U.PORTO

MESTRADO
ECONOMIA E GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

Perceções de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), Identificação Organizacional e Intenção de Saída.

Patrícia Silva

M

2025

FACULDADE DE **ECONOMIA**

U.PORTO

FEP FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DO PORTO

Perceções de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) Identificação Organizacional e Intenção de Saída.

Paula Patrícia Teixeira da Silva

Dissertação
Mestrado em Economia e Gestão de Recursos Humanos

Orientado por
Professor Doutor Carlos Cabral Cardoso

2025

Agradecimentos

Ao professor doutor Carlos Cabral Cardoso, pela disponibilidade e orientação ao longo deste trabalho.

Aos meus pais, por serem um pilar importante na minha vida a todos os níveis.

À minha irmã, por ser um exemplo para mim, pelo carinho e pelos conselhos. Ao meu cunhado, por estar sempre disposto a ajudar.

Ao meu namorado, por estar sempre presente, pelas palavras encorajadoras e apoio incondicional.

Por fim, aos meus amigos, Tânia e Tiago, pelo companheirismo e motivação.

Resumo

Num contexto organizacional cada vez mais competitivo, torna-se fundamental adotar estratégias eficazes que permitam obter resultados favoráveis. Neste cenário, a responsabilidade social empresarial (RSE) tem vindo a assumir um papel cada vez mais relevante, especialmente no que concerne ao seu envolvimento em resultados empresariais positivos decorrentes do seu impacto e influência no comportamento e atitudes dos trabalhadores. Assim, a presente investigação tem como objetivo central analisar o impacto das perceções de responsabilidade social empresarial (RSE) dos trabalhadores na identificação organizacional e na intenção de saída; o possível efeito mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída; os impactos da identificação organizacional na intenção de saída e os efeitos específicos de cada dimensão de RSE (económica, legal, ética e filantrópica). Neste seguimento, adotou-se uma abordagem quantitativa e realizou-se um inquérito por questionário online, aplicado a trabalhadores atualmente empregados. Os resultados indicam que as perceções de RSE têm impactos positivos e significativos na identificação organizacional, e negativos e significativos na intenção de saída. Adicionalmente, a identificação organizacional mediou parcialmente os efeitos das perceções de RSE na intenção de saída, e revelou-se um preditor significativo das intenções de saída. Este estudo é um contributo para a literatura de micro-RSE, e reforça o papel estratégico da RSE em contexto organizacional.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial (RSE); Identificação Organizacional, Intenção de Saída

Abstract

In an increasingly competitive organizational context, it is essential to adopt effective strategies that enable favorable results to be achieved. In this scenario, corporate social responsibility (CSR) has taken on an increasingly important role, especially with regard to its involvement in positive business results arising from its impact and influence on employee behavior and attitudes. The main aim of this research is to analyze the impact of employees' perceptions of corporate social responsibility (CSR) on their identification with the organization and their turnover intention; the possible mediating effect of organizational identification on the relationship between perceptions of CSR and turnover intention; the impact of organizational identification on turnover intention and the specific effects of each dimension of CSR (economic, legal, ethical and philanthropic). To this end, a quantitative approach was adopted and an online questionnaire survey applied to currently employed workers. The results indicate that perceptions of CSR have a positive and significant impact on organizational identification and a negative and significant impact on turnover intention. In addition, organizational identification partially mediated the effects of CSR perceptions on turnover intention, and proved to be a significant predictor of turnover intention. This study is a contribution to the micro-CSR literature and reinforces the strategic role of CSR in an organizational context.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Organizational Identification; Turnover Intention

Índice

1. Introdução 1

2. Revisão de Literatura e Enquadramento Teórico 3

2.1. Responsabilidade Social Empresarial 3
2.1.1 Evolução do conceito 3
2.1.2. Estudos ao nível do indivíduo 5

2.2 Identificação organizacional 7
2.2.1 Perceções de RSE e impactos na identificação organizacional 8

2.3. Intenção de saída 10
2.3.1 Perceções de RSE e intenção de turnover 11
2.3.2 Perceções de RSE, identificação organizacional e intenção de saída 13

3. Objetivos gerais do estudo 15

3.1. Objetivos específicos 15

3.2 Hipóteses de investigação 15

4.1 Estratégia Metodológica 17

4.2 Escalas 17

4.3 Amostra 19

5. Análise de resultados 21

5.1. Caracterização da amostra 21
5.1.1 Estatística descritiva e correlações 21

5.2 Modelo de mediação e teste de hipóteses 24
5.2.1 Perceções de RSE e identificação organizacional; perceções de RSE e intenção de saída; identificação organizacional e intenção de saída 25
5.2.2 Efeito mediador da identificação organizacional 25
5.2.2 Resumo do modelo de investigação 26

5.3 Efeitos específicos das dimensões de RSE na identificação organizacional e na intenção de saída. 27

6. Discussão 30

7. Conclusões, Implicações e limitações 32

7.1 Conclusões 32

7.2 Implicações teóricas e práticas 33

7.3 Limitações do estudo e investigações futuras 33

Referências bibliográficas 34

Anexos 42

Anexo I. 42

Questionário 42

Índice de figuras

Figura 1 Modelo de investigação.....16

Figura 2 Resumo do modelo de investigação.....27

Índice de tabelas

Tabela 1 Características demográficas da amostra.....20

Tabela 2 Média, desvio-padrão e índice de precisão.....23

Tabela 3 Correlações entre variáveis.....24

Tabela 4 Teste de hipóteses H1 H2 H3.....25

Tabela 5 Efeitos totais, direitos e indiretos 26

Tabela 6 Efeito das perceções de RSE (económica, legal, ética e discricionária) na identificação organizacional.....28

Tabela 7 Efeito das perceções de RSE (económica, legal, ética e discricionária) na intenção de saída.....29

1. Introdução

A presente dissertação enquadra-se no âmbito do mestrado em Economia e Gestão de Recursos Humanos da Faculdade de Economia da Universidade do Porto, tendo como objetivo principal estudar as perceções de responsabilidade social empresarial (RSE) dos trabalhadores e os impactos na identificação organizacional e na intenção de saída. Especificamente, pretende-se perceber se as perceções de RSE ao nível das quatro dimensões (económica, legal, ética, filantrópica) influenciam os comportamentos e atitudes dos trabalhadores.

A formulação do objetivo de estudo surge, por um lado, da crescente dificuldade, por parte das empresas, em reter trabalhadores (Mercer, 2023) e por outro lado para dar resposta a lacunas encontradas na literatura de RSE, nomeadamente quanto à insuficiência de estudos ao nível de análise individual (Aguinis et al., 2024). Especificamente, pretende-se trazer contributos práticos que permitam às empresas adotar práticas de RSE adequadas às necessidades e expectativas dos colaboradores, podendo contribuir para as políticas de retenção de colaboradores, e ao mesmo tempo preencher lacunas na literatura ao nível de análise individual, que tem sido menos estudada.

Os trabalhadores, enquanto grupo, têm sido estudados na literatura sobre RSE a partir de várias perspetivas teóricas, bem como em diversas áreas do conhecimento (Onkila & Sarna, 2022). Não obstante, tal como referem Aguinis et al., (2024) "as investigações sobre RSE têm-se centrado maioritariamente em fatores de nível organizacional que abordam questões ambientais e sociais e em grande parte o desempenho financeiro resultante da empresa, verificando-se ainda abordagens insuficientes relativas às de nível de análise individual" (p.219) Neste seguimento, o enfoque do presente estudo vai se debruçar ao nível de análise individual.

A presente investigação inicia-se com a revisão de literatura focada nos três conceitos centrais deste estudo. Em primeiro lugar, a RSE, onde irei abordar o conceito, explorando as diversas definições construídas ao longo das décadas, as principais teorias e abordagens, e o nível de análise individual, fazendo referência às perceções, atitudes e comportamentos dos indivíduos quanto à RSE. De seguida, serão abordados os conceitos de intenção de *turnover* e a identificação organizacional, bem como enquadrar as evidências encontradas na literatura

sobre as relações: RSE e intenção de *turnover;* RSE e identificação organizacional, identificação organizacional e intenção de *turnover*. Posteriormente, segue-se a apresentação dos objetivos gerais e específicos, bem como as hipóteses de investigação apresentadas e a metodologia, com referência à estratégia metodológica, escalas utilizadas e amostra do estudo. Posto isto, são apresentados os resultados obtidos, seguidos da discussão, conclusões, limitações e investigação futura.

2. Revisão de Literatura e Enquadramento Teórico

2.1. Responsabilidade Social Empresarial

2.1.1 Evolução do conceito

O conceito de RSE evoluiu ao longo das décadas, sendo possível identificar diversos marcos históricos desde o seu desenvolvimento inicial até às abordagens mais recentes. Um dos primeiros autores a formular a ideia da RSE foi Bowen, com a sua publicação "Social Responsibilities of the Businessman" em 1953. A perspetiva de Bowen (1953) partia da convicção de que as empresas detinham poder e um papel central na tomada de decisão, pelo que as suas ações impactam significativamente a sociedade em diversos níveis. Na década de 50, os discursos sobre RSE eram ainda limitados (Carroll & Shabana, 2010) e o foco principal das empresas em se envolverem em RSE tinha por base contribuir para o bem-estar da sociedade sem uma ligação com os seus objetivos de negócio. Nos anos 60 e 70, a RSE passa a ser reconhecida como uma responsabilidade mais ampla, envolvendo questões éticas e sociais, onde a pressão pública e os movimentos sociais começaram a moldar a forma como as empresas abordavam as suas responsabilidades (Carroll & Shabana, 2010).

McGuire (1963) contribuiu para uma nova construção da definição de RSE afirmando que a atuação das empresas não se limita ao cumprimento de exigências de caráter legal e económico, tendo igualmente responsabilidades sociais a outros níveis. Para Jones (1980) a RSE correspondia às responsabilidades das empresas para com os diversos grupos, não se restringindo apenas aos acionistas. São, assim, introduzidos dois fundamentos importantes, por um lado, o reconhecimento da existência de outras responsabilidades de caráter voluntário e por outro lado, a extensão das responsabilidades a outros grupos da sociedade para além dos acionistas. Um contributo importante para consolidar este pressuposto foi a definição de RSE elaborada pela Comissão Europeia (2001) na sua publicação do livro verde:

> "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". (p.8)

É a partir da década de 80 e 90 que, tendo por base a construção do conceito de RSE, começam a surgir conceitos relacionados e o discurso sobre RSE intensifica-se. A RSE passou a ser integrada nas estratégias empresariais, com um foco crescente em como as práticas de RSE poderiam beneficiar tanto a sociedade quanto os resultados financeiros das empresas, o que até então não entrava no debate em torno da RSE (Carroll & Shabana, 2010). Neste período, destacam-se a publicação do Relatório Brundtland em 1987, que introduziu o conceito de desenvolvimento sustentável, e a pirâmide de RSE desenvolvida por Carroll (1991), uma abordagem fundamental para consolidar a ideia de que a RSE pode ser categorizada em quatro níveis de responsabilidades.

