

PAULA CRISTINA RIBEIRO DA SILVA

**A RELAÇÃO ENTRE O CAPITAL PSICOLÓGICO
POSITIVO E O BEM-ESTAR:
O PAPEL MEDIADOR DAS ATITUDES LABORAIS**



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

2019

PAULA CRISTINA RIBEIRO DA SILVA

**A RELAÇÃO ENTRE O CAPITAL PSICOLÓGICO
POSITIVO E O BEM-ESTAR:
O PAPEL MEDIADOR DAS ATITUDES LABORAIS**

Mestrado em Gestão de Recursos Humanos

Trabalho efetuado sob a orientação de:
Professor Doutor João Nuno Ribeiro Viseu
Universidade do Algarve – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

2019

**A RELAÇÃO ENTRE O CAPITAL PSICOLÓGICO POSITIVO E O BEM-
ESTAR:
O PAPEL MEDIADOR DAS ATITUDES LABORAIS**

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser o(a) autor(a) deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

(Paula Cristina Ribeiro da Silva)

© Copyright: Paula Cristina Ribeiro da Silva

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradecer ao Professor Doutor João Viseu por ter orientado este trabalho e por toda a ajuda e disponibilidade que demonstrou ao longo desta jornada. Sem a sua ajuda este trabalho não teria sido possível.

Deixo também um agradecimento especial a todos os professores que fizeram parte do meu percurso académico.

Um grande obrigado há minha amiga Cristiana Sebastião pelos cinco anos de percurso académico que fizemos juntas e por nunca me ter deixado desistir.

Aos meus pais e irmão que sempre acreditaram em mim e me ensinaram a nunca desistir dos meus objetivos por mais difícil que o caminho pareça. Sem vocês a motivação não teria sido a mesma.

Ao meu namorado, a minha principal motivação neste percurso. Mesmo nos dias em que nada parecia fazer sentido ele esteve lá para me apoiar, aconselhar, motivar e abraçar. Obrigada por todo o amor que me transmite.

Por último, agradecer a todos aqueles que realmente se importaram, mas sobretudo a mim por ter acreditado que isto era possível. E foi.

Resumo

Este estudo pretendeu averiguar a relação entre os recursos psicológicos positivos dos indivíduos e o seu bem-estar ocupacional, aferido através do conceito de *engagement* no trabalho. Além disso, procurou-se, igualmente, testar de que forma as atitudes laborais, satisfação no trabalho e *commitment* afetivo, medeiam a relação supracitada. Com este intuito, foi recolhida uma amostra composta por 168 colaboradores (56% do sexo feminino e 44% do sexo masculino) do setor hoteleiro da região do Algarve. Este setor teve um crescimento significativo ao longo dos últimos anos, especialmente devido ao aumento do número de turistas que visita Portugal e, consequentemente, o Algarve. Para concretização desta investigação recorreu-se a uma metodologia quantitativa, utilizando-se um protocolo de investigação constituído por quatro instrumentos de autorresposta destinados a avaliar: (a) o capital psicológico positivo (PsyCap), (b) a satisfação no trabalho, (c) o *commitment* afetivo e (d) o *engagement* no trabalho. Foi também aplicado um questionário sociodemográfico. Os resultados obtidos permitiram perceber que o modelo ajustado explica 57.1% da variância do *engagement* no trabalho. Por outro lado, observou-se que a satisfação no trabalho mediou, de modo parcial, a associação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho. Estes dados podem ter influência ao nível da gestão de recursos humanos, uma vez que indicam às organizações, neste caso aos hotéis da região do Algarve e aos seus gestores, que uma aposta nos recursos psicológicos dos colaboradores, além de promover atitudes e comportamentos laborais desejáveis e de fomentar o bem-estar, também poderá ser útil para melhorar a experiência turística vivenciada (e.g., quanto à satisfação com o serviço prestado), o que poderá ter uma influência positiva no *bottom-line* das instituições hoteleiras.

Palavras-chave: Atitudes laborais, capital psicológico positivo, *commitment* afetivo, *engagement* no trabalho, hotelaria, satisfação no trabalho.

Abstract

This study aimed to assess the relationship between the positive psychological resources of employees and their occupational well-being, analyzed through the concept of work engagement. In addition, it was also intended to test how job attitudes, job satisfaction and affective commitment, mediated the abovementioned relationship. For this purpose, it was collected a sample composed by 168 employees (56% females and 44% males) of the hotel sector of the Algarve region. This sector has grown significantly over the last few years, especially due to the increase in the number of tourists visiting Portugal and, consequently, the Algarve. To perform this research a quantitative methodology was followed, using a research protocol composed by four self-report instruments destined to evaluate: (a) positive psychological capital (PsyCap), (b) job satisfaction, (c) affective commitment, and (d) work engagement. It was also applied a sociodemographic questionnaire. The obtained results demonstrated that the adjusted model explained 57.1% of the variance of work engagement. It was also observed that job satisfaction partially mediated the association between PsyCap and work engagement. These results may have influence at the human resources management level, since they show to organizations, in this case hotels from the Algarve region and their managers, that betting on employees' positive psychological resources, besides promoting desirable job attitudes and behaviors and increasing employees' well-being, may also be useful to improve the tourist experience (e.g., the satisfaction with the service provided), which may have a positive effect on the bottom-line of hotels.

Keywords: Affective commitment, hospitality, job attitudes, job satisfaction, positive psychological capital, work engagement.

Índice

Índice de Tabelas	vi
Índice de Figuras	vii
1. Introdução	1
2. Revisão da Literatura.....	4
2.1. O capital psicológico positivo.....	4
2.1.1. A sua origem: Da psicologia positiva ao comportamento organizacional positivo.....	4
2.1.2. O capital psicológico positivo: Definição e características deste constructo..	6
2.1.3. Capital psicológico positivo: Distinção de outras formas de capital.	8
2.1.4. Antecedentes e consequentes do capital psicológico positivo.	8
2.1.5. O capital psicológico positivo na hotelaria.	10
2.2. Atitudes laborais	11
2.2.1. O que são as atitudes laborais.	11
2.3. Satisfação no trabalho	12
2.3.1. Conceito, definição e abordagens à satisfação no trabalho.	12
2.3.2. Teorias de satisfação no trabalho.	13
2.3.2.1. Modelo de características do trabalho.	13
2.3.2.2. Teoria bifatorial.	14
2.3.2.3. Teoria da discrepância.	15
2.3.3. Satisfação no trabalho: Associações estabelecidas e como incrementar.....	15
2.3.4. Satisfação no trabalho na hotelaria.....	16
2.4. <i>Commitment</i> afetivo	18
2.4.1. <i>Commitment</i> organizacional, a sua importância e definição.....	18
2.4.2. O modelo tridimensional de Meyer e Allen.	19
2.4.3. O <i>commitment</i> afetivo na hotelaria.....	21
2.5. O <i>engagement</i> no trabalho	22
2.5.1. A importância e definição de <i>engagement</i> no trabalho.....	22
2.5.2. As dimensões do <i>engagement</i> no trabalho.	23

