a investigação da sua relação com a RS é recente. Contudo esta investigação já revela uma associação positiva entre as duas variáveis, em estudos com amostras diversificadas.

Em 2010 foram vários os autores que investigaram esta relação. Duarte *et al.*, investigaram a relação entre RS de uma organização e as atitudes de trabalho dos colaboradores, concluindo que essas variáveis mantêm uma relação causal positiva, onde o nível de envolvimento em práticas de RS da empresa influencia a satisfação dos colaboradores e a implicação afetiva destes para com a empresa ^(48, 49). Já Souza & Laros, realizaram um estudo com 5.990 trabalhadores de 103 empresas, com o objetivo de identificar as variáveis explicativas que afetam a percepção da satisfação dos trabalhadores de empresas em relação às ações de RS, com vista à melhoria de qualidade de vida dentro do trabalho. Foi revelado, que do ponto de vista dos funcionários, as ações de RS da empresa, influenciam o

nível de satisfação dos trabalhadores, sendo as ações de gestão as mais significativas para a percepção de um bom ambiente de trabalho ⁽⁸³⁾.

Os efeitos positivos são também percebidos nas variáveis educação, saúde e ações sociais. Observou-se também que a percepção de satisfação com as condições de trabalho é inversamente proporcional ao grau de escolaridade e tamanho da empresa e é menor entre os homens ⁽¹¹²⁾.

Há evidências de uma relação positiva entre a percepção da RS por parte dos colaboradores e a satisfação no trabalho ⁽¹¹³⁾. De acordo com o estudo, quanto maior a satisfação dos funcionários com o trabalho, mais envolvimento com as práticas de RS da empresa apresentam. Para além destas conclusões, também se verificou que as empresas que investem pouco em RS, apresentam colaboradores mais insatisfeitos com os diversos aspetos do trabalho ⁽¹⁰⁾.

Num, outro estudo, com 442 colaboradores pertencentes a 20 empresas do sector industrial português, evidenciou-se que a dimensão interna de RS das empresas tem um impacto positivo, e estatisticamente significativo, na satisfação no trabalho e um efeito negativo, e estatisticamente significativo, nas intenções de saída dos colaboradores ⁽³⁵⁾.

As pesquisas revelam a associação positiva das variáveis em diferentes segmentos de empresas e em países diferentes, o que fortalece a consistência do entendimento que as variáveis de RS e satisfação no trabalho se relacionam de forma positiva.

5. Enquadramento e Justificação do Trabalho

O tema da Responsabilidade Social tem vindo a ganhar cada vez mais notoriedade. A RS é muito mais do que um custo, uma restrição, ou uma ação de caridade. É uma fonte de oportunidade, de inovação uma vantagem competitiva. As atividades de RS devem estar relacionadas com a estratégia e com as operações da empresa. O teste essencial que deve guiar a RS não é se a causa é digna, mas se apresenta oportunidade para criar valor partilhado, ou seja, um benefício significativo também para a sociedade, que é preciosa para o negócio.

Cada vez mais empresas reconhecem que a RS faz parte da sua estratégia e identidade, publicando relatórios de sustentabilidade assumindo o compromisso com as partes interessadas. Deste modo, a RS não deve ser vista como uma moda, mas deve estar presente na estratégia de uma organização e ser demonstrada de forma contínua e permanente.

A empresa onde se realizou o estudo, possui mais de mil clientes a nível nacional, em diversos sectores de atividade (saúde, educação, empresas, serviços sociais, etc.) e serve mais de 14 milhões de refeições por ano. Como fornecedora em todo o território nacional, está dividida em duas delegações, Norte (a norte do rio Mondego) e Sul (a sul do rio Mondego incluindo Açores e Madeira), com sedes localizadas no Porto e Lisboa, respetivamente. O quadro de pessoal da empresa é composto por cerca de 2500 colaboradores. É uma empresa certificada pelas normas NP EN ISO 9001:2015 (Qualidade), NP EN ISO 14001:2015 (Ambiente), NP EN ISO 22000:2005 (Segurança Alimentar), OSHAS 18001:2007 / NP4397:2008 (Segurança e Saúde no Trabalho), NP4457:2007 (Desenvolvimento e Inovação), NP4469 - 1:2008 (Responsabilidade Social), pela Associação

Portuguesa de Certificação (APCER) e em Formação pela Direção Geral do Emprego e das Relações do Trabalho (DGERT).

Como prestadora de serviços, a empresa assume um papel na sociedade, sustentado num conjunto de princípios de atuação no âmbito da RS que visam a garantia de todos os direitos sociais, igualdade de oportunidades, cooperação com instituições, tendo em vista a construção de uma sociedade mais justa e responsável.

É interesse desta empresa, conhecer e perceber se as ações de RS influenciam a Satisfação no Trabalho dos seus colaboradores.

OBJETIVOS

O objetivo geral deste estudo foi:

- Avaliar a relação entre a percepção da Responsabilidade Social e a Satisfação no Trabalho em colaboradores de uma empresa de Restauração Coletiva.

Os objetivos específicos visaram:

- Avaliar qual a dimensão de Responsabilidade Social está mais relacionada com a Satisfação no Trabalho;
- Avaliar se o nível de literacia do inquirido ou a função exercida na empresa, se relaciona positivamente com a percepção da Responsabilidade Social.

A linha metodológica delineada foi:

- Fazer uma revisão bibliográfica da literatura científica com enfoque na Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho;
- Analisar referenciais normativos da Responsabilidade Social;
- Conhecer/Estudar o contexto das práticas de Responsabilidade Social implementadas na empresa - NP4469 - 1:2008 (Responsabilidade Social);
- Contruir ferramentas de trabalho – questionário de aplicação direta via “*on-line*” e aplicação indireta via “suporte em papel”;
- Aplicar os questionários em suporte papel em Unidades Operacionais;
- Criar base de dados para tratamento e análise de dados.

MATERIAL E MÉTODOS

Este capítulo descreve o caminho percorrido no desenvolvimento do estudo e, apresenta a metodologia necessária para alcançar os objetivos propostos.

Tipo de estudo: O estudo realizado foi do tipo transversal, analítico com uma abordagem quantitativa (inquérito por questionário), para avaliar a relação entre a percepção da RS e a Satisfação no Trabalho em colaboradores de uma empresa de Restauração Coletiva, procurando precisão e objetividade, bem como, possibilitar a comparação, a reprodução e a generalização para situações semelhantes.

Duração do estudo: Os questionários via “*on-line*” foram colocados á disposição dos colaboradores, através de um *link*, no período de 14 de maio a 14 de junho de 2018. Os questionários via “suporte papel” foram efetuados no período de 14 de junho a 21 de junho de 2018.

População objeto do estudo: Colaboradores de uma empresa de restauração coletiva

Técnica de obtenção da informação:

Foram estabelecidos contactos, telefónicos e por correio eletrónico, com a direção da empresa, tendo-lhes sido esclarecido os objetivos do estudo, bem como o procedimento de recolha dos dados. Tendo sido aprovada a realização do estudo os dados foram recolhidos através de um questionário especialmente construído para este estudo com duas versões, uma “*on-line*”, outra “suporte papel” (Anexo A e Anexo B). Ao longo de 4 semanas, o envio das respostas via “*on-line*” foi

acompanhado, sendo realizado o reforço na comunicação, solicitando que aqueles que ainda não tinham respondido e estivessem interessados em colaborar, o questionário ainda estaria disponível. Foi garantido o anonimato e confidencialidade dos dados. Posteriormente, e após autorização superior, foram selecionadas duas unidades operacionais, onde se aplicou o questionário via “suporte papel”, com o intuito de averiguar respostas de colaboradores com categorias profissionais operacionais, a fim de aumentar e diversificar a amostra, na medida em que a proporção de participação via “on-line”, se esperava e foi reduzida.