Deste modo, Carroll (1991) dividiu a responsabilidade das empresas em quatro dimensões: económica, legal, ética e filantrópica. A Responsabilidade económica é o nível base da pirâmide, onde a principal responsabilidade da empresa prende-se em ser economicamente viável, maximizando os lucros e garantindo a sua rentabilidade. Em seguida está a Responsabilidade legal onde é esperado que as empresas se estabeleçam dentro dos limites da lei, cumprindo as normas legais e os regulamentos que regem as suas atividades. No terceiro nível encontra-se a Responsabilidade ética, cujas responsabilidades estão além das obrigações legais, devendo as empresas agir de forma ética, reconhecendo o impacto que as suas decisões e ações têm na sociedade e nas partes interessadas. Por fim, a Responsabilidade filantrópica, também denominada de discricionária, inclui ações de caráter voluntário, como doações e envolvimento em causas sociais, que contribuam de forma positiva para o bem-estar da sociedade.

O conceito de RSE engloba diferentes teorias, abordagens e definições. Dahlsrud (2006) identificou cinco dimensões nas quais as diversas investigações definiam o conceito de RSE: dimensão ambiental (a relação da empresa com o meio ambiente); dimensão social (a relação da empresa com a sociedade); dimensão das partes interessadas (relação da empresa com os diversos grupos); dimensão de voluntariedade (relação da empresa com ações além do que está previsto na lei); e dimensão económica (relação entre a necessidade de uma empresa ser economicamente viável e contribuir para a sociedade).

Quanto às teorias de RSE, Garriga e Melé (2004) classificam-nas em quatro categorias distintas: instrumentais, políticas, integrativas e éticas. No primeiro grupo, a RSE é entendida como um meio estratégico para alcançar objetivos económicos, isto é, o objetivo central está em obter lucros, criar riqueza e dar resposta a objetivos económicos (Garriga & Melé, 2004). A abordagem de Friedman (1970) debruça-se sobre este pressuposto, na medida que defende que a única responsabilidade social de uma empresa é a de ser economicamente viável, utilizando os seus recursos de forma a aumentar os lucros dos acionistas, respeitando as normas e regulamentos estabelecidos. No segundo grupo de teorias é reconhecida a influência e o poder das empresas no quadro político, e a sua capacidade de influenciar a sociedade (Garriga & Melé, 2004) e, de acordo com Davis (1960), enquanto entidade inserida na sociedade, a empresa deve exercer o poder que detém de forma socialmente responsável. No terceiro grupo de teorias, as responsabilidades são alargadas às diversas partes interessadas (não apenas acionistas, mas também colaboradores, consumidores, e a comunidade em geral), reconhece-se que as empresas e a sociedade estão interligadas, pelo que se deve integrar preocupações sociais nas práticas empresariais (Garriga & Melé, 2004). Por fim, o último grupo de teorias é fundamentado em princípios éticos, onde as empresas devem incorporar práticas de RSE e agir de forma socialmente responsável perante a sociedade, promovendo o bem-estar social e ambiental, o respeito pelos direitos humanos e ambientais (Garriga & Melé, 2004).

2.1.2. Estudos ao nível do indivíduo

Partindo da convicção de Wood (1991), o conceito de RSE prende-se na ideia de que "as empresas e a sociedade estão interligadas e, não sendo entidades distintas, é esperado que a sociedade detenha certas expectativas quanto aos comportamentos das empresas" (p. 695), isto é, não podemos olhar para estes dois construtos de forma distinta, uma vez que ambos se relacionam e complementam entre si. Neste sentido, Wood (1991) analisa e define o conceito de RSE através de três níveis: individual, que abrange as obrigações dos gestores e outros intervenientes da organização, tais como os colaboradores; organizacional, foca-se nas responsabilidades das empresas (das suas atividades e resultados); e institucional, que leva em consideração as expectativas da sociedade perante a atuação das empresas. Já Aguilera et al. (2007) identificam quatro níveis de análise no contexto de RSE: nível micro ou individual (colaboradores); meso ou organizacional (grupos internos e externos que se relacionam com a organização como acionistas e consumidores, respetivamente); macro ou nacional

(governos e legislação); e supra ou transacional (organizações não-governamentais, sindicatos e organizações intergovernamentais, por exemplo, ONU, OCDE).

De modo a quantificar o número de investigações empíricas sobre os níveis de análise de RSE, num período extenso (1970-2011), Aguinis e Glavas (2012) concluíram que "33% dos estudos se concentram no nível de análise institucional, 57% no nível organizacional, 4% no nível individual e 5% são estudos multinível." (p.34) O que se verifica é que o nível de análise individual tem sido pouco abordado na literatura, e apesar de atualmente assistirmos a um crescente destaque de investigações ao nível individual de análise, as investigações sobre RSE têm se centrado maioritariamente a outros níveis, com destaque principalmente no desempenho financeiro (Aguinis et al., 2024), isto é, os estudos têm se focado em analisar os resultados financeiros para as empresas provenientes do seu envolvimento em RSE.

Nos últimos anos, e em resposta a muitos apelos de investigadores para que se estude o nível de análise individual, a literatura sobre o tema cresceu significativamente. Não obstante, tal como reforça Aguinis el al., (2024) as abordagens para melhor compreender as interações entre comportamentos individuais e a RSE são ainda insuficientes. Tem sido um desafio situar o estado da literatura e as evidências empíricas a este nível muito pela complexidade vinculada aos estudos RSE devido ao seu caráter diversificado e multidisciplinar, conforme ressalta Aguinis et al. (2024). De facto, especificamente, nas investigações que ligam o comportamento individual à RSE essa questão intensifica-se, devido ao seu caráter multidisciplinar, que se estende por diferentes campos do conhecimento (Aguinis et al., 2024).

Neste seguimento, nos últimos anos há cada vez mais um enfoque em estudos de micro-RSE, onde se procura compreender o papel da RSE como preditor de resultados de nível individual, nomeadamente no comportamento dos trabalhadores. Analisam-se como variáveis de nível individual (comportamentos e atitudes dos indivíduos) são influenciadas pela RSE, os benefícios dessa relação quer para os trabalhadores quer para as organizações, e os mecanismos associados a essa relação. Rupp & Mallory (2015) definem a micro-RSE como "o estudo dos efeitos e experiências da RSE (independentemente da sua definição) nos indivíduos (em qualquer grupo de partes interessadas), conforme examinado ao nível individual de análise" (p. 216). Ou seja, o foco destes estudos está em perceber como é que

a RSE influencia e é percebida pelos indivíduos. Neste sentido, perceções e comportamentos dos indivíduos no local de trabalho enquadram-se nos estudos de micro-RSE. Tal como referem os autores, a micro-RSE não se limita ao estudo de um único grupo, mas, dado o foco da problemática em estudo, esta investigação terá como foco exclusivamente os trabalhadores como unidade de análise.

Como referido anteriormente, dado a fragmentação na literatura em torno desta questão, e de modo a melhor compreender as relações entre RSE e comportamentos dos indivíduos, Aguinis et al., (2024) propõem que se analisem as perceções atitudes e comportamentos de RSE. As perceções de RSE têm um papel fundamental, pois refletem a forma como os indivíduos percebem e interpretam as iniciativas de RSE de uma organização, o que acaba por influenciar diretamente as atitudes e comportamentos dos trabalhadores (Aguinis et al.,2024). Assim, o presente trabalho propõe-se investigar principalmente as perceções de RSE dos trabalhadores e os impactos na identificação organizacional e nas intenções de *turnover*.

2.2 Identificação organizacional

A identificação organizacional é um conceito de relevo na literatura sobre comportamento organizacional, em que as investigações centrais adotaram a teoria da identidade social para explicar o processo (Ashforth & Mael, 1989). Os pressupostos centrais da teoria da identidade social podem ser entendidos como o mecanismo psicológico que leva os indivíduos a se classificarem em grupos sociais de referência (Ashforth & Mael, 1989). De acordo com esta teoria, o autoconceito de um indivíduo é construído a partir da sua identidade própria, estando incluídos as suas características pessoais desde competências a preferências próprias, e a partir da identidade social, englobando as classificações de um grupo (Tajfel & Turner, 1985, citado por Mael & Ashforth, 1992), ou seja, os indivíduos classificam-se quer pelas suas características pessoais, quer pelas características do grupo ao qual sentem que pertencem.

Para Mael e Ashforth (1992) a identificação organizacional é um subtipo de identificação social, sendo a identificação social definida como "perceção de pertença a um grupo" (p. 104). Por sua vez, identificação organizacional é a "perceção de unidade ou pertença a uma organização, em que o indivíduo se define em termos da(s) organização(ões)

de que é membro" (Mael & Ashforth, 1992, p. 104), isto é, os indivíduos associam as características das organizações à qual pertencem às suas próprias características. Por exemplo, se percecionam a organização à qual pertencem como prestigiada, incorporam esse prestígio na sua caracterização pessoal. De modo a aumentar a sua autoestima, os indivíduos tendem a associar-se a categorias sociais que refletem uma imagem ou um estudo distintivo (Hogg & Terry, 2000). O que se verifica no contexto organizacional é que os trabalhadores tendem a integrar os valores de organizações prestigiadas aos seus próprios valores, e consequentemente formam um forte sentido de identificação organizacional (Shin et al., 2016).

2.2.1 Perceções de RSE e impactos na identificação organizacional

Farooq et al. (2017) reforçam a ideia de que as organizações que se envolvem em RSE são vistas como atrativas, portanto um bom desempenho em termos de responsabilidade social fomenta uma imagem externa positiva, o que está intimamente ligado à identificação organizacional (Carmeli et al., 2007). Carmeli et al. (2007) descobriram que as perceções dos trabalhadores sobre a RSE estavam positivamente relacionadas com a sua identificação organizacional, que, por sua vez, influenciou outros comportamentos no local de trabalho. Na mesma linha de investigação, Farooq et al. (2014) concluíram que a RSE influencia positivamente a identificação organizacional, sendo que a RSE direcionada aos trabalhadores representa o preditor mais forte de identificação organizacional, seguida da RSE direcionada para a comunidade. Estes resultados em específico sugerem que ações de RSE focadas nos trabalhadores enviam sinais aos trabalhadores de que a empresa é confiável, da mesma forma que atividades de RSE direcionadas à comunidade, nomeadamente os contributos a questões sociais, são importantes para os trabalhadores (Farooq, et al., 2014).

A influência positiva das perceções de RSE na identificação com a organizações é evidenciada na literatura (Farooq et al., 2014; Carmeli et al., 2007; Zhao et al., 2019). Não obstante, as investigações sobre esta possível relação são limitadas, os resultados são discordantes (Roy, 2022), subsistem incertezas consideráveis (Zhao et al., 2019) e os mecanismos subjacentes e a natureza exata dessa relação não foram totalmente evidenciados, nem compreendidos (Farooq et al., 2017).