2.5.3. O <i>engagement</i> no trabalho na hotelaria.....	24
2.6. Súmula conclusiva	25
3. Objetivos e hipóteses de investigação	28
4. Metodologia.....	30
4.1. Caracterização da Amostra	30
4.2. Instrumentos.....	30
4.3. Procedimento	31
5. Resultados.....	34
5.1. Análise dos dados	34
5.1.1. Análise descritiva e análise de correlações.	36
5.1.2. Índices de ajustamento do modelo.	38
5.1.3. Resultados de validade fatorial, validade convergente, fidelidade e validade discriminante.	39
5.2. Exame das hipóteses de investigação.	41
6. Discussão e conclusões.....	44
6.1. Implicações para a gestão de recursos humanos.....	46
6.1.1. Capital psicológico positivo.	47
6.1.2. Satisfação no trabalho.	47
6.1.3. <i>Commitment</i> afetivo.	48
6.1.4. <i>Engagement</i> no trabalho.....	48
6.2. Principais limitações e sugestões para estudos futuros.....	49
7. Referências Bibliográficas.....	50
Anexos	

Índice de Tabelas

Tabela 1. Definição das Dimensões de <i>Engagement</i> no Trabalho	24
Tabela 2. Estatística Descritiva e Análise de Correlações dos Conceitos Estudados (N=168)	37
Tabela 3. Índices de Ajustamento do Modelo	38
Tabela 4. Resultados de Validade Fatorial, Validade Convergente e Fidelidade.....	39
Tabela 5. Avaliação da Validade Discriminante	41
Tabela 6. Resumo dos Resultados das Hipóteses de Investigação	42
Tabela 7. Avaliação do Modelo Teórico Excluindo o <i>Commitment</i> Afetivo	42

Índice de Figuras

Figura 1. Definição conceptual das capacidades psicológicas que compõem o PsyCap .	7
Figura 2. Antecedentes e consequentes do PsyCap.	10
Figura 3. Apresentação do modelo teórico criado a partir das hipóteses de investigação definidas.	29

1. Introdução

O contexto organizacional atual é marcado por uma intensificação do trabalho, surgindo novos produtos, processos e serviços a uma velocidade cada vez maior. Deste modo, é imprescindível para as organizações a aquisição e/ou a adoção de novas práticas, estruturas e ferramentas, para que estas se adaptem melhor às novas conjunturas ou para que se antecipem às alterações do ambiente externo. Assim, é crucial para o êxito organizacional construir vantagens duradouras face às empresas concorrentes. Neste ponto é pertinente colocar a seguinte questão: será que os colaboradores de uma organização podem ser percebidos como uma vantagem competitiva? Esta é uma questão que se irá aprofundar ao longo desta dissertação. No entanto, por agora, será efetuada uma análise a um setor económico e organizacional em específico – o turismo.

O turismo, em pleno século XXI, assume-se, indubitavelmente, como um dos motores mais poderosos do crescimento e do desenvolvimento económico a nível mundial. Segundo os dados divulgados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), no ano de 2018 o número de turistas internacionais em todo o mundo teve um aumento de 6%, mais 1.4 mil milhões face ao período homólogo (citado por Daniel, 2019 janeiro-01). Em Portugal, já no primeiro semestre deste ano (i.e., 2019), as receitas turísticas cresceram 7.6%, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE) (citado por Público, 2019 setembro-04). Já o Banco de Portugal prevê que as exportações do turismo tenham um peso cada vez maior na economia portuguesa, chegando aos 9.3% do produto interno bruto (PIB) em 2021 (citado por Público, 2019 setembro-04). A região algarvia não foi exceção e iniciou o ano com todos os indicadores turísticos a crescer acima da média nacional, por exemplo houve um aumento no número de hóspedes de 14.1% (citado por Turismo do Algarve, 2019 março-20). Recentemente, a Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA) afirmou que, em junho deste ano (i.e., 2019), esta região registou um aumento no volume de negócios de alojamento de 1.9% face ao período homólogo de 2018 (citado por Forra, 2019 julho-08). Deste modo, face ao exposto, percebe-se que o turismo e a hotelaria são áreas económicas totalmente interligadas, uma vez que o crescente número de turistas que visita o Algarve procura, na sua estadia, serviços que primem pelo conforto e pela relação qualidade-preço.

É com base nos dados supramencionados que se torna fundamental perceber qual o tipo de influência que os colaboradores podem ter na *performance*, produtiva e financeira, das suas organizações e quais as relações estabelecidas entre estes e a sua entidade patronal. Neste campo existem inúmeros estudos que apontam algumas variáveis

como essenciais para compreender a importância dos indivíduos e do seu trabalho para as organizações, nomeadamente quais os atributos que os colaboradores possuem na sua relação com o trabalho e como é que as organizações devem proceder para os desenvolver. Na presente dissertação foram eleitas quatro dessas variáveis: (a) o capital psicológico positivo, (b) a satisfação no trabalho, (c) o *commitment* organizacional, mais especificamente o *commitment* afetivo e (d) o *engagement* no trabalho.

Em relação ao capital psicológico positivo (PsyCap), um estado psicológico positivo composto por quatro dimensões (autoeficácia, otimismo, esperança e resiliência), este promove a adoção de atitudes e comportamentos laborais desejáveis e diminuiu a incidência de atitudes e comportamentos laborais indesejáveis, logo uma organização deve almejar a existência de uma massa trabalhadora com elevados níveis de PsyCap (Avey, 2014). A evidência empírica (e.g., Hur, Rhee, & Ahn, 2016; Totawar & Nambudiri, 2014) tem demonstrado que o PsyCap é frequentemente estudado com as atitudes laborais, mais particularmente com a satisfação no trabalho e o *commitment* organizacional, estabelecendo uma relação positiva com estas. Existem também outros estudos que relacionam o PsyCap com o *engagement* no trabalho (e.g., Karatepe & Karadas, 2015; Viseu, Rus, & Jesus, 2015), nestas situações observou-se que os recursos psicológicos positivos contribuíram para o surgimento de trabalhadores *engaged*. As associações entre o PsyCap, as atitudes laborais (i.e., satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) e o *engagement* no trabalho, os constructos que serão abordados nesta dissertação, também já foram testados. Por exemplo, Paek, Schuckert, Kim e Lee (2015) registaram que estes conceitos estabelecem relações positivas entre si. No setor hoteleiro, setor onde esta investigação foi desenvolvida, os estudos já elaborados (e.g., Paek et al., 2015) apontam para os benefícios do PsyCap. No entanto, a evidência empírica relativa ao PsyCap e às relações que ele estabelece com outros constructos, no setor hoteleiro, ainda é escassa.

Partindo destas premissas, pretende-se, de modo geral, compreender os mecanismos intervenientes na relação entre os recursos psicológicos dos trabalhadores e o seu bem-estar ocupacional, examinado através do *engagement* no trabalho. Para tal, procurou-se desenvolver um modelo teórico que consiga: (a) aferir a relação direta entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho, (b) avaliar a associação direta entre o PsyCap e as atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo), (c) analisar a relação direta entre as atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) e o *engagement* no trabalho e (d) testar o efeito mediador, parcial ou total, das atitudes

laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) na relação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho. Esta investigação foi conduzida com recurso a uma amostra de trabalhadores do setor hoteleiro do Algarve.

Após esta breve referência aos conceitos teóricos desta dissertação e aos objetivos da mesma, apresenta-se, em seguida, a sua estrutura, destacando-se os principais tópicos abordados em cada capítulo.