Recolha da informação e metodologia aplicada:

O questionário construído (Anexo C), foi dividido em três domínios de acordo com as variáveis a estudar:

- Perceção da Responsabilidade Social: mede a perceção dos colaboradores em relação ao envolvimento da empresa na qual trabalham, relativamente às práticas de responsabilidade social sendo dividida em três dimensões: dimensão da responsabilidade social perante os colaboradores; dimensão da responsabilidade social perante o ambiente e dimensão da responsabilidade social perante a economia.

Cada item tem 5 possibilidades de respostas, numa escala de Likert ⁽¹¹³⁾ de 1 a 5, onde 1 corresponde a discordo totalmente e 5 corresponde a concordo totalmente. A construção do questionário, teve como suporte a orientação de Duarte (2009), sendo que alguns itens foram alterados na sua sequência de acordo com o mesmo autor. A versão final do questionário, contempla

ainda uma alteração de 2 itens para 1 item (“a organização/empresa, apoia eventos culturais, sociais, educativos e desportivos”), de acordo com a Política adotada pela empresa, relativa ao referencial NP 4469 - 1:2008 implementado.

- Satisfação no Trabalho: mede a satisfação do trabalhador, avaliada através dos seguintes itens: organização, colegas, remuneração/benefícios, superior hierárquico, trabalho realizado, perspectivas de promoção (Lima, L, Vala, J. e Monteiro, M. 1994) ⁽¹¹⁴⁾. Cada item tem 5 possibilidades de respostas, numa escala de Likert ⁽¹¹³⁾ de 1 a 5, onde 1 corresponde a muito insatisfeito e 5 corresponde a muito satisfeito.
- Dados sociodemográficos: possibilitam a caracterização da amostra (idade, sexo, delegação, estado civil, nº de dependentes a cargo, nacionalidade, escolaridade, tempo de trabalho, tipo de horário, vínculo profissional, categoria profissional).

Ética:

O presente estudo teve em consideração uma conduta ética responsável, respeitando os princípios estipulados para a investigação científica, designadamente, o respeito pelo indivíduo, rigor científico e a verdade na informação, assim como os princípios preconizados pela declaração de Helsínquia e a legislação nacional em vigor.

Garantiu-se a proteção e confidencialidade das informações dos colaboradores, tendo em consideração o Regulamento Geral da Proteção de Dados ⁽¹¹⁵⁾.

Tratamento estatístico e interpretação dos dados:

A análise dos dados obtidos foi efetuada com o auxílio do programa de análise estatística *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS 24.0 (SPSS INC. 2011, Chicago, Illinois, USA).

As variáveis categóricas foram descritas por frequências absolutas e relativas. As diferenças de frequências foram avaliadas através do teste qui-quadrado ou teste exato de Fisher. As variáveis com distribuição normal foram descritas através de média e desvio-padrão e as variáveis com distribuição não normal foram descritas através de mediana e percentis 25 e 75 (P25-P75). As comparações entre os grupos foram feitas usando o teste *t* - *Student* para duas amostras independentes. A correlação entre as dimensões da percepção da RS e satisfação no trabalho foi avaliada através da correlação de Pearson.

As associações entre a RS e satisfação no trabalho foram estimadas através de regressão linear com obtenção de betas e respectivos intervalos de confiança a 95% (95%IC). Foi considerado um nível de significância inferior a 0,05.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A RS de uma empresa deve ser realizada de forma integrada, sendo que os códigos de conduta devem espelhar os valores da organização ao nível social, ambiental, aplicados a todos os níveis da organização com verificação da sua aplicação prática. Uma gestão adequada e responsável deve adotar os códigos de conduta que alberguem valores fundamentais, ancorados numa conduta ética do desenvolvimento do negócio ⁽¹¹⁶⁾.

Esta conduta ética é um pilar fundamental da RS, uma vez que para além de permitir a clarificação do pensamento de gestão da organização sobre o que é comportamento ético, contribui fortemente para uma compreensão mutua e cooperação no interior da empresa ^(57, 116).

Resultados mostram que os códigos de conduta são adotados por grande parte das empresas, sendo que a sua aplicação abrange as atividades nacionais realizadas pelas empresas ⁽¹¹⁶⁾.

Caraterização da Amostra

Do universo de cerca de 2.500 colaboradores alocados á empresa e distribuídos pelas duas delegações Norte e Sul, foram obtidas 100 respostas via “on-line” (Norte, n=61 vs Sul, n= 39), constatando-se uma proporção de participação de 4%. Relativamente à aplicação do questionário via “suporte em papel”, a proporção de participação foi de 100%, num universo de 125 colaboradores.

A totalidade da amostra recolhida resultou quando agrupados os dados via “on-line” com os recolhidos via “suporte papel”, num total de 225 inquiridos.

De acordo com os dados sociodemográficos recolhidos e relativamente à caracterização da amostra por sexo (Gráfico 1), verificou-se que do total de 225 inquiridos, 86% são do sexo feminino (n=194) e 14% do sexo masculino (n=31). Dados coincidentes com a revisão bibliográfica, que nos indica que em serviços de hotelaria/restauração a predominância de colaboradores é do sexo feminino ⁽¹¹⁷⁾.



Gráfico 1: Caraterização da amostra por sexo.

A idade média dos participantes é de $42 \pm 10,3$ anos. Em relação ao estado civil (Gráfico 2), a maioria é casado (n=106; 47%), seguido de solteiro (n= 56; 25%) e em união de fato (n=39; 17%). Todos com exceção de um, só, são de nacionalidade Portuguesa (Gráfico 3).

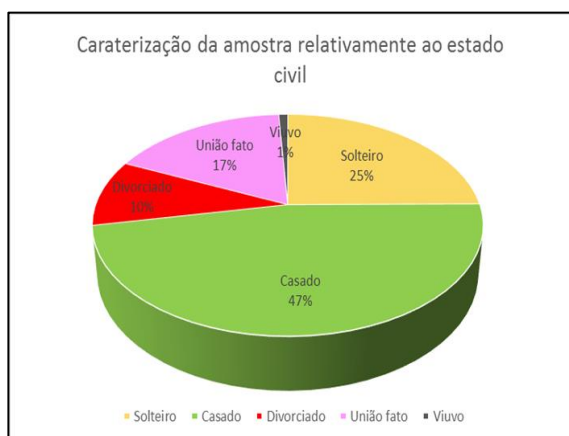


Gráfico 2: Caraterização da amostra



Gráfico 3: Caraterização da amostra relativamente à Nacionalidade

Quanto ao número de dependentes a cargo, 40 % dos trabalhadores questionados (n=91), reportaram não ter nenhum dependente a cargo, 34% (n=76) tinha 1 dependente e os restantes 26% (n=43, n=9, n=5) tinham 2 ou mais dependentes a seu cargo (Gráfico 4).

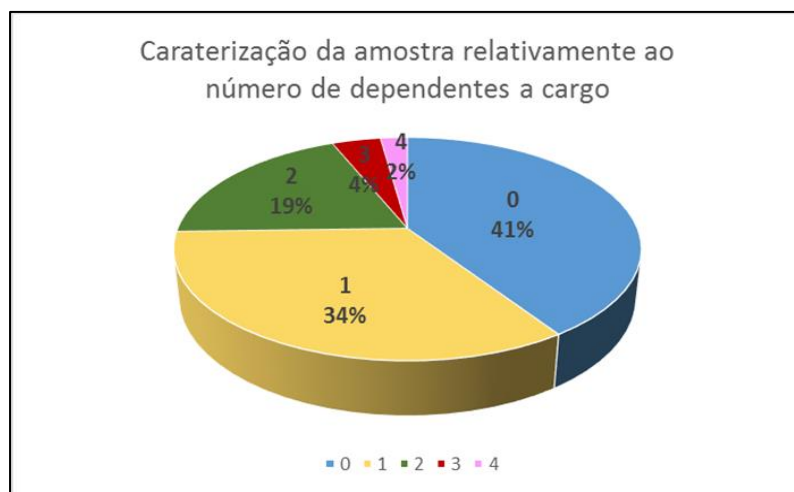


Gráfico 4: Caraterização da amostra relativamente ao número de dependentes a cargo

No que diz respeito à escolaridade, apenas 20% (n=45) dos trabalhadores têm uma licenciatura, 47% (n=105) reportaram ter o ensino secundário completo, 18% (n=40) o ensino básico e 5% (n=11) o ensino primário (Gráfico 5).