Por exemplo, Kim et al. (2010) demonstraram que as perceções da RSE não influenciam diretamente a identificação dos trabalhadores com a empresa, mas é através da perceção do prestígio externo decorrente da RSE externa que se cria a identificação com a organização. Importa referir que a RSE externa corresponde às práticas focadas na comunidade, como por exemplo envolvimento em causas sociais, colaboração com organizações não governamentais, entre outros (Farooq, et al., 2014). Por sua vez, perceção de prestígio externo corresponde à forma como os indivíduos acreditam que organização é vista pela sociedade (Farooq, et al., 2014). Na mesma linha de pensamento, Farooq et al. (2017) sugerem que a perceção da RSE externa por parte dos trabalhadores aumenta o seu prestígio percebido, e por sua vez, reforça a sua identificação organizacional. Ou seja, os trabalhadores entendem que organização socialmente responsável é mais propensa a adquirir um estatuto de prestígio, e quando os trabalhadores percebem que a organização está a ser vista dessa forma pela sociedade tendem a identificar-se com ela. As investigações de De Roeck et al. (2016) são consistentes e demonstram que as perceções dos trabalhadores sobre a RSE influenciam positivamente as suas crenças sobre o prestígio externo das suas organizações, ou seja, a forma como esta é vista pela sociedade, o que resulta numa maior identificação organizacional. Em conjunto, estes estudos sugerem que as perceções da RSE podem realçar uma imagem positiva de uma organização, através do prestígio externo, o que pode levar a uma maior identificação com a organização. No entanto, tal como referem De Roeck et al. (2016) a relação entre RSE e identificação organizacional carece ainda de investigações empíricas para melhor compreender o papel das variáveis envolvidas.

Importa ainda referir que os efeitos das perceções de RSE podem diferir nas atitudes e comportamentos dos trabalhadores consoante diferentes dimensões de RSE. Por exemplo, Zhao et al. (2019) demonstram que as perceções de RSE estão fortemente relacionadas com a identificação organizacional, especificamente a dimensão de RSE filantrópica e a económica. Para o Zhao et al. (2019) empresas com desempenho favorável em termos de RSE económica adquirem estatutos elevados, reforçando, assim, a identificação com a organização. Por outro lado, as empresas com bom desempenho na RSE filantrópica podem ter imagens externas positivas (Zhao et al., 2019) e tal como Farooq et al. (2017) afirmam, o prestígio externo percebido fomenta a identificação organizacional.

Kim et al. (2017) afirmaram que os aspetos económicos e legais da RSE podem ser percebidos como uma responsabilidade assumida por uma organização, assim, a RSE ética e filantrópica pode ter mais influência junto das partes interessadas. Em uma das suas investigações, Kim et al. (2020) concluíram que unicamente a RSE ética e filantrópica tiveram efeitos diretos significativos nas intenções dos trabalhadores em permanecer nas empresas, e na identificação organizacional. Reconhecendo que, de facto, os efeitos da RSE podem diferir nas atitudes e comportamentos dos trabalhadores consoante diferentes dimensões de RSE, o presente estudo tem também como objetivo analisar especificamente os efeitos de cada uma das quatro dimensões de RSE nas variáveis em análise.

2.3. Intenção de saída

O conceito de *turnover* destaca-se pela sua relevância nos estudos organizacionais e económicos, sendo o conceito e os processos inerentes alvo de análise a partir de perspetivas individuais e organizacionais (Shaw et al., 1998) e é definido por Tett e Meyer (1993) como o término do contrato de trabalhado entre o trabalhador e a organização. O conceito de *turnover* evoluiu ao longo das décadas, sendo que os primeiros contributos se centravam maioritariamente em analisar os antecedentes relacionados com as atitudes, como a satisfação no trabalho, o compromisso organizacional e, posteriormente, as intenções de *turnover (*Gupta, Bhatia & Bhagat, 2022).

No que concerne aos objetivos da presente investigação importa distinguir os conceitos de *turnover* voluntário e involuntário, bem como a intenção de *turnover* e o *turnover* real. Enquanto o *turnover* voluntário corresponde à vontade própria do trabalhador em abandonar a organização, o *turnover* involuntário é a decisão, por parte do empregador, de terminar a relação contratual (Shaw et al., 1998), ou seja, o que difere entre ambos é qual das partes decide tomar a decisão de colocar fim à relação contratual.

Segundo Fishbem e Ajzen (1975) "o melhor preditor individual do comportamento de um indivíduo será uma medida da sua intenção de realizar esse comportamento" (p. 369). Este pressuposto confirma aquilo que tem sido assumido na literatura de que a intenção de *turnover* representa o mais forte preditor do *turnover* real (Mobley, 1977), isto é, a partir do momento que existe a intenção de abandonar a organização, a probabilidade de efetivamente o fazer é maior. A intenção de *turnover* pode ser caracterizada como o precursor imediato e

direto do comportamento de *turnover* voluntário (Mobley, 1977), isto é, o antecedente imediato ao ato real de abandonar a organização, que se traduz na vontade de um indivíduo abandonar a organização, contrariamente ao *turnover,* um conceito objetivo, que corresponde à saída real da organização.

Sendo as intenções de *turnover* o preditor mais forte e direto no *turnover* real (Steaal & Oval, 1984), facto que pode ser, em parte, explicado pelo pressuposto de que no processo de decisão as intenções de *turnover* são o último processo cognitivo anterior à efetiva decisão de abandonar a organização (Mobley, 1977), importa investigar e compreender os antecedentes que predizem as intenções de *turnover*.

2.3.1 Perceções de RSE e intenção de *turnover*

A relação entre o envolvimento das empresas em RSE e a diminuição do *turnover* voluntário é evidenciada na literatura (Nyuyen et al., 2024; Vitaliano, 2010). Nyuyen et al. (2024) relacionaram a RSE e o *turnover* dos trabalhadores e concluíram que o *turnover* voluntário diminui quando as empresas se envolvem em RSE. Além disso, também demonstraram uma relação direta entre o nível de RSE adotado pelas empresas e a perceção dos trabalhadores sobre o seu prestígio. Neste sentido, Nyuyen et al. (2024) sugerem que os trabalhadores que se identificam com as atividades de RSE da sua empresa formam fortes conceções, o que está relacionado com menor *turnover* voluntário. Por outro lado, se as iniciativas de RSE forem percecionadas como inconsistentes, a identificação dos trabalhadores com a organização diminui, aumentando o *turnover* voluntário (Nyuyen et al., 2024).

Esta conclusão é consistente com as de Vitaliano (2010) quanto à ligação entre o envolvimento em RSE e o *turnover* voluntário. Vitaliano (2010) quantificou rigorosamente o efeito da RSE no *turnover* voluntário em empresas de elevado prestígio e descobriu que a adoção de práticas que levam a empresa a ser classificada como socialmente responsável reduz o *turnover* voluntário significativamente, em comparação com as empresas não classificadas como socialmente responsáveis. A hipótese apresentada nesta investigação era de que empresas já consideradas com estatutos elevados e distintivos na sociedade dificilmente obteriam benefícios adicionais de redução de *turnover* se também fossem consideradas socialmente responsáveis, o que não se verificou, concluindo-se que

efetivamente as empresas beneficiam com menos *turnover* voluntário ao adotarem práticas socialmente responsáveis.

As perceções de RSE e a sua influência nas intenções de *turnover* é evidenciada na literatura. Estudos mostram que as perceções de RSE influenciam significativamente as intenções de *turnover* (Bayode & Duarte, 2022; Chaudhary, 2017; Nejati et al., 2021; Virador & Chen, 2023). Bayode & Duarte (2022) investigaram as perceções dos trabalhadores para analisar a relação entre a RSE e a intenção de *turnover*. Os resultados confirmam que as perceções de RSE predizem significativamente as intenções de *turnover*, e sugerem que à medida que aumentam as perceções dos trabalhadores sobre o envolvimento da sua entidade empregadora em RSE, as intenções de *turnover* diminuem. Esta conclusão é consistente com as de Chaudhary (2017), Nejati et al. (2021), Virador & Chen (2023), que ao investigarem a relação entre perceções de RSE e intenção de *turnover* descobriram uma influência significativa das perceções de RSE dos trabalhadores nas suas intenções de *turnover*.

Importa referir que, tal como Nejati et al. (2021) destacam, diversos estudos têm se focado em analisar a relação entre o envolvimento e participação dos trabalhadores em iniciativas de RSE (por exemplo, participação em programas de voluntariado) e o *turnover* voluntário, o que pode não ser o ideal. O envolvimento dos trabalhadores em RSE pode não ser necessário para reduzir o *turnover* voluntário, em vez disso, apenas o facto dos trabalhadores percecionarem a organização à qual pertencem como socialmente responsável pode melhorar significativamente a retenção de trabalhadores (Nejati et al., 2021). Como evidenciado, as perceções dos trabalhadores são preditores de comportamentos e atitudes no trabalho e a sua importância não deve ser negligenciada, e tal como afirma Shin et al. (2016) mais eficaz e significativo do que implementar políticas e práticas socialmente responsáveis pode ser comunicá-las de forma clara aos seus trabalhadores de modo a fortalecer as suas atitudes e comportamentos.

Apesar de encontramos evidências de que as perceções de RSE predizem as intenções de *turnover* nos estudos acima apresentados, segundo Chaudhary (2017) as investigações neste âmbito apresentam resultados inconsistentes, alguns não suportam a existência de uma relação, outros não encontram relações diretas, o que pode apontar para um possível efeito indireto das perceções de RSE nas intenções de *turnover*.

2.3.2 Perceções de RSE, identificação organizacional e intenção de saída

Na literatura, identificação organizacional é evidenciada como um forte preditor das intenções de *turnover* (Randsley de Moura, 2009). Do mesmo modo, como já referido anteriormente, as perceções de RSE predizem quer as intenções de *turnover* (Bayode & Duarte, 2022; Chaudhary, 2017; Nejati et al., 2021; Virador & Chen, 2023; Manzoor et al., 2023), quer a identificação organizacional (Farooq et al., 2014; Carmeli et al., 2007; Zhao et al., 2019). Porém, persistem resultados inconsistentes quanto aos mecanismos associados às diferentes relações (Chaudhary, 2017) e, portanto, há necessidade de avaliar e compreender o papel das diferentes variáveis envolvidas.

Mahmood et al. (2020) sugerem que é por meio da identificação organizacional que as perceções positivas de RSE minimizam os comportamentos e atitudes indesejados dos trabalhadores no local de trabalho. De facto, muitas investigações debruçaram-se sobre a identificação organizacional para explicar os efeitos positivos da RSE nos comportamentos dos trabalhadores, incluindo nas suas intenções de *turnover*. Zhao et al. (2022) e Wang et al. (2017) investigaram os mecanismos mediadores associados às perceções de RSE e respetivos impactos nos comportamentos e atitudes dos trabalhadores e concluíram que a identificação organizacional desempenha um papel mediador muito significativo na relação entre perceções de RSE e as intenções de *turnover,* destacando o papel fundamental da identificação organizacional na eficácia organizacional. Da mesma forma, Shaikh et al. (2022) e Bharadwaj e Yameen (2020) comprovaram o papel mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e a intenção de *turnover*. Contrariamente, Manzoor et al. (2023) ao testarem a influência da identificação organizacional como variável mediadora entre micro-RSE e intenções de *turnover* concluíram não existir mediação significativa.

De forma geral, a literatura evidencia que as perceções de RSE dos trabalhadores estão associadas positivamente à identificação organizacional, e negativamente à intenção de saída. Adicionalmente, a literatura sugere que a identificação organizacional medeia a relação entre perceções de RSE e intenção de saída, e é um preditor das intenções de saída. Contudo, persistem lacunas e resultados inconsistentes. Particularmente, a investigação ao nível de análise individual é ainda limitada (Aguinis et al., 2024); subsistem algumas inconsistências nos resultados quanto aos efeitos das perceções de RSE na intenção de saída (Chaudhary,

2017) e na identificação organizacional (Roy, 2022); e o papel mediador da identificação organizacional não é consensual.