No próximo capítulo far-se-á referência aos constructos que compõem este estudo, sendo referidas as suas definições conceptuais, as suas principais características, as correntes teóricas a que estão associados, os fatores que os influenciam e as suas principais consequências, organizacionais e individuais. Neste capítulo será também feita menção às relações estabelecidas entre os conceitos em análise e às suas implicações para o setor hoteleiro, enunciando-se, para tal, um conjunto de investigações já realizadas neste âmbito. Por fim, será efetuada uma súmula conclusiva.

No capítulo seguinte encontram-se os objetivos desta investigação, o levantamento das hipóteses de investigação e o modelo teórico delineado. A justificabilidade destas hipóteses baseou-se em dados provenientes da literatura, procurando-se estabelecer uma ligação entre esses resultados e os que se perspetivam obter neste estudo.

No capítulo destinado à metodologia serão descritos os dados relativos à amostra recolhida, definidos os instrumentos utilizados e o seu respetivo enquadramento teórico, e será explicitado o procedimento metodológico seguido.

No capítulo relativo aos resultados, além de se abordar a estratégia de análise de dados, serão apresentados os dados referentes: (a) à análise descritiva e correlacional, (b) ao ajustamento do modelo, (c) às propriedades psicométricas (validade e fidelidade) das variáveis selecionadas e (d) às hipóteses de investigação definidas.

Por último, o capítulo final destina-se à discussão dos resultados obtidos e à apresentação das principais conclusões deste estudo. Neste capítulo serão ainda enfatizadas as implicações teórico-práticas desta investigação para a gestão de recursos humanos, sendo ainda explicitadas algumas ferramentas que pretendem fomentar os constructos estudados. Serão de igual modo mencionadas as principais limitações deste estudo e serão referidas um conjunto de sugestões para futuras investigações.

2. Revisão da Literatura

Ao longo deste capítulo será feita menção a cada um dos conceitos desta investigação, (a) PsyCap, (b) satisfação no trabalho, (c) *commitment* afetivo e (d) *engagement* no trabalho. Far-se-á uma análise de cada conceito, explicitando aspetos como a sua definição, as suas características, as teorias vigentes e o seu impacto no setor hoteleiro. No final deste capítulo o leitor poderá encontrar, ainda, uma súmula conclusiva dos principais aspetos referidos ao longo do mesmo.

2.1. O capital psicológico positivo

2.1.1. A sua origem: Da psicologia positiva ao comportamento organizacional positivo.

Atualmente, as organizações estão cada vez mais focadas em proporcionar aos seus colaboradores um ambiente de trabalho que potencie a sua *performance*. Para tal, reconhecem que é importante apostar nos pontos fortes dos trabalhadores, ao invés de se focarem naquilo que é negativo (e.g., a doença mental) e de tentarem «corrigir» possíveis vulnerabilidades ou fraquezas (Avey, Luthans, & Jensen, 2009).

De acordo com Avey (2014), o PsyCap assume-se como um constructo multidimensional com origem na psicologia positiva e que integra uma corrente denominada comportamento organizacional positivo (COP), que se foca nos aspetos virtuosos das organizações e de quem nelas trabalha (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007; Machado, 2008). Segundo Luthans et al. (2007), a psicologia positiva reemergiu quando um grupo de psicólogos, liderado por Martin Seligman (à data presidente da *American Psychological Association*), começou por compreender que, apesar dos resultados alcançados para o tratamento de doenças e de problemas psicológicos, o principal objetivo da investigação e da prática em psicologia centrava-se, ainda, nos aspetos negativos e nas patologias, negligenciando uma abordagem positiva do funcionamento humano (Machado, 2008). Deste modo, procurou-se redirecionar o foco da investigação, não só para o estudo das doenças e fraquezas, mas também para o estudo das forças e virtudes, catalisando a preocupação central desta ciência no estudo daquilo que é positivo na experiência humana. Este redirecionamento resultou na construção de uma teoria e investigação empírica que serviu de base à psicologia positiva (Machado, 2008).

Na opinião de Machado (2008), foi a aplicação da psicologia positiva ao contexto organizacional que despoletou a emergência de dois grandes movimentos, o *Positive Organizational Scholarship* (POS) e o *Positive Organizational Behavior* (na tradução

para língua portuguesa Comportamento Organizacional Positivo [COP]). Foi neste último movimento que a noção do PsyCap teve as suas raízes e afirmação.

Relativamente ao POS, autores como Luthans et al. (2007) defendem que este é um movimento da ciência organizacional focado, essencialmente, em aspetos organizacionais (e.g., processos, dinâmicas e resultados), negligenciando o papel dos colaboradores. Quanto ao COP, Luthans (2002) sugere que este movimento se debruce sobre o estudo e a aplicação, aos recursos humanos, de forças positivas e capacidades psicológicas que podem ser medidas, desenvolvidas e geridas de forma eficaz, para melhorar o desempenho no local de trabalho. O critério aberto ao desenvolvimento (i.e., *state-like*¹) dos conceitos que compõem o COP é um diferenciador crítico desta corrente. Este critério defende que os constructos englobados no COP são passíveis de desenvolvimento (e.g., através de programas de prevenção e intervenção), distinguindo-se assim: (a) dos estados puros, que têm uma duração limitada e que são facilmente maleáveis (e.g., estados de humor), (b) dos aspetos *trait-like*, que são estáveis e cuja mudança é limitada (e.g., modelo de personalidade *The Big Five*), e (c) dos traços puros, que são bastante estáveis e apresentam maior durabilidade (e.g., inteligência) (Luthans et al., 2007). Para que um constructo seja integrado no COP ele deve respeitar um conjunto de critérios: (a) ter uma base teórica e empírica suficientemente sustentada, (b) ser *state-like* (i.e., aberto ao desenvolvimento) e (c) influenciar de forma positiva o desempenho laboral (Luthans, 2002; Luthans & Youssef, 2007; Luthans et al., 2007). Para Palma, Pina e Cunha e Lopes (2007), o COP procurou afirmar-se como área de estudo e de melhoria das capacidades psicológicas dos indivíduos, quando estas fossem alvo de avaliação e de desenvolvimento, poderiam tornar-se numa fonte de vantagem competitiva para as organizações, por exemplo, através de um impacto significativo no desempenho.

Contudo, o surgimento do COP não trouxe unanimidade no seio da comunidade científica e foram mesmo levantadas algumas questões que puseram em causa o desenvolvimento desta perspetiva, nomeadamente o facto de esta corrente não ter uma base teórica com relevo histórico, seguir sempre a mesma estratégia de investigação (i.e., baseada em estudos de cariz transversal) e ainda a sua aceitação implícita de que as organizações contêm falhas (Fineman, 2006; Hackman, 2009).

¹ A autora optou por não traduzir este conceito, dada a ausência de um consenso quanto à tradução para a língua portuguesa.

É desta forma que emerge o PsyCap, fruto de uma mudança de paradigma, i.e., transição de uma visão reparadora do ser humano para uma visão focada nas suas forças. Portanto, torna-se imprescindível abordar, na próxima secção, qual a definição deste conceito e quais as suas características.