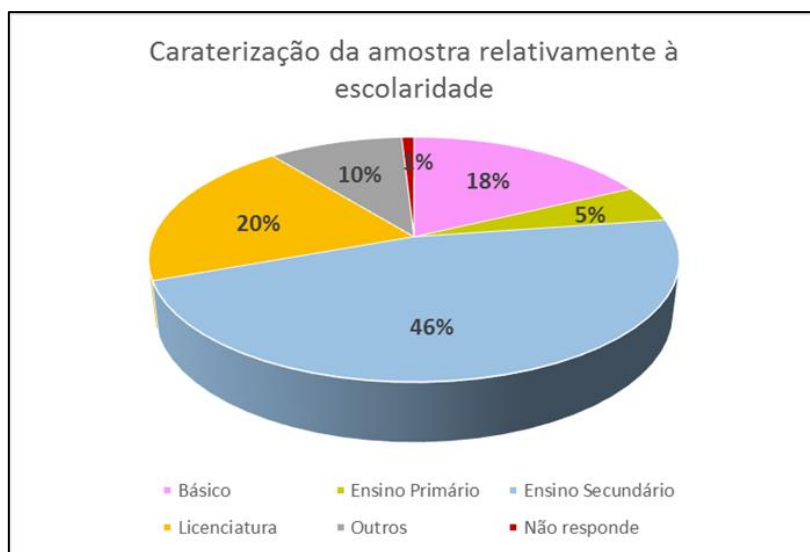


Gráfico 5: Caraterização da amostra relativamente à escolaridade

Já no que concerne ao vínculo profissional, a maioria dos trabalhadores tem um vínculo a termo incerto (n=124, 55%) e um horário fixo (n= 147, 65%) (Gráfico 6 e Gráfico 7).

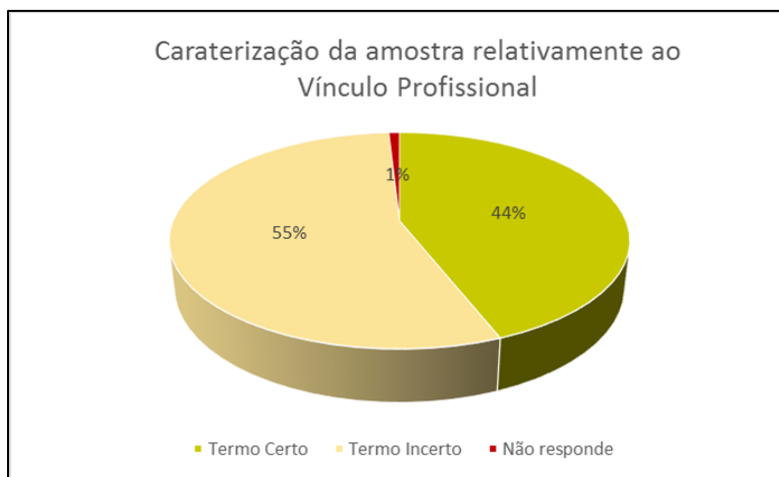


Gráfico 6: Caraterização da amostra relativamente ao vínculo Profissional



Gráfico 7: Caraterização da amostra relativamente ao horário de trabalho

Em relação à categoria profissional, 21% (n=47) é responsável de unidade, 14% (n=32) é empregado (a) de refeitório, 12% (n=28) é empregado (a) de distribuição personalizada, 6% (n=20) são técnicos de qualidade da unidade/técnicos de qualidade da área, 5% (n= 12) despenseiros, 3% (n=7) gestão de área; as restantes

categorias variam entre cargos especializados como direção 5% (n=12), administração 0,4% (n= 1), planeamento/gestão/logística 2% (n= 5), a cargos como cozinheiros 2% (n=5) e preparador(a) 0,4% (n=1) (Gráfico 8).

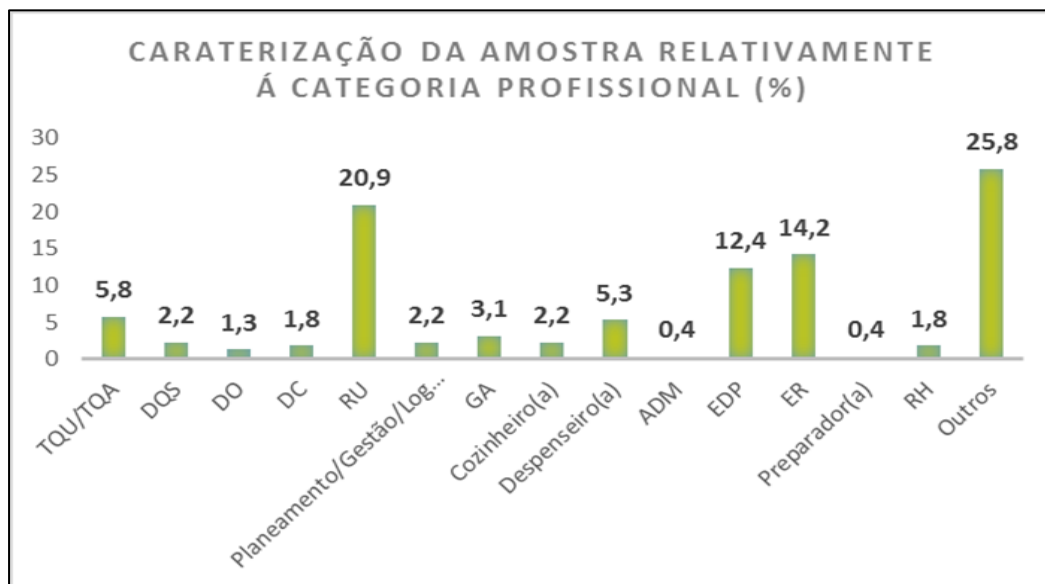


Gráfico 8: Caracterização da amostra relativamente à categoria profissional;

Legenda: TQU/TQA – Técnico de Qualidade de Unidade/ de Área; DQS – Direção de Qualidade e Segurança; DO – Direção Operacional; DC – Direção Comercial; RU – Responsável de Unidade; GA- Gestor Área; ADM – Administração; EDP – Empregado Distribuição Personalizado; ER – Empregado de Refeitório; RH – Recursos Humanos

Comparando as características anteriormente descritas, entre homens e mulheres não se encontrou diferenças estatisticamente significativas, com exceção da categoria profissional ($p=0,004$), conforme Tabela 1 e grau de satisfação no trabalho ($p=0,038$), como se verifica na leitura da Tabela 2.

Proporcionalmente, mais mulheres desempenham funções de responsáveis de unidade e empregado (a) de refeitório. Os homens desempenham mais funções de direção, gestão de área, despenseiros e empregado(a) distribuição personalizada (Tabela 1).

Os homens apresentam uma maior satisfação no trabalho que as mulheres (26 ± 5 vs 24 ± 5 , $p=0,038$), como expresso na Tabela 2.