3. Objetivos gerais do estudo

Este estudo tem como objetivo geral analisar o impacto das perceções de responsabilidade social empresarial (RSE) dos trabalhadores nas atitudes e comportamentos, especificamente, na identificação com a organização e na intenção de saída, analisando também o possível efeito mediador da identificação organizacional. Pretende-se essencialmente perceber se as perceções de RSE (económica, legal, ética, filantrópica) influenciam os comportamentos e atitudes dos trabalhadores.

3.1. Objetivos específicos

Com esta investigação, pretende-se dar resposta à problemática de estudo, analisando os impactos da RSE na identificação organizacional e na intenção de saída, bem como o papel mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída; os efeitos da identificação organizacional na intenção de saída e os efeitos específico de cada uma das dimensões de RSE em análise. Tendo em conta os objetivos gerais anteriormente apresentados, seguem-se os objetivos específicos:

Analisar o impacto das perceções de RSE (económica, legal, ética, filantrópica) na intenção de saída.

Analisar o impacto das perceções RSE (económica, legal, ética, filantrópica) na identificação com a organização.

Analisar o impacto da identificação com a organização nas intenções de saída.

Analisar o papel mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída.

Identificar quais das dimensões de RSE (económica, legal, ética, filantrópica) desempenham um papel dominante.

3.2 Hipóteses de investigação

Tendo por base os objetivos definidos, foram formuladas as seguintes hipóteses de investigação. Com base na revisão de literatura, propõe-se que as perceções de RSE

influenciam a identificação organizacional e a intenção de saída; que a identificação organizacional influencia a intenção de saída, e que efeitos da RSE nas intenções de saída são explicados por meio da identificação organizacional.

H1 As perceções dos trabalhadores do envolvimento da empresa em RSE (económica, legal, ética e filantrópica) têm um impacto positivo e significativo na identificação organizacional.

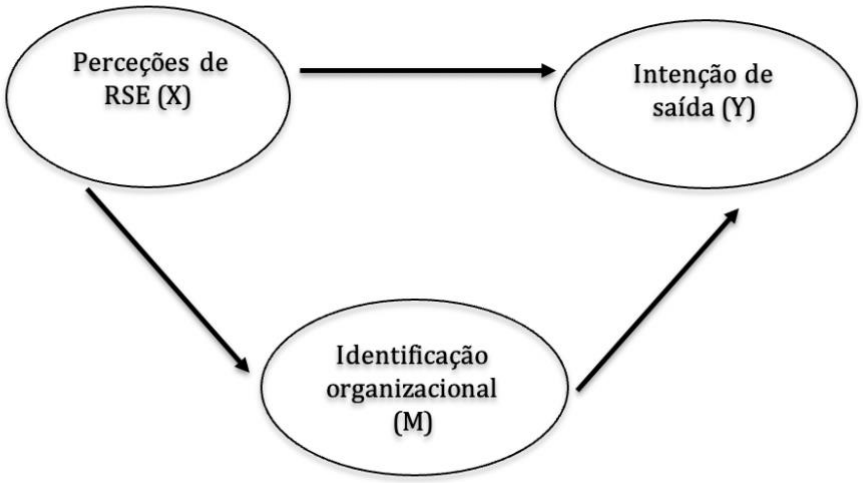
H2 As perceções dos trabalhadores do envolvimento da empresa em RSE (económica, legal, ética e filantrópica) têm um impacto negativo e significativo nas intenções de saída.

H3 A identificação com a organização influencia negativamente e significativamente as intenções de saída.

H4 A identificação organizacional medeia a relação entre perceções de RSE e intenção de saída.

Figura 1

Modelo de investigação



Fonte: Elaboração própria

4. Metodologia

4.1 Estratégia Metodológica

No processo de investigação científica torna-se imprescindível definir a abordagem a utilizar na recolha dos dados necessários à satisfação dos objetivos propostos. No presente estudo recorreu-se à abordagem quantitativa e ao recurso ao software IBM SPSS *Statistics* no tratamento dos dados. A investigação quantitativa caracteriza-se pela recolha, análise e tratamento de dados que são quantificáveis recorrendo a técnicas estatísticas (Pocinho & Matos, 2022). A sua utilização centra-se na "análise de dados escalares, numerais e objetivos, que definem fenómenos e relações de causalidade entre variáveis e probabilidades por meio de estatística de inferência e/ou descritiva" (Pocinho & Matos, 2022, p.9). Quanto à técnica de recolha dos dados foi usado o inquérito por questionários dado que possibilita "quantificar os dados obtidos e de se proceder a inferências e generalizações "(Sá, Costa & Moreira, 2021, p.14). No presente estudo, foi usada a técnica de amostragem não probabilística por conveniência. Neste caso, dado os objetivos do presente estudo, dirigiu-se o estudo à população atualmente empregada. O questionário foi elaborado na plataforma *Google Forms* para a recolha de dados, aplicado à população empregada, e divulgado nas redes sociais e a contactos pessoais entre os dias 27 de fevereiro a 20 de março. O questionário está dividido em quatro secções: na primeira parte foi introduzida de forma breve o tema e os objetivos centrais do estudo, seguido das seguintes informações: duração média estimada do questionário, requisitos à participação do estudo (estar, atualmente, empregado), finalidade, garantia de confidencialidade dos dados recolhidos, e caráter voluntário da participação. Por sua vez, segue-se a secção referente aos dados demográficos dos inquiridos, seguida da secção referente à escala de medição das perceções de RSE, escala de intenção de *turnover,* e escala de identificação organizacional.

4.2 Escalas

Para medição de perceções RSE foi utilizada a escala de medição de perceções de RSE elaborada por Leal (2012) com 21 itens, alguns adaptados de escalas já existentes, outros formulados pela autora. Esta escala é baseada na escala de Maignan et al. (1999), com base na pirâmide de RSE de Carroll (1979), que permite avaliar as perceções de RSE, nas suas quatro dimensões de responsabilidades (económica, legal, ética e filantrópica), adaptada com modificações sugeridas por Rego et al. (2011). Rego et al., sugeriram que se aperfeiçoasse a

escala de Maignan et al. (1999) introduzindo as seguintes subdimensões: responsabilidade económica orientadas para os clientes, responsabilidade económica orientada para os proprietários, responsabilidade discricionária orientada para os colaboradores, responsabilidade discricionária orientada para comunidade e responsabilidade discricionária orientada para o ambiente natural. Neste seguimento, são sete dimensões em análise neste estudo: 1- responsabilidades económicas orientadas para os clientes, 2- responsabilidades económicas orientadas para os proprietários, 3- responsabilidades legais, 4- responsabilidades éticas, 5- responsabilidades discricionárias orientadas para os colaboradores, 6- responsabilidades discricionárias orientadas para a comunidade e 7- responsabilidades discricionárias orientadas para o ambiente natural (Leal, 2012). No presente estudo inverteu-se o sentido de alguns itens. Quanto à consistência interna da escala, a mesma apresentou valores entre .77 a .88 nas sete dimensões de RSE em análise no estudo original de Leal (2012), traduzindo-se em resultados favoráveis dado que o valor mínimo estipulado na literatura é de .70 (Nunnally, 1978).

Para medir a identificação organizacional recorreu-se à escala original de Mael e Ashforth (1992), composta por seis itens. Pretende-se perceber em que medida os indivíduos se identificam com a organização à qual pertencem, para isso, devem indicar em que medida concordam ou discordam numa escala tipo Likert em que 1 significa Discordo Totalmente e 5 Concordo Totalmente com os seis itens da escala (anexo I). A versão da escala de identificação organizacional presente nesta investigação foi usada em diversas dissertações de mestrado, com valores de consistência interna reveladores de boa precisão do instrumento de medida, especificamente .91 (Noronha, 2013) .82 (Lima & Mendes, 2014).

Para medir a intenção de *turnover* recorreu-se à escala de intenção de *turnover* elaborada por Lima e Mendes (2014) composta por oito itens retirados de escalas já existentes na literatura, com ligeiras adaptações. Pretende-se perceber em que medida os participantes pretendem abandonar a organização em que trabalham atualmente, para isso, devem indicar em que medida concordam ou discordam numa escala tipo Likert em que 1 significa Discordo Totalmente e 5 Concordo Totalmente com os oito itens da escala (anexo I). Quanto à consistência interna da escala, a mesma apresentou valores de .92 (Lima & Mendes, 2014) e .85 (Pisco, 2019).

4.3 Amostra

A amostra é composta por 216 inquiridos. Como demonstrado na tabela 1, a maioria dos inquiridos têm entre 18 a 25 anos de idade, a maioria é do género feminino. Em termos de nível de escolaridade cerca de metade dos inquiridos detêm licenciatura, a maioria detém um contrato sem termo, seguido de contrato de estágio, desempenham funções predominantemente de nível operacional, predominando uma antiguidade na empresa menor de um ano, seguida de um a três anos. Quanto à dimensão da empresa, destacam-se empresas com um intervalo de dez a cinquenta trabalhadores, e do setor dos serviços.

Tabela 1

Características Demográficas da amostra

	n	%
Idade		
<18	1	0.5
18-25	137	63.4
26-35	37	17.1
36-45	23	10.6
46-55	13	6.0
56-65	4	1.9
>65	1	0.5
Género		
Feminino	147	68.1
Masculino	69	31.9
Nível de escolaridade		
Ensino básico	22	10.2
Ensino secundário	44	20.4
Licenciatura	109	50.5
Mestrado	39	18.1
Doutoramento	2	0.9
Vínculo		
Contrato sem termo	78	36.1
Contrato a termo certo	47	21.8
Contrato de estágio	60	27.8
Prestação de serviços	31	14.4
Função		
Operacional	159	73.6
Supervisão	14	6.5
Gestão intermédia	26	12.0
Direção	17	7.9
Antiguidade		
<1 ano	99	45.8
1-3 anos	66	30.6
4-6 anos	21	9.7
7-10 anos	10	4.6
>10 anos	20	9.3
Dimensão		
<10 trabalhadores	49	22.7
10-50 trabalhadores	68	31.5
51-250 trabalhadores	36	16.7
>250 trabalhadores	63	29.2
Setor		
Indústria	45	20.8
Comércio	23	10.6
Serviços	148	68.5

Nota. N=216

Fonte: elaboração própria

5. Análise de resultados

Neste estudo pretende-se analisar quatro hipóteses de investigação, previamente mencionadas**.** Para o efeito, recorreu-se à macro PROCESS, no SPSS, que permite testar simultaneamente modelos de mediação e os efeitos diretos, indiretos e totais. Através deste modelo, foram testadas as hipóteses em estudo, especificamente, analisou-se o efeito das perceções de RSE na identificação organizacional (H1) e na intenção de saída (H2), bem como o efeito da identificação organizacional na intenção de saída (H3). Adicionalmente, analisaram-se os efeitos mediadores da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída (H4). Em complementaridade ao teste de hipóteses, recorreu-se à regressão linear múltipla para avaliar os efeitos específicos das dimensões de RSE individualmente (económica, ética, legal e discricionária) na identificação organizacional e na intenção de saída, de modo a identificar os efeitos específicos de cada dimensão de RSE. De seguida, são apresentados, primeiramente, os resultados referentes à análise de diversas medidas de estatística descritiva, seguida das correlações entre as variáveis em estudo, e por fim, o teste de hipóteses.