2.1.2. O capital psicológico positivo: Definição e características deste constructo.

O constructo em questão, segundo Luthans e Youssef (2004), pode ser definido como um estado de desenvolvimento psicológico positivo em que a pessoa é caracterizada por (a) ter a capacidade para reunir todos os esforços necessários para atingir com sucesso os seus objetivos e ser bem-sucedida em tarefas desafiantes (autoeficácia), (b) atribuir um sentido positivo ao seu sucesso atual e futuro (otimismo), (c) insistir nos seus objetivos e, caso necessário, definir/criar estratégias alternativas para os alcançar (esperança) e (d) possuir a capacidade de enfrentar e superar os problemas e as adversidades, para que o sucesso seja rapidamente alcançado (resiliência). Assim, o PsyCap apresenta-se como um constructo de ordem superior que inclui quatro capacidades psicológicas positivas, autoeficácia, otimismo, esperança e resiliência (Luthans et al., 2007; Luthans, Youssef-Morgan, & Avolio, 2015).

Estas quatro capacidades respeitam um conjunto de quatro critérios definidos para todos os conceitos que almejam integrar o PsyCap, nomeadamente (a) possuir características positivas corroboradas pela teoria e pela investigação, (b) possibilidade de avaliação através de instrumentos com características psicométricas adequadas, e.g., *Psychological Capital Questionnaire-24*, *Psychological Capital Questionnaire-12* e *Implicit Psychological Capital Questionnaire*, (c) ser *state-like* (i.e., aberto ao desenvolvimento) e (d) ter um impacto positivo nas atitudes e nos comportamentos laborais (e.g., satisfação no trabalho, *commitment* organizacional e *performance* no trabalho) (Luthans & Avolio, 2009; Luthans et al., 2015; Palma et al., 2007).

A respeito das quatro capacidades psicológicas que compõem o PsyCap, na Figura 1 encontra-se a definição conceptual das mesmas.

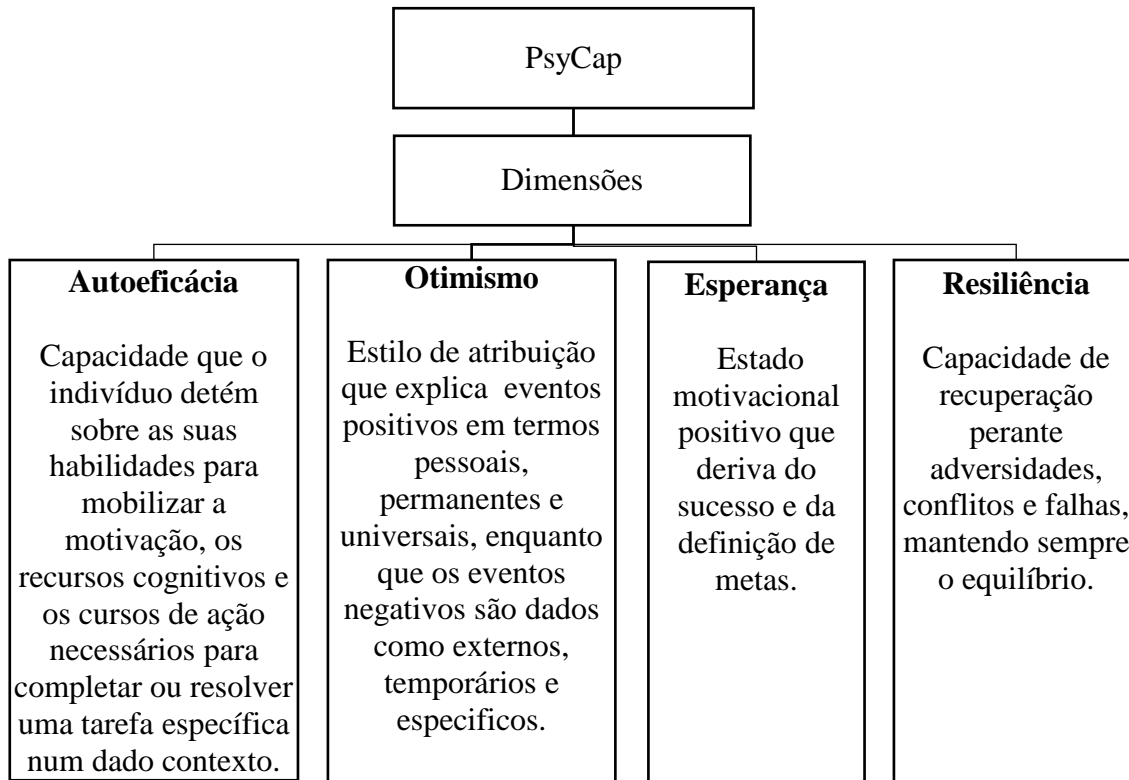


Figura 1. Definição conceptual das capacidades psicológicas que compõem o PsyCap. Esta figura foi desenvolvida com base nos trabalhos de Luthans et al. (2007) e Palma et al. (2007).

Apesar de existirem outros constructos que podem integrar o PsyCap, os presentes na Figura 1 são os que melhor atendem aos critérios de integração do conceito, uma vez que são *state-like* e permitem melhorar a *performance* laboral (Avey, Luthans, & Mhatre, 2008). Além disso, estas quatro dimensões conferem ao PsyCap a sua natureza multidimensional (Avey, 2014).

Por último, é importante referir que, embora o PsyCap seja considerado como um fator de ordem superior composto pela autoeficácia, pelo otimismo, pela esperança e pela resiliência, existe uma crescente discussão quanto à inclusão de outras dimensões, como o bem-estar, a criatividade, a inteligência emocional, a gratidão, a autenticidade e a espiritualidade. Embora esta pareça uma abordagem plausível, o PsyCap permanece intacto, uma vez que ainda não existe uma justificação teórica e empírica adequada para a inclusão de novas dimensões neste conceito (Newman, Ucbasaran, Zhu, & Hirst, 2014; Youssef-Morgan & Luthans, 2015).

Após uma abordagem à definição e às principais características do PsyCap, é importante perceber de que maneira é que esta forma de capital se distingue de outras.

2.1.3. Capital psicológico positivo: Distinção de outras formas de capital.

A palavra «capital» tem a sua origem na economia, referindo-se ao conjunto de bens duráveis, não obstante ao longo dos últimos anos têm ganho peso na literatura outras formas de capital, sendo comum falar-se em termos como capital psicológico positivo, capital humano e capital social, além do sobejamente citado capital económico (Caza, Bagozzi, Woolley, Levy, & Caza, 2010).

No que diz respeito ao capital económico, este está ligado à vertente económico-financeira de uma organização, bem como ao seu espaço físico (Luthans, Luthans, & Luthans, 2004). Quanto ao capital humano, tal como afirmam os autores, este refere-se às pessoas que trabalham em todos os níveis de uma empresa. Já o capital social, está ligado aos recursos de confiança, relacionamento e contactos que os indivíduos estabelecem com os elementos da sua esfera social (Luthans et al., 2004).

Assim, podemos afirmar que o PsyCap se assemelha às formas de capital mencionadas, uma vez que todas procuram fornecer vantagens competitivas para as organizações, porém os estados psicológicos dos colaboradores representam um dos recursos com maior potencial de contribuição para a *performance* laboral (Caza et al., 2010). Contudo, outros autores (Luthans et al., 2004, p. 46) enfatizam, de forma explícita, que existem diferenças claras que distinguem o PsyCap das outras formas de capital, nomeadamente o facto de o “capital económico [ser] aquilo que nós temos, o capital humano [ser] aquilo que nós sabemos [e] o capital social [ser] o que nós conhecemos” e o PsyCap se tratar daquilo que nós somos ou no que nos estamos a tornar (Luthans, Avey, Avolio, Norman, & Combs, 2006).