Tabela 1: Categoria Profissional de acordo com o sexo

Características	Mulheres (86,2%)	Homens (13,8%)	Valor de prova (p)
Categoria, n (%)			
TQU/TQA – Técnico de Qualidade de Unidade / de Área	12 (6,2)	1 (3,2)	
Direção de Qualidade e Segurança	5 (2,6)	0 (0,0)	
Direção Operacional	1 (0,5)	2 (6,5)	
Direção Comercial	3 (1,5)	1 (3,2)	
Responsáveis de unidade	45 (23,2)	2 (6,5)	
Planeamento/Gestão/Logística	5 (2,6)	0 (0,0)	
Gestão área	3 (1,5)	4 (12,9)	
Cozinheiros	5 (2,6)	0 (0,0)	
Despenseiros	8 (4,1)	4 (12,9)	
Outros	49 (25,3)	9 (29,0)	
Administração	0 (0,0)	1 (3,2)	
Empregado (a) distribuição personalizada	23 (11,9)	5 (16,1)	
Empregado (a) de refeitório	30 (15,5)	2 (6,5)	
Preparador (a)	1 (0,5)	0 (0,0)	
TQA – Técnico de Qualidade de Área	4 (2,1)	0 (0,0)	0,004^a

DP, desvio-padrão; ^a Qui-quadrado; ^b teste t-student para amostras independentes

Tabela 2: Dimensões de Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho vs o sexo

Características	Mulheres (86,2%)	Homens (13,8%)	Valor de prova (p)
Responsabilidade social_ Colaboradores, média (DP)	27,5 (4,88)	27,8 (3,68)	0,716 ^b
Responsabilidade social_ Ambiente, média (DP)	15,4 (2,81)	15,9 (2,98)	0,371 ^b
Responsabilidade social_ Economia, média (DP)	11,2 (1,99)	11,1 (2,11)	0,863 ^b
Satisfação no trabalho, média (DP)	24,3 (5,65)	26,5 (5,00)	0,038^b

DP, desvio-padrão; ^a Qui-quadrado; ^b teste t-student para amostras independentes

Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho

Segundo Santos *et al.* (2006) as práticas de RS das empresas estão divididas em três dimensões: dimensão económica, dimensão social (interna e externa) e dimensão ambiental ⁽⁶²⁾.

A dimensão económica refere-se essencialmente à atividade que a empresa exerce. A intervenção da empresa no mercado em que está inserida é um indicativo das práticas de RS, tanto em questões sociais como ambientais. A dimensão económica pode ainda sofrer subdivisão, na medida em que interage com os parceiros estratégicos de negócio (clientes, fornecedores, acionistas, investidores, produtos e serviços) ^(45, 57, 59,80).

A dimensão social interna compreende todas as práticas de RS direcionadas para os seus colaboradores e para o local de trabalho. É uma dimensão fundamental para garantir o êxito da empresa, uma vez que proporciona aos trabalhadores motivação e bem-estar, e por sua vez, aumentando a qualidade de serviço, a produtividade e a inovação ^(45, 57, 59,80). De acordo com Santos *et al.* (2006), as áreas que compreendem a intervenção das práticas de RS são as seguintes: gestão de recursos humanos, informação e comunicação, serviços sociais, gestão da mudança organizacional, empregabilidade e saúde, e segurança e higiene no trabalho ⁽⁶²⁾.

A dimensão social externa compreende as práticas de RS ligadas aos agentes externos como por exemplo, associações, autarquias, escolas, hospitais e população, ou seja, toda a comunidade local onde se insere a empresa ^(45, 57, 59,80).

A dimensão ambiental compreende as práticas de RS desenvolvidas pela empresa em termos ambientais. Segundo a Comissão da Comunidade Europeia (2003), os

principais impactos das empresas no ambiente são: a utilização ineficiente de recursos naturais (petróleo, gás e água), a emissão de gases estufa que contribuem para alterações climáticas, a emissão de poluentes (poluição atmosférica e da água), os efeitos a longo prazo de produtos químicos perigosos, a perda rápida da diversidade biológica e a produção intensa de resíduos comuns e de resíduos perigosos. Por este motivo, todas as empresas enfrentam pressões para o desenvolvimento de uma política ambiental sustentável ⁽³³⁾.

No presente estudo, a correlação entre as diferentes dimensões de percepção de responsabilidade social e satisfação no trabalho encontra-se descrita na tabela 3.

Tabela 3 – Correlação entre as dimensões de percepção de responsabilidade social e satisfação no trabalho

	RS_Colaboradores	RS_Ambiente	RS_Economia	Satisfação no Trabalho
RS_Colaboradores	1	0,418**	0,504**	0,469**
RS_Ambiente		1	0,579**	0,516**
RS_Economia			1	0,453**
Satisfação no Trabalho				1

RS, responsabilidade social; **p <0,001

Observa-se que existe uma correlação moderada e significativa entre as 3 dimensões (colaboradores, ambiente e economia), sendo a mais forte relação entre uma maior responsabilidade social em relação ao ambiente e responsabilidade social em relação à economia ($r=0,579$, $p <0,001$).

Este resultado corrobora estudos anteriormente efetuados, onde se verificou existir relação significativa entre as dimensões de RS, colaboradores e económica. No caso de Duarte e Neves (2011^a), verificou-se a baixa significância ou insignificância da dimensão ambiente. Tais resultados poderão ter como motivo o facto de os

trabalhadores não darem importância a ações que não estejam diretamente relacionadas com a organização e com os próprios trabalhadores ^(50, 51).

Também se constatou (Tabela 3), uma maior percepção de responsabilidade social em relação ao ambiente e satisfação no trabalho ($r=0,516$, $p < 0,001$).

Na literatura científica revista, os resultados apontam para uma maior percepção de RS em relação aos colaboradores e uma maior satisfação no trabalho, explicação plausível para tal, é o facto de os trabalhadores percecionarem mais facilmente ações dirigidas a eles como a igualdade no trabalho, o desenvolvimento de práticas de formação e a gestão de carreiras, melhorando a sua situação no trabalho e consequentemente a sua satisfação no trabalho ^(49, 50, 51, 98, 102, 103).

No que concerne a associações entre diferentes percepções de responsabilidade social e satisfação no trabalho verifica-se que, independentemente, da categoria profissional, sexo, idade, escolaridade, estado civil, número de dependentes e vínculo profissional, uma maior percepção de responsabilidade social perante os colaboradores e ambiente associou-se positivamente com uma maior satisfação no trabalho.

O nível de percepção de responsabilidade social perante a dimensão económica e o nível de literacia do trabalhador não se associou com uma maior satisfação no trabalho. Contudo, Fried (2012) no seu estudo de medição de satisfação no trabalho, na Europa identificou que quanto maior o nível de escolaridade, maior o grau de satisfação das pessoas para com o seu trabalho ⁽⁷²⁾.

Identificou que em Portugal e Espanha, indivíduos que trabalham no setor de serviços estão mais satisfeitos do que aqueles que trabalham em outros ramos de atuação, como a indústria e agricultura. Em outras investigações, a percepção da

satisfação com as condições de trabalho é inversamente proporcional ao grau de escolaridade e tamanho da empresa e, é menor entre homens (93, 94, 99, 102, 103, 114).

Os colaboradores que exercem funções como cozinheiros, despenseiros, empregado (a) de distribuição personalizada, empregado(a) de refeitório ou preparador apresentam uma menor satisfação no trabalho em comparação com colaboradores que exercem funções de direção e administração (Tabela 4).

Tabela 4 – Associações entre percepção de responsabilidade social e satisfação no trabalho

	Satisfação no trabalho	
	Beta bruto (95%IC)	Beta ajustado (95%IC)*
RS_Colaboradores	0,56 (0,42;0,69)	0,34 (0,22; 0,47)
RS_Ambiente	1,02 (0,80;1,24)	0,66 (0,41; 0,91)
RS_Economia	1,27 (0,94;1,60)	0,20 (-0,17; 0,56)
Escolaridade		
Ensino Primário	Ref	Ref
Básico	1,17 (-2,55; 4,89)	1,82 (-0,85;4,48)
Secundário	0,51 (-2,95; 3,97)	0,08 (-2,43; 2,60)
Licenciatura	1,63 (-2,05; 5,30)	-0,71 (-3,87; 2,46)
Outros	0,91 (-3,13; 4,94)	-0,93 (-4,04;2,18)
Função exercida		
Direção/administração	Ref	Ref
RU/planeamento/ gestão/ logística/GA	-3,80 (-6,93; -0,67)	-1,76 (-4,32; 0,80)
TQU/TQA	-3,87 (-7,64; -0,11)	1,12 (-1,93; 4,17)
Cozinheiros/despenseiros/EDP/ER/PREP	-7,38 (-10,44; -4,33)	-3,52 (-6,38; -0,67)
Outros	-3,89 (-7,03; -0,76)	-0,48 (-3,18; 2,24)

95%IC, intervalo de confiança a 95%; *Modelos ajustados para categoria profissional, sexo, idade, escolaridade, estado civil, número de dependentes, vínculo, percepção de responsabilidade social e satisfação no trabalho.