5.1. Caracterização da amostra

5.1.1 Estatística descritiva e correlações

De forma a caracterizar a amostra em estudo relativamente às variáveis consideradas foram calculadas diversas medidas de estatística descritiva. Primeiramente, procedeu-se à análise da média, desvio padrão, valores mínimos e máximos e índice de precisão dos instrumentos de medida utilizados e variáveis consideradas. Os valores podem ser observados na tabela 2. As médias podem ser consideradas de moderadas a elevadas tendo em conta que a amplitude das escalas é de 1 a 5. As Perceções de RSE revelam uma média de moderada a elevada, o que sugere que os trabalhadores percecionam positivamente o envolvimento da empresa em práticas de RSE. Das seis dimensões de RSE em análise, todas apresentam valores médios de moderados a elevados, com destaque, em primeiro, para a dimensão económica orientada para os clientes com a média mais elevada, seguido da dimensão legal, e da dimensão ética. Por sua vez, as dimensões discricionárias apresentam valores médios mais baixos, o que sugere uma menor perceção dos trabalhadores do envolvimento da empresa nessas dimensões em específico. Destacam-se, por ordem, a dimensão discricionária orientada para os colaboradores, comunidade e ambiente. A média da intenção de saída situa-se ligeiramente abaixo do ponto médio da escala, sugerindo uma

intenção de saída de baixa a moderada. Quanto à média da identificação organizacional, esta é considerada moderada.

De forma a avaliar a consistência interna das variáveis em estudo, procedeu-se ao cálculo do coeficiente Alfa de Cronbach. Os valores apresentados revelam a consistência das escalas utilizadas. Como é possível observar na tabela 2, obteve-se .87 na escala de Perceções de RSE; .88 na Identificação Organizacional; .88 na Intenção de Saída; .78 na Dimensão Responsabilidade Legal; .78 na Dimensão Responsabilidade Discricionária orientada para o ambiente. Na sequência da análise de consistência interna, procedeu-se à exclusão de itens em algumas das dimensões de RSE. Na dimensão económica orientada para os clientes, inicialmente composta por três itens, após a exclusão de um item obteve-se um coeficiente de Cronbach de .78. Na dimensão económica orientada para os proprietários, testou-se o mesmo método procedendo-se à redução de itens, contudo não se obtiveram valores aceitáveis optando-se por excluir a variável da análise, de modo a não comprometer a fiabilidade do estudo. Na dimensão legal, discricionária orientada para os colaboradores e discricionária orientada para a comunidade, após a exclusão de um item em cada dimensão, obteve-se os seguintes valores .88 .83 e .88, respetivamente. De seguida, procedeu-se à análise da normalidade de distribuição da amostra das variáveis em estudo. Com base nos critérios de Kline (2011) e de acordo com a análise dos valores de assimetria e curtose podemos concluir que nenhuma das variáveis apresenta violação severa à distribuição normal.

Tabela 2

Média, Desvio-Padrão e índice de precisão

Variáveis	Média	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo	Assimetria	Curtose	Alfa de Cronbach
1. Perceções de RSE	3.92	.61	2	5	-.591	.390	.87
2. Identificação Organizacional	3.44	1.01	1	5	-.484	-.473	.88
3. Intenção de saída	2.51	1.09	1	5	.382	-.666	.88
4. Responsabilidade económica(clientes)	4.44	.79	1	5	-2.000	4.784	.78
5. Responsabilidade legal	4.41	.75	1	5	-1.670	3.110	.78
6. Responsabilidade ética	4.24	.96	1	5	-1.453	1.791	.88
7. Responsabilidade discricionária(colaboradores)	3.89	1.06	1	5	-.793	-.198	.83
8. Responsabilidade discricionária(comunidade)	3.74	1.12	1	5	-.551	-.515	.88
9.Responsabilidade discricionária(ambiente)	3.64	1.05	1	5	-.409	-.528	.78

Nota. N=216

Fonte: Elaboração própria.

Na tabela 3, podemos observar os valores respetivos às correlações entre variáveis, averiguadas através dos coeficientes de Pearson. Verificou-se que todas as variáveis em análise se correlacionam entre si e são estatisticamente significativas. Segundo Dancey & Reidy (2007), a magnitude das correlações pode ser avaliada como fraca (.10 a .30), moderada (.40 a .60) e forte (> .70). Deste modo, a correlação entre perceções de RSE e identificação organizacional é positiva, moderada e significativa, o que sugere que quanto maior as perceções do envolvimento da empresa em RSE, maior o seu nível de identificação organizacional por parte dos trabalhadores. Adicionalmente, verificou-se uma correlação negativa, moderada e significativa entre perceções de RSE e intenção de saída, o que significa que quanto maior as perceções de RSE pelos trabalhadores, menor as intenções de abandonar a empresa. Quanto à relação entre identificação organizacional e intenção de saída, esta demonstrou uma correlação negativa, moderada e significativa, revelando que quanto maior a identificação organizacional, menor são as intenções de saída.

Quanto às dimensões da RSE, todas se correlacionam positivamente e significativamente com a identificação organizacional, embora com diferentes intensidades.

Destaca-se com valores mais expressivos a dimensão discricionária orientada para os colaboradores, o que sugere que são as práticas e envolvimento da empresa em ações de responsabilidade discricionárias com foco no colaborador que resultam numa maior identificação com a organização. De igual modo, todas as dimensões de RSE correlacionam-se negativamente e significativamente com a intenção de saída, embora com intensidade fraca à exceção da dimensão discricionária (colaboradores) que revelou maior expressão, com intensidade moderada. Isto sugere que o envolvimento da empresa em práticas de RSE discricionária com foco nos colaboradores tem impactos maiores na redução das intenções dos trabalhadores em abandonar a empresa.

Tabela 3

Correlações entre variáveis

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Perceções de RSE	-								
2. Identificação Organizacional	.418**	-							
3. Intenção de saída	-.502**	-.434**	-						
4. Responsabilidade económica(clientes)	.608**	.311**	-.236**	-					
5. Responsabilidade legal	.757**	.306**	-.353**	.488**	-				
6. Responsabilidade ética	.769**	.339**	-.340**	.545**	.667**	-			
7. Responsabilidade discricionária(colaboradores)	.771**	.484**	-.434**	.509**	.618**	.735**	-		
8. Responsabilidade discricionária(comunidade)	.649**	.369**	-.321**	.347**	.429**	.458**	.567**	-	
9.Responsabilidade discricionária(ambiente)	.636**	.343**	-.296**	.220**	.406**	.366**	.432**	.484**	-

Nota. N=216

** p < .01; * p < .05.

Fonte: Elaboração própria.

5.2 Modelo de mediação e teste de hipóteses

A análise do modelo de mediação foi feita com base nos pressupostos de Hayes (2018), recorrendo à macro PROCESS (modelo 4) no software SPSS. A variável dependente foi a intenção de saída, a variável mediadora foi a identificação organizacional e a variável independente foi as perceções de RSE. Este modelo de mediação permitiu testar as hipóteses de estudo, especificamente, a relação entre perceções de RSE e identificação organizacional

(H1); a relação entre perceções de RSE e a intenção de saída (H2); a relação entre identificação organizacional e intenção de saída(H3), e o papel mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída(H4).

5.2.1 Perceções de RSE e identificação organizacional; perceções de RSE e intenção de saída; identificação organizacional e intenção de saída

Na tabela 4 podemos observar os resultados referentes ao teste de hipóteses H1, H2 e H3. Os resultados do modelo de mediação indicam que as perceções de RSE predizem significativamente e positivamente a identificação organizacional (beta .4181; p <0001) o que permite confirmar a H1. A identificação organizacional prediz negativamente a intenção de saída (beta= -.2714; p < 0001) o que permite confirmar a H3. Por sua vez, o efeito total das perceções de RSE nas intenções de saída é estatisticamente significativo e negativo (beta -.5016; p <0001), o que permite confirmar a H2.

Tabela 4

Teste de hipóteses H1 H2 H3

Modelo	B	SE	Beta	95% CI		Sig
				LL	UL	
H1.RSE - Identificação organizacional	.6880	.4054	.4181	-.4866	.8894	.0000
H2.RSE - Intenção de saída	-.8877	.1047	-.5016	-1.093	-.6814	.0000
H3.Identificação organizacional - Intenção de saída	-.2919	.0673	-.2714	-.4245	-.1593	.0000

Fonte: Elaboração própria.

5.2.2 Efeito mediador da identificação organizacional

Na tabela 5 podemos observar os efeitos totais, diretos e indiretos do modelo de mediação. O efeito direto das perceções de RSE na intenção de saída, controlando a variável mediadora, é estatisticamente significativo e negativo (beta -.3881; p= <0001). Avaliando o efeito indireto, e segundo os pressupostos de Hayes (2018) em que a medição é considerada significativa se o intervalo de confiança não incluir o zero, este revelou-se significativo (beta -.113 (95% CI= -.18, -.05), o que indica estarmos perante uma mediação. Estes resultados indicam que a identificação organizacional medeia parcialmente a relação entre perceções de

RSE e intenção de saída. Ou seja, parte do efeito das perceções de RSE na intenção de saída dá-se indiretamente através da identificação organizacional. Sendo o efeito indireto significativo existe mediação, contudo, tendo em conta que persiste um efeito direito estatisticamente significativo das perceções de RSE na intenção de saída com a presença da variável mediadora no modelo, não estamos perante uma mediação total, mas sim parcial. Deste modo, este modelo de mediação permitiu confirmar as quatro hipóteses de estudo.

Tabela 5

Efeitos totais, direitos e indiretos

Efeito	B	SE	Beta	95% CI		Sig
				LL	UL	
Total (X – Y)	-.8877	.1047	-.5016	-1.093	-.6814	.0000
Direto (X – Y)	-.6868	.1107	-.3881	-.9050	-.4687	.0000
Indireto (X – M – Y)	-	.0341	-.113	-.185	-.052	-

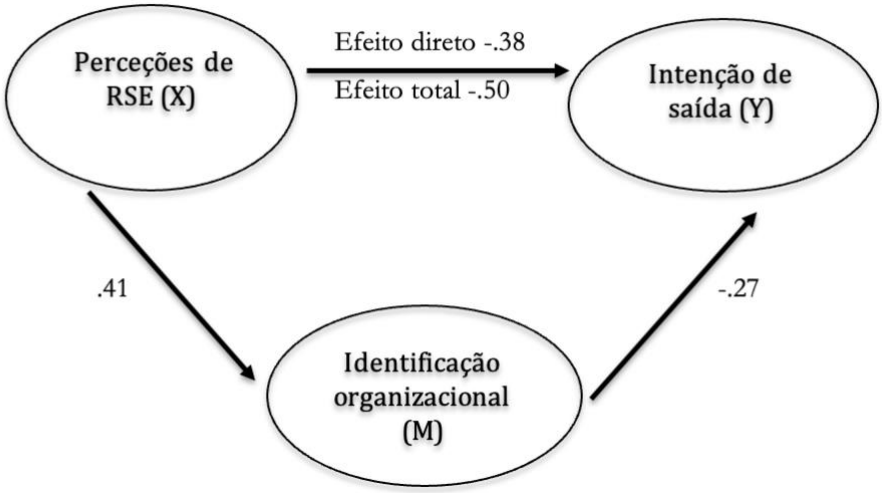
Notas. X (perceções de RSE); Y (intenção de saída); M (identificação organizacional).