Após percebermos o que distingue o PsyCap das outras formas de capital, é importante perceber quais são os seus antecedentes e consequentes.

2.1.4. Antecedentes e consequentes do capital psicológico positivo.

Relativamente aos antecedentes do PsyCap, vários autores afirmam que poucos estudos têm abordado este tema (Avey, 2014; Luthans et al., 2015; Rus & Baban, 2013; Viseu, Jesus, Quevedo-Blasco, Rus, & Canavarro, 2015). Porém, no estudo de Avey (2014) foi possível registar que existem quatro antecedentes do PsyCap, a saber (a) as diferenças individuais (e.g., a autoestima), (b) a supervisão (e.g., a liderança autêntica),

(c) as características das tarefas (e.g., a complexidade) e (d) as variáveis sociodemográficas (e.g., a idade, o sexo e o tempo de trabalho do indivíduo na organização).

Quanto aos consequentes do PsyCap, aqui a investigação já é bastante ampla e refere que este prediz as atitudes e os comportamentos laborais desejáveis, bem como contribui para uma diminuição das atitudes e dos comportamentos indesejáveis (Avey, Luthans, & Youssef, 2010; Avey, 2014). Avey et al. (2010) indicaram que o PsyCap dos indivíduos está positivamente associado ao bem-estar dos mesmos. Em 2009, Avey et al. demonstraram que este conceito contribui para a redução dos sintomas de stresse e das intenções voluntárias de abandono da organização. Por sua vez, Avey, Wernsing e Luthans (2008) verificaram que os recursos positivos dos indivíduos podem levar a uma diminuição dos comportamentos desviantes e do cinismo, enquanto promovem um aumento do *engagement* no trabalho e dos comportamentos organizacionais de cidadania. O estudo de Norman, Avey, Nimmicht e Pigeon (2010) corroborou estes resultados. Outras investigações examinaram as relações entre o PsyCap e (a) as perceções de justiça organizacional, (b) o *commitment* organizacional e (c) a satisfação no trabalho, tendo-se observado a existência de uma associação positiva entre estas variáveis (Hur et al., 2016; Totawar & Nambudiri, 2014). Existem ainda estudos que apontam que o PsyCap se encontra negativamente relacionado com múltiplas variáveis de mal-estar, tais como o *burnout*, os comportamentos de cinismo, os comportamentos contraproducentes, as intenções de saída, o stresse e o *turnover* (Avey, Reichard, Luthans, & Mhatre, 2011; Mills, Fleck, & Kozikowski, 2013; Newman et al., 2014; Rus & Jesus, 2010).

Vários estudos apontaram maneiras diferentes para o caminho que o PsyCap deve seguir, nomeadamente Avey (2014) defende que este constructo se tornou numa importante ferramenta na gestão de recursos humanos, uma vez que pode ser incluído nos processos de recrutamento e de seleção de pessoas. Numa visão mais ampla, autores como Newman et al. (2014) e Rus e Baban (2013) realçaram a importância futura de se avaliar o papel mediador e/ou moderador do PsyCap e explorar as variáveis que medeiam/moderam a relação entre ele e os seus consequentes.

Na Figura 2 pode encontrar-se uma súmula conclusiva dos antecedentes e consequentes do conceito em análise.

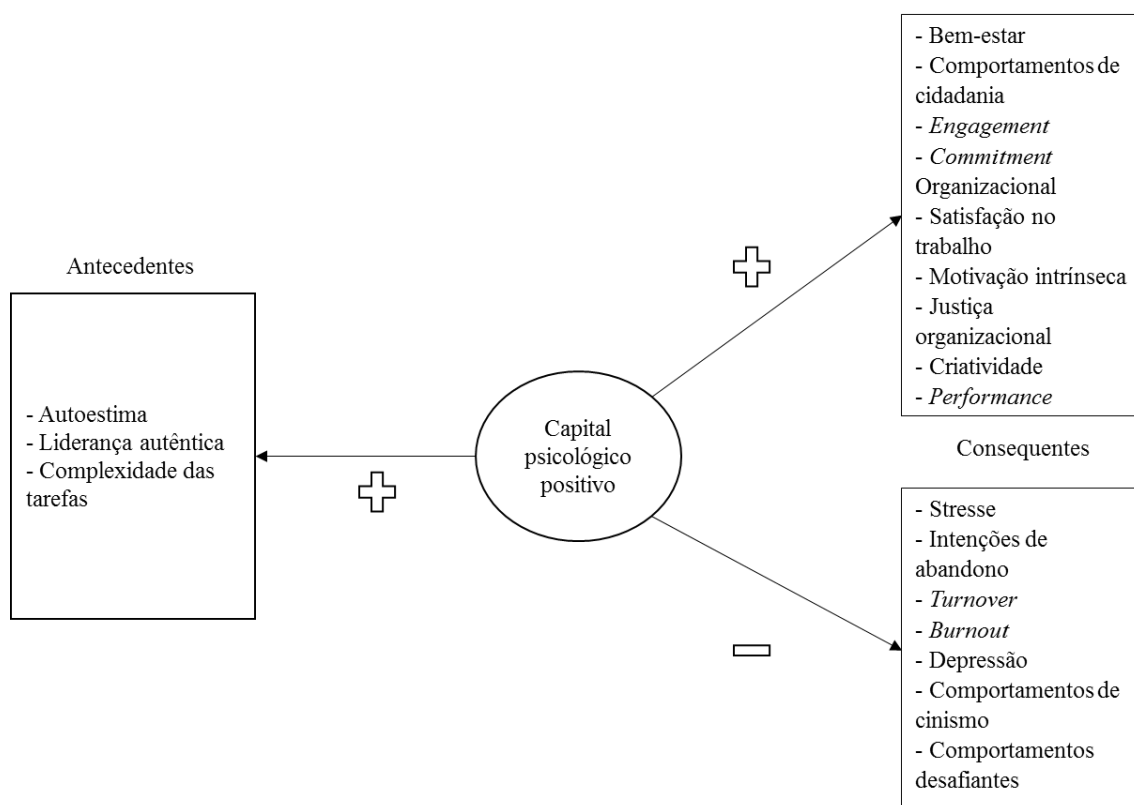


Figura 2. Antecedentes e consequentes do PsyCap. Esta figura foi inspirada nos trabalhos desenvolvidos por Avey (2014), Luthans et al. (2015), Rus e Baban (2013) e Viseu et al. (2015).

Depois da análise aos antecedentes e consequentes do PsyCap, abordar-se-á na secção seguinte o papel que o mesmo tem desempenhado na investigação no setor hoteleiro.

2.1.5. O capital psicológico positivo na hotelaria.

A maioria dos estudos empíricos que ligam o PsyCap à hotelaria foram desenvolvidos nos Estados Unidos da América (EUA), existindo vários autores que afirmam que a literatura existente sobre este tema ainda é escassa e que pouco ou nada se sabe sobre a relação que o PsyCap estabelece com outros constructos.

Karatepe e Karadas (2015) desenvolveram um estudo, com funcionários da linha da frente de hotéis de quatro e cinco estrelas romenos, em que se procurou medir os efeitos do PsyCap em três resultados de satisfação, (a) trabalho, (b) carreira e (c) vida. Verificou-se que o otimismo foi a dimensão mais preponderante do PsyCap, seguindo-se a resiliência, a autoeficácia e a esperança. Os resultados sugeriram, ainda, que funcionários

com maior PsyCap estão mais satisfeitos com o seu trabalho, carreira e vida. Ficou também comprovado que o PsyCap fomenta o *engagement* no trabalho (Karatepe & Karadas, 2015).