Legenda: RS – Responsabilidade Social; RU – Responsável de Unidade; GA-Gestor de Área; TQU/TQA – Técnico de Qualidade de Unidade/ de Área; EDP – Empregado de Distribuição Personalizada; ER – Empregada de Refeitório; PREP-Preparador(a)

Algumas explicações para este resultado, podem dever-se a:

- Picos de trabalho intenso;
- Vencimento salarial;
- Chefia direta;
- Função exercida ou horário de trabalho

Uma das problemáticas que atinge o sector da hotelaria diz respeito à demografia e à diminuição do mercado de trabalho, que provocam falta de mão-de-obra e também de qualificações específicas ⁽¹¹⁷⁾.

As empresas de Restauração Coletiva, possuem uma estrutura administrativa simples, porém de funcionamento complexo, visto que, em geral, nelas são desenvolvidas atividades que se enquadram nas funções técnicas, administrativas, comerciais, produtivas, financeiras e de segurança. Fatores como o recrutamento e a retenção dos funcionários são frequentemente referidos como um dos maiores desafios deste sector, bem como, a garantia de uma boa formação. Como se sabe, a rotatividade, a polivalência e o absentismo são questões relacionadas com os colaboradores, citados como fatores críticos de gestão ^(117 – 122).

Alguns estudos demonstram que os aspetos sociais e culturais interferem nos processos produtivos (por exemplo o absentismo) e nas relações empresa e colaborador ^(117,118,119,120) .

Ao nível do desempenho, a motivação é um processo essencial na vida de todo o profissional e pode ser definida como uma força que faz com que os colaboradores desenvolvam bem as suas atividades. Cabe às organizações proporcionar meios para satisfazer, motivar e avaliar os seus colaboradores ^(117, 118, 119).

Como seria de esperar, este trabalho de investigação apresenta vantagens e, também, as suas limitações. Como limitação verifica-se a proporção de participação via “*on-line*” reduzida, resultante de uma não familiarização ou resistência por parte dos colaboradores às novas tecnologias ou simplesmente a negação de resposta por desconhecimento/desinteresse/não formação do tema.

Outra limitação do estudo é a dimensão da amostra que corresponde a 9% do total da empresa. São vários os estudos que demonstram que as empresas não divulgam de forma eficiente as suas ações de RS aos colaboradores.

Para além destas, podemos ainda considerar como uma limitação, o uso de medidas de RS assentes em perceções que comportam um grau de subjetividade não controlável e contribuem para um possível enviesamento dos dados devido tratar-se da mesma fonte de recolha de informação (colaboradores da empresa).

Contudo, uma das vantagens do presente trabalho é a obtenção de resultados que nos possibilitam refletir e concluir acerca da sua validade explicativa, contribuindo desta forma para o aumento do conhecimento na área da RS e da Satisfação no Trabalho nesta empresa/negócio, auxiliando e possibilitando o delinear de estratégias em prol da melhoria contínua.

CONCLUSÕES

Com este estudo foi possível avaliar a percepção da Responsabilidade Social e a Satisfação no Trabalho em colaboradores de uma empresa de Restauração Coletiva.

Verificou-se uma proporcionalidade positiva entre a percepção de práticas de Responsabilidade Social nas dimensões, ambiente e economia e a satisfação no trabalho.

Apurou-se também, que as dimensões de Responsabilidade Social, colaboradores e ambiente, associam-se positivamente com a satisfação no trabalho.

Relativamente, à Responsabilidade Social na sua dimensão económica e nível de literacia dos inquiridos, não se verificou associação com maior satisfação no trabalho.

INVESTIGAÇÃO FUTURA

Sugerem-se como investigações futuras:

- Analisar as motivações que estão na origem da atitude para a Responsabilidade Social;
- Averiguar as motivações que levam a empresa a adotar práticas de Responsabilidade Social;
- Compreender as influências que as práticas de Responsabilidade Social têm nos comportamentos/attitudes dos seus colaboradores, ou seja, na Satisfação no Trabalho;

- Avaliar se os colaboradores são agentes ativos da Responsabilidade Social na empresa que representam;
- Investigar qual a importância que a empresa atribui à Responsabilidade Social, assim como, a importância que a mesma tem para o consumidor no momento de compra do produto/serviço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - Hood, J.. “Do corporations have social responsibilities. The Freeman, 11, 680-684 (1998).
- 2 - Garriga, E., Melé, D. “Corporate racial responsibility theories: mapping the territory.” Journal of Business Ethics, 53 (1), 51-71 (2004).
- 3 - Fontes, A. (2011). Responsabilidade social das empresas: realidade ou utopia. Aveiro: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro. Dissertação de mestrado.
- 4 - Almeida, L. (2012). Responsabilidade social das empresas – O exemplo EDP. Dissertação de Mestrado. Porto: Universidade Católica Portuguesa.
- 5 - Ashley, P. A., Coutinho, R. B. G., & Tomei, P. A. (2000). Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual corporativa. Retirado em 19, Janeiro, 2018, de www.agenda21empresarial.com.br/arquivo/1260083712.375-arquivo.pdf.
- 6 - Pinto CAM, Salgado JAM, Melo LT, Moreira MAD, Rodrigues RB. Fundamentos de Gestão. Lisboa: Editorial Presença; 2006.
- 7 - Fernandes, N. (2010). A responsabilidade social das empresas – A dimensão interna: Uma ferramenta para a criação de valor. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCAL.
- 8 - Barros, T. (2008). A divulgação da informação sobre responsabilidade social nas páginas web das empresas portuguesas: Uma análise exploratória. Dissertação de Mestrado. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto.
- 9 - Belu C. e Manescu, C. (2012). Strategic corporate social responsibility and economic performance. Applied Economics, 45, 2751–2764.

- 10 - Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organisational commitment. *International Journal of Human Resource Management*, 18, 1701-1719.
- 11 - Campos, V. F. (1992). TQC: Controle da qualidade total (no estilo japonês). Belo Horizonte, MG: Fundação Christiano Ottoni.
- 12 - Knopf, J., Kahlenborn, W., Hajduk, T., Weis, D., Feil, M., Fiedler, A. et al. (2010). Corporate social responsibility. National public policies in the European union. Berlin: European Commission.
- 13 - Knopf, J., Mayer-Scholl, B. (2013). Tips and tricks for advisors: corporate social responsibility for small na médium-sized enterprises. Alemanha: Adelphi.
- 14 - Carroll, A. b. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 4, 39-48.
- 15 - Carroll, A. B. (1994). Social issues in management research. *Business and Society*, 1, 5-29.
- 16 - Sen, S., Cowley, J., (2012). The Relevance of Stakeholder Theory and Social Capital Theory in the Context of CSR in SMEs: An Australian Perspective. [em linha] *Journal of Business Ethics*. Obtido em 17 Mar. 2013.
- 17 - Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13.
www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html
- 18 - Kraemer, M. E. P. (2005). Responsabilidade social – uma alavanca para a sustentabilidade. Retirado a 2, Fevereiro, 2018, de www.ambientebrasil.com.br/gestao/sustentabilidade.doc