Fonte: Elaboração própria

5.2.2 Resumo do modelo de investigação

Figura 2

Resumo do modelo de investigação



Notas. Coeficientes padronizados obtidos com o modelo de mediação simples (PROCESS, Modelo 4 de Hayes).

Fonte: Elaboração própria

5.3 Efeitos específicos das dimensões de RSE na identificação organizacional e na intenção de saída.

Como referido anteriormente, em complementaridade ao teste de hipóteses, recorreu-se à regressão linear múltipla no SPSS, para analisar os efeitos específicos das dimensões de RSE individualmente (económica, ética, legal e discricionária) na identificação organizacional e na intenção de saída, de modo a identificar os efeitos específicos de cada dimensão de RSE. Esta análise complementar tem como objetivo dar resposta a um dos objetivos propostos: identificar qual das dimensões de RSE desempenham um papel dominante.

Primeiramente, realizou-se uma regressão linear múltipla tendo como variável dependente a identificação organizacional e como variáveis independentes as dimensões de RSE: económica (clientes), legal, ética e discricionária (colaboradores, comunidade e ambiente) de forma a perceber o papel de cada dimensão de RSE na IO. Primeiramente, foram verificados os pressupostos necessários para a análise de regressões lineares (VIP <5 e a tolerância < 0.1). O modelo geral revelou-se estatisticamente significativo ($F(6,209) = 12{,}951$, $p < 0.001$), o que significa que as diferentes dimensões de RSE têm impacto significativo na identificação organizacional. A análise dos coeficientes de regressão pode ser

analisada na tabela 6. Entre as dimensões analisadas verificou-se que apenas duas apresentam efeitos estatisticamente significativos e positivos na identificação organizacional: a dimensão discricionária orientada para colaboradores (Beta = .400; $p < .001$), e a dimensão discricionária orientada para o ambiente (Beta = .150; p=.034), o que sugere que uma maior perceção de RSE nestas duas dimensões leva a uma maior identificação organizacional. As restantes dimensões (económica, legal, ética e discricionária orientada para a comunidade) não revelam efeitos estatisticamente significativos.

Tabela 6

Efeito das perceções de RSE (económica, legal, ética e discricionária) na Identificação organizacional

	B	SE	Beta	95% CI		Sig
				LL	UL	
Constante	1.105	.417		.284	1.926	.009
Responsabilidade económica(clientes)	.140	.094	.109	-.045	.325	.138
5. Responsabilidade legal	-.048	.114	-.036	-.273	.176	.673
6. Responsabilidade ética	-.090	.103	-.085	-.293	.112	.381
7. Responsabilidade discricionária(colaboradores)	.383	.093	.400	.199	.567	<.001
8. Responsabilidade discricionária(comunidade)	.078	.069	.086	-.058	.213	.259
9.Responsabilidade discricionária(ambiente)	.145	.068	.150	.011	.279	.034

Nota. N=216

Fonte: Elaboração própria

Em seguida, realizou-se uma regressão linear múltipla tendo como variável dependente a intenção de saída e como variáveis independentes as dimensões de RSE: económica (clientes), legal, ética e discricionária (colaboradores, comunidade e ambiente) de forma a perceber o papel de cada dimensão de RSE na intenção de saída. Após confirmação dos pressupostos necessários (em todas as variáveis o VIP é <5 e a tolerância < 0.1) procedeu-se à análise dos valores de regressão linear. O modelo geral desta regressão é estatisticamente significativo ($F(6,209)=9.415$, $p < 0.001$). A análise dos coeficientes de regressão pode ser analisada na tabela 7. Com base nos valores expressos na tabela 7, apenas

a dimensão discricionária orientada para os colaboradores apresenta um efeito estatisticamente significativo e negativo na intenção de saída (beta = -.303; p = .003), isto, é quanto mais os trabalhadores percecionam o envolvimento da empresa em práticas de RSE discricionárias dirigidas aos colaboradores, menor é a intenção dos mesmos de sair da empresa. As restantes dimensões (económica, legal, ética e discricionária orientada para a comunidade) não revelam efeitos estatisticamente significativos na intenção de saída.

Tabela 7

Efeito das perceções de RSE (económica, legal, ética e discricionária) na intenção de saída

	B	SE	Beta	95% CI		Sig
				LL	UL	
Constante	4.927	.465		4.010	5.845	<.001
Responsabilidade económica(clientes)	.009	.105	.007	-.197	.216	.929
5. Responsabilidade legal	-.167	.127	-.115	-.418	.084	.190
6. Responsabilidade ética	.023	.115	.020	-.204	.250	.842
7. Responsabilidade discricionária(colaboradores)	-.312	.104	-.303	-.517	-.106	.003
8. Responsabilidade discricionária(comunidade)	-.063	.077	-.065	-.215	.088	.411
9.Responsabilidade discricionária(ambiente)	-.099	.076	-.095	-.249	.051	.194

Nota. N =216

Fonte: Elaboração própria

6. Discussão

Os resultados deste estudo permitem concluir que a perceção de RSE quanto ao envolvimento da empresa em práticas de RSE tem um papel determinante nos comportamentos e atitudes dos trabalhadores no local de trabalho, tal como referido por Aguinis et al. (2024). O modelo de mediação testado permitiu confirmar todas as hipóteses de estudo. A primeira hipótese propõe que as perceções dos trabalhadores do envolvimento da empresa em RSE impactam positivamente e significativamente a identificação organizacional. Esta hipótese foi confirmada, e estes resultados estão alinhados com a literatura, especificamente, com os estudos de Carmeli et al. (2007), Farooq et al. (2014), e Zhao et al. (2019) que confirmaram a influência positiva das perceções de RSE na identificação organizacional. A segunda hipótese propõe que as perceções dos trabalhadores do envolvimento da empresa em RSE impactam negativamente e significativamente a intenção de saída. Esta hipótese foi, igualmente, confirmada, sendo estes resultados consistentes com as investigações de Bayode e Duarte (2022), Chaudhary (2017); Nejati et al. (2021), e Virador e Chen (2023) que confirmaram a influência negativa das perceções de RSE na intenção de saída dos trabalhadores. Adicionalmente, a identificação organizacional revelou-se um preditor das intenções de saída, confirmando assim a terceira hipótese que propõe que a identificação organizacional impacta a intenção de saída. Estes resultados reforçam a ideia de que a identificação organizacional contribui para reduzir as intenções de saída, tal como evidenciou Randsley de Moura (2009). Uma possível explicação para esta relação está nos pressupostos de Mael e Ashforth (1992) que defendem que os indivíduos associam as características das organizações à qual pertencem às suas próprias características. Assim, no contexto organizacional os trabalhadores tendem a identificar-se com organizações com estatutos distintivos e, consequentemente, formam fortes sentidos de identificação organizacional. Um bom desempenho em termos de RSE pode contribuir para aumentar a imagem positiva de uma organização junto das partes interessadas e, assim, contribuir para uma maior identificação organizacional e, consequentemente, para reduzir as intenções dos trabalhadores em abandonar a organização. Do mesmo modo, a identificação organizacional mediou parcialmente a relação entre perceções de RSE e intenção de saída, confirmando a quarta hipótese que propõe que a identificação organizacional medeia a relação entre perceções de RSE e intenção de saída. Estes resultados são consistentes com as investigações de Zhao et al. (2022), Wang et al (2017), Shaikh et al. (2022), e Bharadwaj e Yamen (2020) que destacam o papel da identificação organizacional como mediador na

relação entre perceções de RSE e intenção de saída. Adicionalmente, a análise de regressão linear múltipla permitiu concluir que, entre as dimensões de RSE, apenas a dimensão discricionária orientada para os colaboradores e ambiente apresentaram efeitos estatisticamente significativos e positivos na identificação organizacional. No que diz respeito à intenção de saída, apenas a dimensão discricionária orientada para os colaboradores revelou efeitos estatisticamente significativos. Quanto às restantes dimensões (económica, legal e ética) estas não demonstraram efeitos estatisticamente significativos. Estes resultados sugerem que as diferentes dimensões de RSE têm impactos distintos nos comportamentos e atitudes dos trabalhadores. As práticas discricionárias orientadas especialmente para os trabalhadores desempenham um papel positivo mais forte tanto na redução das intenções de saída como no aumento da identificação organizacional. Estes resultados estão alinhados com a literatura, especificamente, Zhao et al. (2019) demonstraram que é a dimensão de RSE filantrópica que exerce maior influência na identificação organizacional. Do mesmo modo, Kim et al. (2020) concluíram que unicamente a RSE ética e filantrópica detêm efeitos significativos na identificação organizacional. Estes resultados podem ser explicados pelos pressupostos de Kim el al. (2017) que referem que os aspetos económicos e legais da RSE podem ser percebidos como uma responsabilidade assumida pela empresa, pelo que a dimensão ética e filantrópica pode ter mais influência junto das partes interessadas.

7. Conclusões, Implicações e limitações

7.1 Conclusões

Esta investigação centrou-se, essencialmente, no nível de análise individual no âmbito da RSE, com o objetivo principal de identificar os efeitos das perceções de RSE nas atitudes e comportamentos dos trabalhadores. Reconhecendo os trabalhadores como grupo de *stakeholders* fundamental para o sucesso organizacional, torna-se essencial compreender o papel da RSE e os seus efeitos nos seus comportamentos e atitudes, de modo a definir estratégias organizacionais mais eficazes e alinhadas às expectativas internas. Concretamente, o objetivo deste estudo prendeu-se em analisar os efeitos das perceções de RSE (globais, e especificamente de cada dimensão) na identificação e na intenção de saída dos trabalhadores, bem como do efeito mediador da identificação organizacional na relação entre perceções de RSE e intenção de saída, e os efeitos da identificação organizacional na intenção de saída. Os resultados obtidos estão alinhados com a literatura supramencionada, e indicam que as perceções de RSE estão positivamente associadas à identificação organizacional e negativamente associadas à intenção de saída, suportando, assim, as H1 e H2. Estes resultados demonstram que as perceções de RSE desempenham um papel determinante quer na promoção da identificação organizacional, quer na redução das intenções de abandonar a organização. Por sua vez, a identificação organizacional é um preditor das intenções de saída, o que suporta a H3. Além disso, destaca-se o seu papel como importante mecanismo na mediação entre perceções de RSE e intenção de saída, suportando a H4, o que demonstra que, parte do efeito das perceções de RSE na intenção de saída dá-se indiretamente através da identificação organizacional. A análise das dimensões específicas da RSE demonstrou que as práticas discricionárias impactam de forma mais significativa a identificação organizacional e a intenção de saída, o que reforça a necessidade de reconhecer o papel de cada uma das dimensões e alinhar as práticas organizacionais de acordo com as expectativas dos trabalhadores. Estes resultados demonstram que apostar especificamente em práticas de RSE discricionárias orientadas, quer para os trabalhadores quer para o ambiente, pode ser uma estratégia eficaz na retenção de trabalhadores.