Num estudo mais recente, desenvolvido com 159 funcionários de um hotel situado na Rússia, Ozturk e Karatepe (2018) testaram a confiança dos funcionários na organização como um mediador da relação entre o PsyCap, a intenção de abandono do local de trabalho, o absentismo e a criatividade, tendo ficado comprovado que a confiança na organização estabelece uma relação positiva com os conceitos supracitados. Por último, Paek et al. (2015) desenvolveram um estudo em quinze hotéis de cinco estrelas na Coreia, recorrendo a uma amostra de 312 funcionários, sugerindo os resultados que o *engagement* no trabalho medeia parcialmente o efeito do PsyCap na satisfação no trabalho e no *commitment* afetivo.

Em suma, os estudos mencionados apontam para um impacto positivo do PsyCap nos funcionários da hotelaria. No entanto, verifica-se que é necessário desenvolver mais investigação que comprove este aspeto e que esclareça, igualmente, qual a magnitude da relação entre este conceito e, por exemplo, as atitudes laborais.

2.2. Atitudes laborais

2.2.1. O que são as atitudes laborais.

As atitudes laborais são um tema frequentemente abordado no seio da psicologia organizacional e da gestão de recursos humanos, sendo caracterizadas por um conjunto de avaliações individuais, positivas ou negativas, do trabalho, tendo em conta os sentimentos, as crenças e os vínculos estabelecidos com a organização. Essas avaliações envolvem duas componentes, afetiva (e.g., o indivíduo gosta ou não do seu trabalho) e cognitiva, que se traduz nos comportamentos adotados pelo indivíduo com base no resultado da sua avaliação (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012; O'Reilly, 1991).

As atitudes no trabalho podem ser de variada índole, e.g., podem referir-se à satisfação que um indivíduo sente com as funções que desempenha (satisfação no trabalho), mas também podem dizer respeito à ligação estabelecida com a organização (*commitment* organizacional). Além disso, uma atitude laboral pode ser percebida de modo uni ou multidimensional (e.g., a satisfação no trabalho), dependendo da perspetiva teórica adotada, ou pode somente ser interpretada como multidimensional (e.g., *commitment* organizacional) (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

2.3. Satisfação no trabalho

2.3.1. Conceito, definição e abordagens à satisfação no trabalho.

Existem inúmeras conceptualizações teóricas que explicam o constructo de satisfação no trabalho e quais os fatores que o determinam. Contudo, durante a presente revisão teórica não se pretende proceder a uma abordagem extensa sobre este conceito, mas sim apresentar algumas das definições consideradas mais influentes.

Ao longo dos últimos séculos até à atualidade tem-se tornado cada vez mais comum questionar onde é que os seres humanos despendem a maior parte do seu tempo, sendo que para vários autores esta resposta é clara: no trabalho. Uma parte significativa da vida de um indivíduo é dedicada ao trabalho e, portanto, à margem desse conhecimento começaram a surgir questões por resolver relacionadas com os trabalhadores e a sua satisfação laboral (Hantula, 2015; Lease, 1998).

A satisfação no trabalho, uma das atitudes laborais mais estudadas, não possui uma definição consensual, porém é possível categorizar as suas definições em perspetivas distintas (Alarcon & Lyons, 2011; Harrison, Newton, & Roth, 2006; Lease, 1998). Por um lado, autores como Judge e Kammeyer-Mueller (2012, p. 347) propuseram que “a satisfação no trabalho é um processo avaliativo que expressa contentamento com, e sentimentos positivos sobre o trabalho de um indivíduo”, ou seja, os autores referem-se à satisfação como tendo uma vertente emocional e cognitiva decorrente da própria avaliação do indivíduo relativamente ao seu trabalho. Segundo Saari e Judge (2004), estas duas vertentes não se podem dissociar, uma vez que estão intrinsecamente ligadas, isto é, se quando pensamos temos sentimentos sobre o que pensamos, também quando temos sentimentos, pensamos sobre o que sentimos. Por outro lado, segundo Alcobia (2001), este conceito é definido como uma atitude generalizada em relação ao trabalho. De acordo com esta perspetiva, a satisfação é vista como um fator preditor de diferentes comportamentos de trabalho, como a produtividade, o desempenho, o *turnover* e o absentismo (Beuren, Santos, Marques, & Resendes, 2017). Vários autores defendem, ainda, que a satisfação no trabalho é um constructo de carácter individual resultante de dois fatores, (a) as características pessoais e (b) as características laborais. Neste caso, a personalidade de cada indivíduo estabelece uma relação com a sua satisfação laboral (Brown, Charlwood, & Spencer, 2012; Saygi, Tolon, & Tekogul, 2011). Esta questão tem sido discutida por vários autores (e.g., Saari & Judge, 2004), dado que se considera que as pessoas com afetos positivos apresentam níveis de satisfação mais elevados e que os

indivíduos com afetos negativos são mais propensos a sentirem-se insatisfeitos com o seu trabalho.

De acordo com as diferentes orientações conceptuais, a satisfação também pode ser aferida de forma distinta. Por essa razão, este conceito tem sido estudado de forma unidimensional ou multidimensional. A abordagem unidimensional tem sido a mais utilizada, nesta perspetiva a satisfação no trabalho é vista como uma atitude em relação ao trabalho em geral, enquanto a abordagem multidimensional está subjacente ao «momento». Por exemplo, numa determinada fase um colaborador encontra-se insatisfeito com o seu vencimento (uma das facetas da satisfação laboral), mas em outro «momento» esse mesmo colaborador pode atingir um estágio de satisfação relativo a esse mesmo fator (Currivan, 1999; Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

Em suma, para caracterizar a satisfação no trabalho é fundamental ter em conta a orientação conceptual selecionada. Além disso, é necessário perceber quais os mecanismos psicológicos subjacentes ao processo avaliativo que dá origem a estados de satisfação ou insatisfação no trabalho.

Após sublinharem-se alguns aspetos relativos à satisfação no trabalho, ir-se-á, no próximo ponto, focar a atenção em algumas das teorias que explicam este constructo.

2.3.2. Teorias de satisfação no trabalho.

2.3.2.1. Modelo de características do trabalho.

Têm sido utilizados diferentes modelos para explicar a satisfação no trabalho, um dos mais influentes é o modelo das características do trabalho, que pretende analisar o papel das características laborais na satisfação dos colaboradores (Alcobia, 2001; Andreassi, Lawter, Brockerhoff, & Rutigliano, 2012). Os autores deste modelo, Hackman e Oldham (1975), desenvolveram um conjunto características que um trabalho deve possuir, (a) identidade e significado das tarefas, (b) variedade de aptidões necessárias às funções, (c) autonomia e (d) *feedback*, para que um trabalhador possa estar satisfeito (Alcobia, 2001; Andreassi et al., 2012).