- 19 - Leal, A. S., Caetano, J., Brandão, N. G.; Duarte, S. E., Gouveia, T. R. (2011) Responsabilidade social em Portugal. Lisboa: Bnomics.
- 20 - Maignan, I. e Ralston, D. A. (2002). Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations. *Journal of International Business Studies*, 497-514.
- 21 - Chevron (2012). Corporate responsibility report. Retirado em: https://www.chevron.com/-/media/chevron/shared/documents/Chevron_CR_Report_2012.pdf.
- 22 - Chiavenato I. Administração - Teoria, Processo e Prática. 4ªed. Rio de Janeiro Brasil: Elsevier; 2007.
- 23 - Clark, L. e Master D. (2012). 2012 Corporate ESG/Sustainability/Responsibility reporting does it matter? Governance & Accountability Institute, Inc.
- 24 - Ferreira, D. A., Ávila, M., Faria, M. D. (2010). Efeits da responsabilidade social corporativa na intenção de compra e no benefício percebido pelo consumidor: um estudo experimental. *Revista Administração*, 3, 285-296.
- 25 - Abreu, S. (2010). A responsabilidade social e ética nas organizações: estudo de caso na indústria farmacêutica. Lisboa: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. Dissertação de mestrado.
- 26 - Alevato H, Araújo EMGd. Gestão, Organização e Condições de Trabalho. In: V Congresso Nacional de Excelência em Gestão - Gestão do Conhecimento para a Sustentabilidade; Niterói, Brasil. 2009.
- 27 - Caseirão, M. R. (2012). Responsabilidade Social Empresarial. *Revista OTOC* no 147.

28 - Baron, D. (2006). A positive theory of moral management, social pressure, and corporate social performance. Research Papers 1940, Stanford University, Graduate School of Business

29 - Barnett, M.L. (2007), "Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility", Academy of Management Review, Vol. 32, n.º 3, p. 794-816.

30 - Comité Económico e Social (1999). Parecer do Comité Económico e Social sobre Gerir a Mudança - Relatório final do grupo de alto nível sobre as implicações económicas e sociais da mutação industrial. Obtido em 20 de Dezembro de 2017, de

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:51999AC0698:PT:HTML>.

31 - Comissão das Comunidades Europeias (2001), Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 8-16.

32 - Comissão Europeia (2001). Livro verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, retirado de 18.12.2017, http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/gpr/2001/com2001_0366pt01.pdf

33 - COM (2002a). Observatory of European SMEs: European SMEs and Social and Environmental Responsibility. Obtido em 12 de Dezembro de 2017, de <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-observatory>

34 - COM (2011). Responsabilidade social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014. Obtido em 10 de Dezembro de 2017, de <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PT:PDF>

- 35 - Associação Portuguesa da Ética Empresarial. (2013). Semana da responsabilidade social - 8o edição. Associação Portuguesa da Ética Empresarial, 1–16. Retrieved from srs.apee.pt
- 36 - Gonçalves, Helena (2007), A Responsabilidade Social das Empresas na Prática, Verlag Dashöfer, Edições Profissionais, Lda.
- 37 - Gonçalves, A. (2007), A Responsabilidade Social das empresas e a sua implicação no marketing-mix e na marca, Instituto Superior de Economia e Gestão, dissertação mestrado retirada de:
<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/766>
- 38 - Guerreiro, M. D., & Pereira, I. (2006). Responsabilidade social das empresas, igualdade e conciliação trabalho-família. Experiências do prémio igualdade é qualidade. Lisboa: Comissão para a igualdade no trabalho e no emprego.
- 39 - Hemingway, H., & Marmot, M. (1999). Evidence based cardiology: psychosocial factors in the aetiology and prognosis of coronary heart disease: systematic review .
- 40 - Becker-Olsen, K., Cudmore, A. e Hill, R. (2006), The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior, Journal of Business Research, 59, (1), 46-53.
- 41 - Bhattacharya, C., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: when, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. California management Review, 1,9-24.
- 42 - Chiavenato, I. (2002). Administração de recursos humanos: Fundamentos básicos (5ªed.). S. Paulo: Atlas.

- 43 - Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1994). Towards a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of management Review*, 19, 252-284.
- 44 - Duarte, A. P., (2014). Responsabilidade Social das Organizações. In S. P., Gonçalves, *Psicossociologia do trabalho e das organizações: Princípios e práticas*. Pactor, pp. 537-567. Portugal: Lisboa.
- 45 - Alves, E. A. (2003). Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Bowen. *Revista de administração*, São Paulo, 38(1),37–45.
- 46 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2009a). 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.
- 47 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2009b). Relação entre responsabilidade social percebida e implicação dos colaboradores: O papel mediador da imagem organizacional. XI Seminário Luso-Espanhol de Economia Empresarial. Portugal: Faro.
- 48 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2010a). Corporate Social Responsibility: Mapping its social meaning. *Management Research: The journal of Iberoamerican Academy of Management*, 8 (2), pp. 101-122.
- 49 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2010b). O impacto da responsabilidade social nas atitudes dos colaboradores: Um estudo quase-experimental. *Actas do VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia*. Universidade do Minho, Portugal.

- 50 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2011a). A Relação entre responsabilidade social percebida e satisfação no trabalho: o papel mediador da imagem organizacional. In M. Roberto, M. Batista, R. Costa & L. Lima (Orgs.), Percursos da investigação em psicologia social e organizacional ,vol. 4; pp. 105-118. Lisboa: Colibri.
- 51 - Duarte, A. P. & Neves, J., (2011b). A RSO na perspectiva dos trabalhadores: Diferenças nas atitudes e nas percepções em função da posição hierárquica. In M. A. Costa, M. J. Santos, F. M. Seabra & F. Jorge (Orgs.), Responsabilidade Social: Uma visão Ibero-Americana, pp.137-150. Lisboa: Editora Almedina.
- 52 - Eisenberger, R., Stinglhaber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. & Rhoades, L., (2002). Perceived Organizational Support: Contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology*, 87 (3), pp. 565-573.
- 53 - Epstein, E. M., (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29 (3), pp. 99-114.
- 54 - Faria, J., Leal, S. (2009). As percepções de responsabilidade social e o empenhamento organizacional: um estudo aplicado a cooperativas em Portugal. In 5º Colóquio Ibérico de Cooperativismo e Economia Social. Santarém.
- 55 - Freeman, I. e Hasnaoui, A. (2011), The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations. *Journal of Business Ethics*, 100, (3), 419-443.
- 56 - Hemingway, C. A; MacLagan, P. W. (2004). Manager's personal values as drivers of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50, 33-44. ctive cohort studies. *BMJ*, 318, 1460 -1467.

- 57 - Kreitlon, M. (2004). A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. [em linha] Obtido em 16 Out. 2012.
- 58 - Maignan, I., & Ferrell, O. (2004). Corporate social responsibility and marketing: Na integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32, 1, 3-19.
- 59 - Marques, M., & Teixeira, C. (2008). A responsabilidade social das empresas e o desempenho organizacional. *Revista de Estudos Politécnicos*, 10, 149-164.
- 60 - Marques, P. (2012), Responsabilidade Social das Empresas e os Consumidores: a articulação necessária, Instituto Superior de Economia e Gestão, dissertação mestrado retirada de:
<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/5056>
- 61 - Pina e Cunha, M., Rego, A., Cabral-Cardoso, C., Campos e Cunha, R., & Neves, P. (2016). Manual de comportamento organizacional e gestão (8ª ed.). Lisboa:Editora RH.
- 62 - Santos, A., M., Pereira, E., N., Silva, J., A., (2006). Responsabilidade social nas PME: casos em Portugal. In SANTOS, Maria (Coord.). 1th., Lisboa: Editora RH.
- 63 - Martinelli, A. C. (1997). Empresa-cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora. In E. B. Ioschpe (Ed). *Terceiro setor: desenvolvimento social sustentado*. São Paulo: Ed Paz e Terra.
- 64 - Mein, G., Martikainen, P., Stansfed, S. A., Brunner, E. J., Fuher, R., & Marmot, M. (2000). Predictors of early retirement in British civil servants. *Age ageing*, 29, 529-536.