Concluindo, os resultados deste estudo reforçam a importância de olhar para a RSE como uma ferramenta estratégica e eficaz no contexto organizacional, visto estar associado a uma maior identificação organizacional e à diminuição das intenções de saída. Neste sentido, tal como referem Neijati et al. (2021), o envolvimento dos trabalhadores em práticas

de RSE pode não ser necessário, apenas o facto de estes percecionarem a empresa em que trabalham como socialmente responsável pode melhorar de forma significativa a retenção de trabalhadores.

7.2 Implicações teóricas e práticas

O presente estudo é um contributo para a literatura sobre micro-RSE, considerada ainda insuficiente. Torna-se, por isso, fundamental aprofundar e compreender o papel das perceções de RSE como preditor de comportamento e atitudes dos trabalhadores no local de trabalho, bem como o papel das diversas variáveis envolventes. Do ponto de vista prático, esta investigação traz contributos importantes. Em primeiro lugar, demonstra que a RSE pode ser usada como estratégica eficaz no âmbito da retenção de talentos, na medida em que se relaciona com importantes atitudes e comportamentos no local de trabalho, como a redução das intenções de saída, e a promoção da identificação organizacional. Em segundo lugar, faz referência ao papel de cada dimensão específica da RSE, permitindo orientar os esforços organizacionais para as práticas de RSE mais valorizadas pelos trabalhadores, neste caso, para as práticas que envolvem ações discricionárias direcionadas aos trabalhadores e ao ambiente.

7.3 Limitações do estudo e investigações futuras

Apesar dos contributos importantes desta investigação existem algumas limitações a ter em consideração. Em primeiro lugar, o tamanho da amostra (N=216), apesar de significativo, um número superior permitiria uma melhor representatividade da população em estudo. Em segundo lugar, não foram tidas em consideração características individuais ou contextuais no modelo de investigação. Neste sentido, seria relevante em investigações futuras incluir variáveis individuais, tais como a antiguidade na empresa ou o setor de atividade, de forma a melhor compreender os fatores que possam influenciar as relações entre as variáveis. Adicionalmente, comparar resultados entre empresas que comuniquem as práticas de RSE ativamente e empresas que não o façam, dado que as perceções de RSE podem ser influenciadas pelo conhecimento, ou ausência dele, por parte dos trabalhadores (Roy, 2022). Por fim, dado o caráter subjetivo das perceções, seria relevante incluir análises qualitativas, de forma a explorar em profundidade as interpretações que os trabalhadores fazem das práticas de RSE.

Referências bibliográficas

Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review, 32(*3), 836–863. http://www.jstor.com/stable/20159338

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, *38*(4), 932–968. https://doi.org/10.1177/0149206311436079

Aguinis, H., Rupp, D. E., & Glavas, A. (2024). Corporate social responsibility and individual behaviour. *Nature Human Behaviour, 8*(2), 219–227. https://doi.org/10.1038/s41562-023-01802-7

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review, 14*(1), 20-39. https://doi.org/10.2307/258189

Bayode, O. T., & Duarte, A. P. (2022). Examining the mediating role of work engagement in the relationship between corporate social responsibility and turnover intention: Evidence from Nigeria. *Adm. Sci., 12*(4), 150. https://doi.org/10.3390/admsci12040150

Bharadwaj, S., & Yameen, M. (2021). Analyzing the mediating effect of organizational identification on the relationship between CSR employer branding and employee retention. *Management Research Review, 44*(5), 718–737. https://doi.org/10.1108/MRR-05-2020-0298

Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman. *New York: Harper & Row.*

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, *4*(4), 497–505. https://doi.org/10.2307/257850

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons, 34(*4), 39–48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews, 12*(1), 85-105. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x

Carmeli, A., Gilat, G. & Waldman, D.A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance, *Journal of Management Studies, 44*(6), 972-992. https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00691.x

Chaudhary, R. (2017). CSR and turnover intentions: Examining the underlying psychological mechanisms. *Social Responsibility Journal, 13*(3), 643-660. https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2016-0184

Comissão Europeia. (2001). Livro Verde: *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas.* https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366

Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15*(1), 1–13. https://doi.org/10.1002/csr.132

Dancey, C. P., & Reidy, J. (2007). *Statistics without maths for psychology*. Pearson Education.

Davis, K. (1960). Can business afford to ignore corporate social responsibilities? *California Management Review, 2,* 70–76. https://doi.org/10.2307/41166246

De Roeck, K., El Akremi, A. & Swaen, V. (2016). Consistency matters! How and when does corporate social responsibility affect employees' organizational identification?, *Journal of Management Studies, 53*(7), 1141-1168. https://doi.org/10.1111/joms.12216

Farooq, O., Payaud,M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics, 125(*4), 563–580 https://www.jstor.org/stable/24702315

Farooq, O., Rupp, D.E. & Farooq, M. (2017). The multiple pathways through which internal and external corporate social responsibility influence organizational identification and multifoci outcomes: the moderating role of cultural and social orientations, *Academy of Management Journal, 60*(3), 954-985 https://www.jstor.org/stable/26398600

Fishbem, M, & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, Mention and behavior An introduction to theory and research Reading.* MA Addison-Wesley. https://people.umass.edu/aizen/pubs/book/ch8.pdf

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine.*

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics, 53*(1/2), 51–71. https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34

Gupta, S.K., Bhatia, N. & Bhagat, M. (2022). A Review of Employee Turnover Models and their Role in Evolution of Turnover Literature. *Ind. J. Labour Econ,* 65, 185–214. https://doi.org/10.1007/s41027-022-00366-w

Hayes, A.F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach.* New York: The Guilford Press.

Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *The Academy of Management Review*, 25(1), 121–140. https://doi.org/10.2307/259266

Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review, 22*(2), 59–67.

Kim, H.R., Lee, M., Lee, H.T. a & Kim, N.M. (2010). Corporate social responsibility and employee–company identification. *Journal of Business Ethics, 95,* 557-569. https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-010-0440-2

Kim, J., Milliman, J., & Lucas, A. (2020). Effects of CSR on employee retention via identification and quality-of-work-life. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32*(3), 1163–1179. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2019-0573

Kim, J., Song, H., Lee, C.K. & Lee, J.Y. (2017). The impact of four CSR dimensions on a gaming company's image and customers' revisit intentions. *International Journal of Hospitality Management, 61*, 73-81. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.005

Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New York: The Guilford Press.

Leal, S. C. H. (2013). As perceções de responsabilidade social das empresas e o capital psicológico como antecedentes do empenhamento e do desempenho [Tese de doutoramento, Universidade de Coimbra]. Repositório Institucional da Universidade de Coimbra.

Lima, R., & Mendes, A. M. V. (2014). Identificação organizacional, satisfação organizacional e intenção de turnover: Estudo com uma amostra do setor das telecomunicações [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade de Lisboa

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior, 13*(2), 103-123. https://www.jstor.org/stable/2488176

Mahmood, F., Qadeer, F., Abbas, Z., Muhammadi, Hussain, I., Saleem, M., Hussain, A., & Aman, J. (2020). Corporate social responsibility and employees' negative behaviors under abusive supervision: A multilevel insight. *Sustainability, 12*(7), 2647. https://doi.org/10.3390/su12072647

Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. T. M. (1999). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science, 27*(4), 455–469. https://doi.org/10.1177/0092070399274005

Manzoor, S. R., Ullah, A., Ullah, R., Khattak, A., Han, H. S., & Yoo, S. (2023). Micro CSR intervention towards employee behavioral and attitudinal outcomes: A parallel mediation model. *Humanities & Social Sciences Communications, 10*(1), 916. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02433-z

McGuire, J. W. (1963). Business and society. *New York: McGraw-Hill.*

Mercer. (2023). *Empresas revelam dificuldades na retenção de talento.* https://www.mercer.com/pt-pt/about/newsroom/empresas-revelam-dificuldades-na-retencao-de-talento/

Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied Psychology, 62*(2), 237-240. https://psycnet.apa.org/fulltext/1978-04582-001.pdf?auth_token=68548021d026b8c26a23cf105834bd9abff8ffc0&returnUrl=https%3A%2F%2Fpsycnet.apa.org%2FdoiLanding%3Fdoi%3D10.1037%252F0021-9010.62.2.237

Nejati, M., Brown, M. E., Shafaei, A., & Seet, P.-S. (2021). Employees' perceptions of corporate social responsibility and ethical leadership: Are they uniquely related to turnover intention? *Social Responsibility Journal, 17*(2), 181-197. https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2019-0276

Nguyen, H. N., Vu, H. N., Hoang, H. V., & Tran Huy, P. (2024). Corporate social responsibility on worker turnover rate and worker turnover cost: The role of symbolic image

dimensions and the unemployment rate. S*ocial Responsibility Journal, 20*(10), 1972-1989. https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2024-0038

Noronha, A. M. T. C. (2013). Responsabilidade social corporativa: Impacto nos comportamentos de cidadania organizacional e identificação organizacional [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade de Lisboa

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2a ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.

Onkila, T., & Sarna, B. (2022). A systematic literature review on employee relations with CSR: State of art and future research agenda. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29*(4), 435–447. https://doi.org/10.1002/csr.2210

Pisco, A. R. M. O. (2019). Atratividade organizacional e intenção de turnover: Estudo com uma amostra de consultores informáticos [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade de Lisboa

Pocinho, M., & Matos, R. N. (2022). *Metodologias de pesquisa e de investigação: qualitativa, quantitativa, quantiqualitativa, qualiquantitativa e revisões sistemáticas.* https://www.researchgate.net/publication/360061984_Metodologias_de_Pesquisa_e_de_Investigacao_qualitativa_quantitativa_quantiqualitativa_qualiquantitativa_e_revisoes_sistematicas

Randsley de Moura, G., Abrams, D., Retter, C., Gunnarsdottir, S., & Ando, K. (2009). Identification as an organizational anchor: How identification and job satisfaction combine to predict turnover intention. *European Journal of Social Psychology, 39*, 540–557. https://doi.org/10.1002/ejsp.553

Rego, A., Leal, S., & Cunha, M. P. (2011). Rethinking the employees' perceptions of corporate citizenship dimensionalization. *Journal of Business Ethics, 104*(2), 207–228. https://doi.org/10.1007/s10551-011-0899-5

Roy, T. K. (2022). "We do care": The effects of perceived CSR on employee identification—Empirical findings from a developing country. *Society and Business Review, 19*(1), 72–96. https://doi.org/10.1108/SBR-06-2021-0091

Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 2(*1), 211–236. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032414-111505

Sá, P., Costa, A. P., & Moreira, A. (Orgs.). (2021). *Reflexões em torno de metodologias de investigação: Recolha de dados* (Vol. 2). UA Editora. https://doi.org/10.34624/ka02-fq42

Shaikh, E., Brahmi, M., Thang, P. C., Watto, W. A., Trang, T. T. N., & Loan, N. T. (2022). Should I stay or should I go? Explaining the turnover intentions with corporate social responsibility (CSR), organizational identification and organizational commitment. *Sustainability, 14*(10), 6030. https://doi.org/10.3390/su14106030

Shaw, J. D., Delery, J. E., Jenkins, G. D., Jr., & Gupta, N. (1998). An organization-level analysis of voluntary and involuntary turnover. *The Academy of Management Journal, 41*(5), 511-525. https://www.jstor.org/stable/256939?seq=5