Este modelo assenta na intenção de os indivíduos poderem ser motivados por via da satisfação intrínseca que resulta do desempenho das tarefas (Alcobia, 2001). Os autores deste modelo defendem, ainda, que é importante perceber-se de que forma é que as características mencionadas têm influência na satisfação dos indivíduos. Ao nível da variedade do trabalho, da identidade e do significado salienta-se a importância que o indivíduo atribui às tarefas que desempenha. Por sua vez, a autonomia confere

importância ao sentido de responsabilidade pessoal que os indivíduos têm pelo trabalho que realizam. Por fim, o *feedback* procura perceber se os objetivos delineados foram cumpridos e saber o que pode ser melhorado no desempenho das tarefas (Alcobia, 2001; Hackman, 1980). Porém, a relação entre os atributos do trabalho e a satisfação não é direta, ela é mediada por três estados psicológicos, (a) percepção de significado, (b) sentido de responsabilidade e (c) compreensão dos resultados. De acordo com Alcobia (2001), quando estão reunidas as condições ideais de interação entre estes aspetos, é expectável que se observe uma melhoria da satisfação no trabalho, da motivação profissional e da *performance* laboral, bem como uma diminuição do *turnover*.

2.3.2.2. Teoria bifatorial.

A teoria bifatorial ou teoria motivação-higiene, desenvolvida por Herzberg (1965), teve uma elevada importância, uma vez que demonstrou existirem fatores associados a uma elevada satisfação dos trabalhadores e outros que, pelo contrário, se relacionam com uma significativa não satisfação (Alcobia, 2001; Andreassi et al., 2012). Esta conclusão baseou-se num conjunto de investigações que utilizaram o método dos incidentes críticos (Alcobia, 2001). Nesses estudos foi possível observar o surgimento de dois fatores, um composto por aspetos do trabalho que causam satisfação (fatores motivacionais) e outro que apresentava aspetos laborais que causavam não satisfação (fatores higiénicos) (Smerek & Peterson, 2006).

Autores como Alcobia (2001), Herzberg (1965) e Santos (2007) consideraram que os fatores higiénicos tinham origem externa ao indivíduo, ou seja, em elementos onde não existe possibilidade de controlo, e.g., as políticas organizacionais, a supervisão, a remuneração, as condições laborais, as relações interpessoais, o *status* e a segurança no emprego. Quanto aos fatores motivacionais, os mesmos autores consideraram que estes estavam ligados a elementos intrínsecos (i.e., que podem ser controlados pelo trabalhador), como a autonomia, a realização das tarefas, o interesse pelas tarefas, a possibilidade de formação profissional e a existência de possibilidades de progressão. Os autores consideraram, ainda, a satisfação no trabalho e a não satisfação como constructos distintos, o que quer dizer que a satisfação não é o inverso da não satisfação e vice-versa.

Apesar da contribuição desta teoria, alguns críticos referiram que o método de investigação que lhe serviu de base não é o mais adequado e que ela negligenciou as particularidades de cada contexto laboral (Smerek & Peterson, 2006 Wolf, 1970).

2.3.2.3. Teoria da discrepância.

Em 1976, Locke apresentou uma teoria sobre a satisfação, a teoria da discrepância, que abordava as suas componentes cognitiva e afetiva, e que considerava aspetos como a congruência e a discrepância. Oplatka e Mimon (2008) descreveram a congruência como a correspondência que cada indivíduo faz entre o seu rendimento laboral e as recompensas recebidas. Existem, portanto, duas facetas de congruência, (a) se o rendimento for alto, mas a recompensa baixa, os indivíduos sentir-se-ão incongruentes e (b) se se verificar um equilíbrio entre o rendimento e a recompensa, é possível que os indivíduos atinjam um patamar de congruência (Oplatka & Mimon, 2008).

No que concerne à discrepância, Alcobia (2001) defende que esta pode ser descrita através de três fatores, (a) a satisfação com as dimensões do trabalho, (b) as características dessas dimensões e (c) a sua relevância. Os dois primeiros fatores enfatizam, respetivamente, o papel das vertentes afetiva e cognitiva da satisfação no trabalho, ao passo que a última resulta da importância atribuída, por cada indivíduo, a cada uma das vertentes supracitadas (Alcobia, 2001; Locke, 1976). Segundo Oplatka e Mimon (2008), a satisfação é alcançada quando existe uma discrepância reduzida, dito de outra forma, quando a valorização atribuída a cada fator é semelhante e quando há um equilíbrio na díade rendimento-recompensa. Em oposição, a insatisfação laboral emerge aquando da atribuição de uma maior preponderância a um dos fatores, resultando num estado de discrepância, o que afetará diretamente a ligação rendimento-recompensa.

Nesta sub-secção foram abordadas três teorias explicativas da satisfação no trabalho, enunciando-se, de forma sucinta, os seus principais pressupostos. Todas as teorias ou modelos analisados possuem as suas forças e fraquezas, mas todos eles deram uma contribuição indelével para a evolução do constructo em análise. Em seguida, observar-se-á de que forma a satisfação laboral se relaciona com outras variáveis e como a mesma pode ser fomentada, de modo a criar locais de trabalho que proporcionem bem-estar aos colaboradores.

2.3.3. Satisfação no trabalho: Associações estabelecidas e como incrementar.

A satisfação no trabalho estabelece relações com múltiplos constructos, independentemente da sua origem (Brown et al., 2012).

Numa ótica organizacional, vários autores têm destacado o papel da satisfação para diminuir o absentismo e o *turnover* (Brown et al., 2012; Hantula, 2015). Porém, este

aspecto não é consensual, uma investigação levada a cabo por Schleicher, Hansen e Fox (2011) aponta para o facto da intensidade da relação entre estas variáveis ser residual. Além disso, a evidência empírica também já demonstrou que a satisfação no trabalho se associa de forma positiva com o *engagement* no trabalho (Harrison et al., 2006; Yalabik, Popaitoon, Chowne, & Rayton, 2013). Ademais, também existem estudos onde se verificou a existência de uma associação positiva entre duas atitudes laborais, satisfação no trabalho e *commitment* organizacional (Knippenberg & Sleebos, 2006). A satisfação laboral prediz, igualmente, a criatividade e a inovação dos colaboradores (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

Num prisma individual, é possível registar que trabalhadores satisfeitos apresentam menos queixas de dor física e reduzida incidência de doença mental (Brown et al., 2012; Keller & Semmer, 2013). Por outro lado, níveis de satisfação mais elevados contribuem para uma diminuição dos acidentes de trabalho.

Com vista a melhorar a satisfação laboral, Hantula (2015) sugeriu um conjunto de medidas que defendiam a adoção de práticas de liderança ética e transformacional, caracterizadas por um elevado nível de suporte por parte das chefias e que resultam, conseqüentemente, em maior satisfação laboral. Este mesmo autor afirmou que relações interpessoais saudáveis proporcionam níveis mais elevados de satisfação. Por fim, há que destacar, igualmente, a existência de *feedback* durante e após a execução das tarefas (Hantula, 2015).

Após serem abordadas algumas das associações estabelecidas pela satisfação no trabalho, atentar-se-á, em seguida, à forma como este conceito tem sido trabalhado no âmbito da hotelaria.

2.3.4. Satisfação no trabalho na hotelaria.

Na literatura existente sobre o setor da hotelaria tem-se verificado que uma das variáveis mais estudadas é a satisfação no trabalho, logo pode assumir-se que este constructo é fundamental para o desempenho dos funcionários dos hotéis (Borralha, Jesus, Pinto, & Viseu, 2016). Ademais, a satisfação também se tem tornado crucial no desenvolvimento financeiro e na prosperidade dos hotéis, atuando como mediadora na relação com a satisfação do cliente (Borralha et al., 2016).