- 65 - Patraquim, P., & Loureiro, A. (2009). Responsabilidade social das empresas e ética: Implicações da implementação de práticas socialmente responsáveis na satisfação organizacional. *Cadernos Sociedade e Trabalho: Responsabilidade Social das Organizações*, 11, 217-230.
- 66 - Rego, A., Pinha e Cunha, M., Guimarães da Costa, N., Gonçalves, H., Cabral-Cardoso, C., (2007). *Gestão ética e socialmente responsável*. Lisboa: Editora RH.
- 67 - Ramalho, J. E. P., Patraquim, P., & Pinto, V. B. (2009). A Normalização na Responsabilidade Social das organizações. *Perspetiva Internacional e o caso Português*. In *Responsabilidade Social das Organizações, cadernos da sociedade e trabalho*, no11 (pp. 325–343). Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social.
- 68 - Rocha, A., (2010). *Ética, deontologia e responsabilidade social*. Maia: Vida económica.
- 69 - RRS – Revista Responsabilidade Social. O que é responsabilidade Social? [Consult. 20 Dez. 2017]. Disponível em <http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>
- 70 - Zenone, L. C., (2006). *Marketing Social*. São Paulo: Thomson Learning.
- 71 - Yao, S. Wang, J. e Song, L. (2011). Determinants of social responsibility disclosure by Chinese firms. The university of Nottingham. Working Paper. Reino Unido.
- 72 - Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 4, 691-718.
- 73 - Wood, Donna J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 50–84. doi:10.1111/j.1468-2370.2009.00274.x.

- 74 - Tziner, A., Oren, L., Bar, Y., & Kadosh, G. (2011). Corporate social responsibility, organizational justice and job satisfaction: how do they interrelate, if at all?. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27, 67-72.
- 75 - Serpa, D. e Fourneau, L. (2007), Responsabilidade Social Corporativa: uma Investigação sobre a Percepção do Consumidor, *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, 11 (3), 83-103.
- 76 - Vieira, R. F. (2007). A iniciativa privada no context social: Exercício de cidadania e responsabilidade social. Parte III: As ações corporativas nos investimentos sociais. *RP em Revista*, 22, 1-17.
- 77 - Srour, R. H., (2000). Ética empresarial – posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus.
- 78 - Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. doi: 10.1007/s10551-008-9780-6.
- 79 - Sen, S. e Bhattacharya, C. (2001), Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social, *Journal of Marketing Research*, 38, (2), 225-243.
- 80 - Rego, A., Cunha, M. P., Guimarães, N., Gonçalves, H. e Cabral-Cardoso, C. (2006). *Gestão ética e socialmente responsável: Teoria e prática*. Lisboa: RH Editora.
- 81 - Eisenberger, R., Stinghaber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. & Rhoades, L., (2002). Perceived Organizational Support: Contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology*, 87 (3), pp. 565-573.

- 82 - Frederick, W. C. (1998). Moving to CSR4: what to pack for the trip. *Business and Society*, 1,40-59.
- 83 - Souza, M. M., &Laros, J. A. (2010). Satisfação no trabalho e responsabilidade social empresarial: uma análise multinível. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 2, 21-37.
- 84 - Centro de responsabilidade e inovação social. (2012). Relato do seminário anual “Responsabilidade Social: a normalização Nacional e Internacional.” Associação Portuguesa para a Qualidade, 2 –14.
- 85 – NP 4460:2007; Ética nas organizações - Parte 1: Linhas de orientação para o processo de elaboração e implementação de códigos de ética nas organizações.
- 86 – NP 4460-2:2010- Ética nas organizações. Parte 2: Guia de orientação para a elaboração, implementação e operacionalização de códigos de ética nas organizações.
- 87 - SA 8000:2008; Sistemas de gestão da responsabilidade social. (SA 8000:2008).
- 88 – NP 4469-1:2008; Sistema de Gestão de Responsabilidade Social: Parte 1 - Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização.
- 89- NP 4469 -2 : 2010 - Sistema de Gestão da Responsabilidade Social. Parte 2: Guia de orientação para a implementação.
- 90 - NP ISO 26000:2011; Linhas de Orientação da Responsabilidade Social. (ISO 26000:2011).
- 91 - Versão Portuguesa de AA 1000 Assurance Standard, 2008.

- 92 - Farager, E. B., Cass, M., & Cooper, C. L. (2005). The relationship between job satisfaction and health: a meta-analysis. *Occupational and Environmental Medicine*, 62, 105–112.
- 93 - Gaziglu, S., & Tansel, A. (2011). Job satisfaction in Britain: individual and job related factors. *Applied Economics*, 10, 1163-1171.
- 94 - Henne, D. & Locke, E., (1985). Job Dissatisfaction: What are the consequences?. *International Journal of Psychology*, 20, pp. 221-240.
- 95 - Locke, E. A. (1976) The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally.
- 96 - Fischer, F. M. & Paraguay, A. I., (1989). *Ergonomia como instrumento de pesquisa e melhoria de condições de vida e trabalho. Tópicos de saúde do trabalhador*. São Paulo: Hucitec.
- 97 - Weiss, H. M., (2002). Deconstructing job satisfaction. Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resources Management Review*, 12, pp. 173-194.
- 98 - Judge, T. A., Parker, S., Colbert, A. E., Heller, D. & Ilies, R., (2001). Job Satisfaction: A cross-cultural review. *Handbook of industrial, work and organizational psychology*, p. 25-52. London: Sage.
- 99 - Koh, H. C. & Boo, E. H., (2001). The link between organizational ethics and job satisfaction; A study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29, pp. 309-324.
- 100 - Leigh, J. H., Lucas, G. H. & Woodman, R. W., (1988). Effect of perceived organizational factors on role stress - Job attitude relationships. *Journal of Management*, 14 (1), pp. 41-58.

- 101 - Porter, L. W. & Lawler, E. E., (1968). *Managerial Attitudes and Performance*. Homewood, Ill: R. D. Irwin.
- 102 - Limongi-França, A. C., & Arellano, E. B. (2002). Qualidade de vida no trabalho. In R. M. Boschini (Ed.). *As pessoas na organização* (pp. 295-306). São Paulo: Editora Gente.
- 103 - Luzzi, L., & Spencer, A. J. (2011). Job satisfaction of the oral health labour force in Australia. *Australian Dentist Journal*, 56, 23-32.
- 104 - Manojlovich, M., & Laschinger, H. (2002). The relationship of empowerment and selected personality characteristics to nursing job satisfaction. *Journal of Nursing Administration*, 11, 586-595.
- 105 - Marqueze, E. C. & Moreno, C. R. C., (2005). Satisfação no trabalho – Uma breve revisão. *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, São Paulo, 112 (30), pp. 69-79.
- 106 - Sales, S. M., House, J. (1971). Job dissatisfaction as a possible risk factor in coronary heart disease. *Journal of Chronic Diseases*, 23, 861-873.
- 107 - 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, 537-543.
- 108 - Büssing, A., Bissels, T., Fuchs, V. & Perrar, K., (1991). A dynamic model of work satisfaction: qualitative approaches. *Human Relations*, 52 (8), pp. 999-1003.
- 109 - Vicente, A., Rebelo, T. & Agostinho, C., (2011). Relação das práticas de responsabilidade social interna nas organizações com a satisfação no trabalho e as intenções de saída: O papel mediador do ajustamento pessoa-organização. *Psychologica*, 55, pp. 369-384.