Shin, I., Hur, W.-M., & Kang, S. (2016). Employees' perceptions of corporate social responsibility and job performance: A sequential mediation model. *Sustainability, 8(*5), 493. https://doi.org/10.3390/su8050493

Steel, R. P., & Ovalle, N. K. (1984). A review and meta-analysis of research on the relationship between behavioral intentions and employee turnover. *Journal of Applied Psychology, 69(*4), 673-686. https://psycnet.apa.org/fulltext/1985-11003-001.pdf?auth_token=20599d344a0dbbcb3e520c5911d5093d7d672dc3&returnUrl=https%3A%2F%2Fpsycnet.apa.org%2FdoiLanding%3Fdoi%3D10.1037%252F0021-9010.69.4.673

Tett, R. & Meyer J. (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention and Turnover: Path Analyses based on Meta Analytic Findings. *Personnel Psychology. 46* (2), 259-293. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x

Vitaliano, D. F. (2010). Corporate social responsibility and labor turnover. *Corporate Governance, 10*(5), 563-573. https://doi.org/10.1108/14720701011085544

Virador, L. B., & Chen, L.-F. (2023). Does an (in)congruent corporate social responsibility strategy affect employees' turnover intention? A configurational analysis in an emerging country. *Business Ethics: A European Review, 32*(1), 57-73. https://doi.org/10.1111/beer.12475

Wang, W., Fu, Y., Qiu, H. Q., Moore, J. H., & Wang, Z. M. (2017). Corporate social responsibility and employee outcomes: A moderated mediation model of organizational identification and moral identity. *Frontiers in Psychology, 8*, 1906. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01906

Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review, 16*(4), 691–718. https://www.jstor.org/stable/258977?seq=5

Zhao, L., Lee, J., & Moon, S. (2019). Employee response to CSR in China: The moderating effect of collectivism. *Personnel Review, 48*(3), 839–863. https://doi.org/10.1108/PR-05-2017-0146

Zhao, X., Wu, C., & Zhou, Z. (2021). The influence of corporate social responsibility on incumbent employees: A meta-analytic investigation of the mediating and moderating mechanisms. *Journal of Management, 48*(1), 131–164. https://doi.org/10.1177/0149206320946108

Nota. Foi utilizada a ferramenta ChatGPT 4.o como apoio na revisão do texto e na identificação de erros ortográficos e gramaticais.

Anexos

Anexo I.

Questionário

Perceções de Responsabilidade Social Empresarial, Identificação Organizacional e Intenção de Saída.

No âmbito da minha dissertação de mestrado, pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto, estou a desenvolver uma investigação com o objetivo principal em estudar as perceções de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e os impactos na identificação com a organização e na intenção de saída.

Especificamente, pretende-se perceber se as perceções de RSE ao nível das quatro dimensões (económica, legal, ética, filantrópica) influenciam os comportamentos e atitudes dos trabalhadores.

Para isso solicito a sua participação nesta investigação. Para participar deve apenas estar, atualmente, empregado. O tratamento dos dados será feito estatisticamente, sendo as informações fornecidas confidenciais e usadas unicamente para fins académicos. A sua participação é totalmente voluntária, podendo desistir a qualquer momento.

Este questionário tem a duração média de 5 minutos.

Agradeço, desde já, a colaboração.

* Indica uma pergunta obrigatória

Li e compreendi todas as informações fornecidas. Pretendo colaborar voluntariamente com esta investigação respondendo ao questionário. *

◯ Sim
◯ Não

Secção 2

Questionário sociodemográfico

Faixa etária *
◯ Menos de 18 anos
◯ 18-25 anos
◯ 26-35 anos
◯ 36-45 anos
◯ 46-55 anos
◯ 56-65 anos
◯ Mais de 65 anos

Género *
◯ Feminino
◯ Masculino

Nível de escolaridade *
◯ Ensino básico
◯ Ensino secundário
◯ Licenciatura
◯ Mestrado
◯ Doutoramento

Vínculo atual com a entidade empregadora *
◯ Contrato de trabalho sem termo
◯ Contrato de trabalho a termo certo
◯ Contrato de estágio
◯ Prestação de serviços

Função na empresa *
◯ Operacional
◯ Supervisão
◯ Gestão intermédia
◯ Direção

Antiguidade na empresa *
◯ Menos de 1 ano
◯ 1 a 3 anos
◯ 4 a 6 anos
◯ 7 a 10 anos
◯ Mais de 10 anos

Dimensão da empresa onde trabalha *
◯ Menos de 10 trabalhadores
◯ 10 a 50 trabalhadores
◯ 51 a 250 trabalhadores
◯ Mais de 250 trabalhadores

Setor de atividade *
◯ Indústria
◯ Comércio
◯ Serviços

Secção 3
Escala de Perceções de Responsabilidade Social Empresarial (Leal, 2012)

Nesta secção pretende-se avaliar as suas perceções sobre as atividade e práticas de Responsabilidade Social Empresarial da sua empresa.
Para isso, indique o grau em que concorda ou discorda com as afirmações abaixo apresentadas, em que 1 significa Discordo Totalmente e 5 significa Concordo Totalmente.

1. Satisfazer as necessidades dos clientes é uma preocupação central da empresa. *

1 2 3 4 5

2. Os produtos e serviços da empresa não são de elevada qualidade. *

1 2 3 4 5

3. A empresa faz tudo o que pode para satisfazer o cliente. *

1 2 3 4 5

4. Na empresa estamos empenhados na redução de custos. *

1 2 3 4 5

5. A empresa não se preocupa em melhorar continuamente a sua produtividade. *

1 2 3 4 5

6. A empresa preocupa-se em ser cada vez mais rentável. *

1 2 3 4 5

7. A empresa atua prontamente (i.e. rapidamente) de acordo com os regulamentos legais. *

1 2 3 4 5

8. Na empresa todos os nossos produtos e serviços cumprem as normas legais. *

1 2 3 4 5

9. A empresa paga todos os seus impostos de forma regular e contínua. *

1 2 3 4 5

10. Em geral, a empresa não cumpre os padrões e as normas éticas e profissionais. *

1 2 3 4 5

11. A empresa procura ser justa com todas as entidades e pessoas com as quais se relaciona. *

1 2 3 4 5

12. A empresa preocupa-se em fazer o que é eticamente correto. *

1 2 3 4 5

13. Os salários oferecidos pela empresa são inferiores à média do setor. *

1 2 3 4 5

14. As políticas da empresa encorajam os colaboradores a desenvolver as suas competências e carreiras. *

1 2 3 4 5

15. A empresa procura ser justa com os seus colaboradores. *

1 2 3 4 5

16. A empresa não contribui para associações de beneficência. *

1 2 3 4 5

17. A empresa preocupa-se em contribuir para o desenvolvimento da comunidade local. *

1 2 3 4 5

18. A empresa toma medidas para desenvolver a comunidade local. *

1 2 3 4 5

19. No que se refere ao respeito pelo ambiente, a nossa empresa esforça-se por cumprir mais do que a lei exige. *

1 2 3 4 5

20. A empresa procura reduzir as emissões poluentes e a produção de resíduos. *

1 2 3 4 5

21. A empresa incentiva os colaboradores a separarem os lixos para os encaminhar para a reciclagem. *

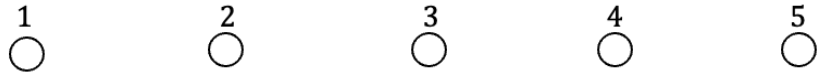
1 2 3 4 5

Secção 4

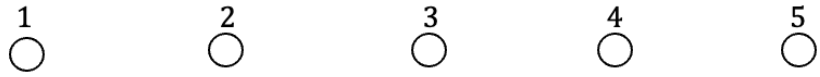
Escala de Identificação Organizacional (Mael & Ashforth, 1992)

Nesta secção pretende-se perceber em que medida se identifica com a empresa à qual pertence. Para isso, indique o grau em que concorda ou discorda com as afirmações abaixo apresentadas, em que 1 significa Discordo Totalmente e 5 significa Concordo Totalmente.

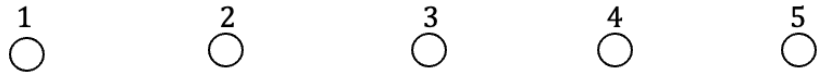
1. Quando alguém critica a organização, sinto isso como um insulto pessoal. *



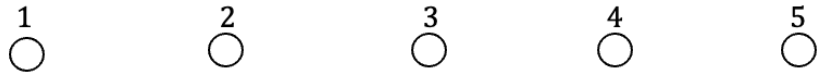
2. Eu estou verdadeiramente interessado no que os outros pensam acerca desta organização. *



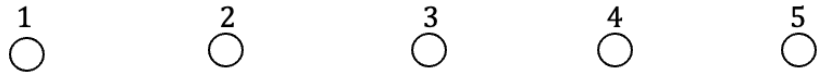
3. Quando falo desta organização, digo mais vezes "nós" do que "eles". *



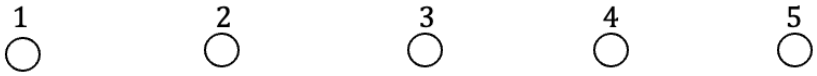
4. O sucesso desta organização é o meu sucesso. *



5. Quando alguém elogia a organização, sinto isso como um elogio pessoal. *



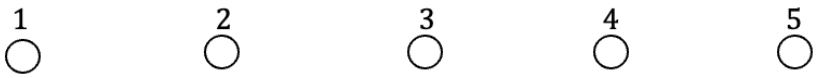
6. 6- Se uma história na comunicação social criticasse a organização sentir-me-ia embaraçado. *



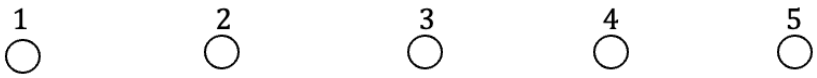
Secação 5
Escala de Intenção de Saída (Lima & Mendes, 2014).

Nesta secção pretende-se perceber as suas intenções de saída/permanência na empresa à qual trabalhada atualmente. Para isso, indique o grau em que concorda ou discorda com as afirmações abaixo apresentadas, em que 1 significa Discordo Totalmente e 5 significa Concordo Totalmente.

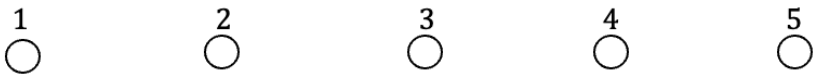
1. Se pudesse escolher novamente, escolheria trabalhar na organização onde atualmente trabalho. *



2. Tenho feito contatos para sair desta organização. *



3. Tenciono manter-me na organização onde trabalho. *



4. Penso com frequência "deixar" a organização onde atualmente trabalho. *

1	2	3	4	5
○	○	○	○	○

5. Penso prosseguir a minha carreira na organização onde trabalho. *

1	2	3	4	5
○	○	○	○	○

6. É bastante provável que procure um novo emprego no próximo ano. *

1	2	3	4	5
○	○	○	○	○

7. Não estou ativamente à procura de outro emprego noutra organização. *

1	2	3	4	5
○	○	○	○	○

8. Penso em sair desta organização logo que tenha oportunidade para isso. *

1	2	3	4	5
○	○	○	○	○