- 110 - Martinez, M. C., (2002). *As relações entre a satisfação com aspectos psicossociais no trabalho e a saúde do trabalhador*. Dissertação de mestrado em Saúde Ambiental – Programa de Pós-Graduação do Departamento de Saúde Ambiental, Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- 111 - Karatepe, O. M., (2012). Perceived organizational support, career satisfaction, and performance outcomes – A study of hotel employees in Cameroon. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 5, pp. 735-752.
- 112 - Sorensen, E. E., Seebeck, E. D., Scherb, C. A., Specht, J. P., & Loes, J. L. (2009). The relationship between RN job satisfaction and accountability. *Western Journal of Nursing Research*, 7, 872-888.
- 113 - Likert, R. A technique for the measurement of attitudes. *Archives in Psychology*, 140, p. 1-55, 1932.
- 114 - Lima, M., L., Vala, J., & Monteiro, M. B. (1994). Culturas organizacionais. In Vala, M. B., Monteiro, M. B. e Lima, M., L., & Caetano, A. (Eds.). *Psicologia Social e das Organizações – Estudos em Empresas Portuguesas*, Lisboa: Celta Editora.
- 115 - Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de Abril de 2016 - Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.
- 116 - CE - Comissão Europeia, A igualdade em 100 palavras - Glossário de termos sobre igualdade entre mulheres e homens. Bruxelas: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, 1998. ISBN 92-828-2774-7 [Adaptado pela CIG em 2009.
- 117 - Araújo EMGd. *Análise da Organização e das Condições de Trabalho em uma Unidade de Alimentação e Nutrição em Relação ao Desempenho e à*

Satisfação no Trabalho: Um Estudo de Caso. Niterói: Universidade Federal Fluminense; 2010.

118 - Letamendía MdMA. Empresas de Restauración Alimentaria: Un Sistema de Gestión Global. Madrid: Ediciones Díaz de Santos; 2001.

119 - Edeli Simioni de Abreu, Mônica Glória Neumann Spinelli, Maria A. Gestão de unidades de alimentação e nutrição: um modo de fazer São Paulo: Editora Metha Ltda; 2003.

120 - Monaco, F. F., & Guimarães, V. N. (2000). Gestão da qualidade total e qualidade de vida no trabalho: o caso da gerência de administração dos correios. Revista de Administração Contemporânea, 3, 67-88.

121 - Pinto CAM, Salgado JAM, Melo LT, Moreira MAD, Rodrigues RB. Fundamentos de Gestão. Lisboa: Editorial Presença; 2006.

122 - Zottele RA. Administração na Alimentação Colectiva. Estado de São Paulo: Administração Regional do Senac no Estado de São Paulo; 2007.

ANEXOS

Anexo A

Pedido de colaboração para preenchimento do questionário “on- line”

Pedido de colaboração para preenchimento on-line, do projeto de investigação – “Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: estudo numa empresa de restauração coletiva Portuguesa”

Bom dia,

Solicitamos a vossa contribuição para o projeto de investigação no âmbito do Mestrado em Alimentação Coletiva, da Faculdade de Ciências de Nutrição e Alimentação da Universidade do Porto, com o objetivo de avaliar a relação entre a Perceção da Responsabilidade Social e a Satisfação no Trabalho em trabalhadores de uma empresa de restauração.

Os dados são tratados exclusivamente para fins académicos (Tese de Mestrado), sendo a informação fornecida anónima e estritamente confidencial. Não é possível a identificação individual dos intervenientes.

O preenchimento do inquérito é rápido, a participação é fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. O sucesso depende do rigor e sinceridade das vossas respostas, pelo que desde já agradeço a vossa participação.

O link de acesso: <https://goo.gl/forms/62lp7shNRTiHDy5E32>

Melhores Cumprimentos,

Ana Marçal Oliveira

Anexo B

Pedido de colaboração para aplicação do questionário em suporte papel

Pedido de colaboração para projeto de investigação – “Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: estudo numa empresa de restauração coletiva Portuguesa”

No âmbito de um projeto de investigação, com o objetivo de avaliar a “Perceção da Responsabilidade Social e a Satisfação no Trabalho em colaboradores de uma empresa de restauração”, pede-se a sua colaboração no preenchimento do questionário com rigor e sinceridade. Os dados do presente questionário são tratados exclusivamente para fins académicos/investigação, sendo a informação fornecida anónima e estritamente confidencial, não sendo possível a identificação individual dos participantes.

Obrigado pela colaboração!

Ana Marçal Oliveira

Anexo C

Questionário “Perceção da Responsabilidade Social e Satisfação no Trabalho: estudo numa empresa d Restauração Coletiva Portuguesa”

QUESTIONÁRIO “PERCEÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL E SATISFAÇÃO NO TRABALHO: ESTUDO NUMA EMPRESA DE RESTAURAÇÃO COLETIVA PORTUGUESA”

1- RESPONSABILIDADE SOCIAL

Pensando na organização/empresa na qual trabalha e nas suas diferentes preocupações e atividades, indique o grau de concordância com cada uma das frases apresentadas.

- Esta organização/empresa, incentiva a formação profissional dos seus colaboradores.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente				Concordo totalmente

- Esta organização/empresa, desenvolve projetos de preservação da natureza.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente				Concordo totalmente

- Esta organização/empresa, cumpre com o Código de Trabalho.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente				Concordo totalmente

- Esta organização/empresa, apoia eventos culturais, sociais, educativos e desportivos.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, promove igualdade entre homens e mulheres. *

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, promove equilíbrio entre a vida profissional e familiar.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, apoia a integração profissional de pessoas com deficiência.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, desenvolve regras internas que orientam o comportamento dos colaboradores.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, garante a estabilidade do emprego.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, colabora com instituições de solidariedade social.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, garante o pagamento atempado dos salários e regalias.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, promove comportamentos que visam a criação de valor.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

- Esta organização/empresa, esforça-se por ser uma das melhores organizações do seu setor/área de atividade.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente			Concordo totalmente	

2- SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Pensando no seu grau de satisfação no trabalho, indique em que medida se encontra satisfeito ou insatisfeito com cada um dos aspetos abaixo apresentados.

- Em relação à organização/empresa onde trabalho estou

1	2	3	4	5
Muito Insatisfeito			Muito Satisfeito	

- Em relação à colaboração e clima de relação com os meus colegas de trabalho, estou *

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

- Em relação à remuneração/benefícios sociais que recebo, estou

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

- Em relação à competência e liderança do meu superior hierárquico, estou

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

- Em relação à tarefa/função que desempenho, estou

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

- Em relação à análise entre vida pessoal, familiar e profissional, estou

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

- Em relação às minhas perspetivas de promoção, estou

1	2	3	4	5
Muito				Muito
Insatisfeito				Satisfeito

3- DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Delegação a que pertence: ____Norte ____Sul

Sexo: ____M ____F

Idade: ____anos

Estado Civil: ☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Divorciado ☐ Viúvo ☐ União facto

Nº dependentes a cargo: _____

Nacionalidade: ☐ Portuguesa ☐ Outra

Escolaridade: ☐ Primário ☐ Básico
☐ Secundário ☐ Licenciatura
☐ Outros ☐ NR

Há quantos meses/anos trabalha nesta empresa: _____ meses _____ anos

Horário de Trabalho: ☐ Fixo ☐ Rotativo ☐ Outros

Vínculo Profissional: ☐ Termo Certo ☐ Termo Incerto

Categoria Profissional

☐ Administração	☐ Preparador
☐ Direção Operacional	☐ Pasteleiro
☐ Direção Qualidade	☐ Despenseiro
☐ Direção Comercial	☐ ER
☐ Recursos Humanos	☐ EDP
☐ Gestão Área	☐ Planeamento/Gestão/Logística
☐ TQA/TQU	☐ Outros
☐ RU	
☐ Cozinheiro	

A construção do presente questionário teve em consideração a Missão e Política definida e adotada pela Empresa, bem como o suporte a outras referências designadamente, Duarte (2009) e Lima, L, Vala, J. e Monteiro, M. (1994).

Obrigado pela colaboração ☺
 Ana Marçal Oliveira

**Percepção da Responsabilidade Social e Satisfação
no Trabalho: Estudo numa Empresa de Restauração
Coletiva**

Ana Lucília Marçal Oliveira

FACULDADE DE CIÊNCIAS DA NUTRIÇÃO E ALIMENTAÇÃO