Tal como supramencionado, a satisfação laboral encontra-se associada a um conjunto de fatores, quer individuais quer organizacionais, que visam promover o bem-estar dos colaboradores (Borralha et al., 2016). No caso particular da hotelaria, a

satisfação tem vindo a ser associada à aceitação das políticas já existentes, ao melhor salário possível, ao horário de trabalho, aos comportamentos dos funcionários, à excelência dos serviços e até aos conflitos familiares. Alguns estudos indicaram que a justiça organizacional, o *commitment* afetivo, a inteligência emocional, o capital intelectual, as condições de trabalho e o tipo de organização encontram-se diretamente associados a níveis mais elevados de satisfação laboral (Borralha et al., 2016). Do mesmo modo, a sua ausência pode levar a comportamentos negativos, como o *turnover*, as atitudes de indiferença e a passividade e, em casos extremos, de total desinteresse pelo contexto de trabalho (Palma et al., 2007).

As organizações encontram-se cada vez mais conscientes da importância de manter os seus funcionários motivados e satisfeitos, quer seja no setor hoteleiro ou em outro qualquer setor, consignando à satisfação um importante papel no desempenho dos funcionários e no próprio trabalho (Borralha et al., 2016). Segundo Borralha et al. (2016), foram identificados alguns preditores da satisfação no setor hoteleiro, entre os quais: (a) as perspetivas de crescimento, (b) o desenvolvimento da unidade hoteleira, (c) a competitividade, (d) a autoeficácia, (e) o esforço, (f) a capacidade de executar várias tarefas ao mesmo tempo, (g) a satisfação com a vida, (h) o baixo nível educacional e (i) trabalhar em hotéis independentes. Por sua vez, os fatores que mais contribuíram para a insatisfação laboral foram: (a) a existência de conflitos, (b) os altos níveis de formação académica, (c) os baixos salários, (d) a falta de segurança no trabalho, (e) as políticas de administração inadequadas, (f) os problemas com os colegas, (g) as situações de stresse, (h) as poucas oportunidades de progressão, (i) o reduzido *commitment* organizacional, (j) o baixo prestígio do trabalho, (k) a idade avançada e (l) as poucas tarefas a serem executadas (Borralha et al., 2016). Desta forma, na opinião dos mesmos autores, deverão ser criadas condições de trabalho adequadas para que haja um aumento da satisfação laboral e do bem-estar ocupacional destes trabalhadores.

Após esta abordagem à satisfação laboral, seguir-se-á a apresentação de uma outra atitude laboral, o *commitment* organizacional, mais especificamente de uma das suas dimensões – o *commitment* afetivo.

2.4. *Commitment* afetivo

2.4.1. *Commitment* organizacional, a sua importância e definição.

Num contexto organizacional marcado por um elevado ambiente concorrencial torna-se imprescindível para as organizações apostarem em colaboradores altamente qualificados e capazes de apresentar uma *performance* individual consistente (Cardoso, Castro & Gomes, 2011). Com base nessa aposta, é expectável que as entidades patronais esperem receber um retorno no investimento realizado. Assim, os colaboradores devem desenvolver estratégias que lhes permitam resolver os constrangimentos laborais com que se deparam, contribuindo para um funcionamento organizacional de excelência (Meyer, Becker, & van Dick, 2006; Pina e Cunha, Rego, Cunha, & Cabral-Cardoso, 2007).

Tendo em conta o referido, os colaboradores começaram a ser vistos como uma vantagem competitiva decisiva para atingir as metas organizacionais e, como tal, tem vindo a ser estudadas várias maneiras de os «fidelizar» à missão e visão das organizações onde trabalham (Meyer et al., 2006). A partir deste ponto de vista, têm sido vários os investigadores e gestores que dedicam a sua atenção a um conceito que pretende estabelecer uma relação entre o trabalhador e a organização – o *commitment* organizacional (Knippenberg & Sleebos, 2006; Meyer, Stanley, Herscovitch, & Topolnytsky, 2002). Deve-se realçar que o interesse neste constructo não é recente, há várias décadas que se pressupõe que as ligações entre o empregador e o empregado devem permitir a criação de uma relação psicológica com benefícios para ambas as partes (Cardoso et al., 2011). A importância atribuída ao *commitment* não deve ser ignorada, dado que ele traz um conjunto *outcomes* desejáveis para os colaboradores e, consequentemente, para as organizações, nomeadamente: (a) um aumento da *performance* laboral, (b) maior disponibilidade para desempenhar outras, além das estipuladas, (c) maior identificação com as metas organizacionais, (d) aumento da pontualidade, (e) incremento dos comportamentos de cidadania organizacional e (f) apresentação de um trabalho com maior qualidade. Pelo contrário, um *commitment* reduzido fomenta, por exemplo, o absentismo e o *turnover*, aspetos que, tendo origem nos colaboradores, prejudicam o funcionamento organizacional (Huang, You, & Tsai, 2012; Pina e Cunha et al., 2007; Su, Baird, & Blair, 2012).

Após perceber-se a importância do *commitment* organizacional, principalmente devido aos benefícios que este traz para as organizações, é imprescindível traçar-se um pouco da história deste conceito, desde a sua origem até à sua definição. A primeira abordagem a este constructo remonta ao século XX, através do trabalho de Becker (1960),

que defendia que os colaboradores se vinculam à organização com o objetivo de tirarem dividendos dessa relação. Segundo Wasti (2005), a perspectiva de Becker (1960) encara o *commitment* como sendo unidimensional. Somente no final da década de 70, através de Salancik (1977), é que é equacionada a possibilidade de este conceito ter uma natureza multidimensional. Numa mudança de paradigma, Mowday, Porter e Steers (1982) foram pioneiros na taxonomia do *commitment*, avançando que ele pode ser percebido de duas formas, atitude laboral ou comportamento. Por fim, no decorrer na década de 80, Morrow (1983) afirmou que, apesar do crescimento e investimento feito na investigação sobre este constructo, o mesmo ainda não apresentava uma definição consensual.

A ausência de concordância quanto à definição conceptual de *commitment* organizacional ainda persiste, porém, Meyer e Herscovitch (2001) avançaram com uma definição que é frequentemente utilizada na literatura. Deste modo, o *commitment* organizacional é percebido como uma força de origem motivacional que leva os sujeitos a enveredar por um determinado caminho, caminho esse que tem grande significância para a persecução dos objetivos individuais (Meyer & Herscovitch, 2001).

Por último, e partindo dos aspetos expostos neste ponto, é possível concluir que o *commitment* organizacional tem traçado o seu caminho como um conceito multidimensional. Um dos modelos que suporta esta noção e que é vastamente utilizado na investigação empírica é modelo tridimensional de Meyer e Allen (1991).

2.4.2. O modelo tridimensional de Meyer e Allen.

O modelo proposto por Meyer e Allen (1991) apresenta uma perspectiva multidimensional do *commitment* organizacional, destacando que o mesmo apresenta três dimensões, *commitment* afetivo, normativo e de continuidade (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012; Meyer & Herscovitch, 2001). Estas dimensões, apesar de apresentarem objetivos distintos, têm também um objetivo comum: a redução do *turnover* (Meyer, Becker, & Vandenberghe, 2004). É importante distinguir entre estas três dimensões, o *commitment* afetivo é definido como o vínculo afetivo criado entre o trabalhador e a organização, o *commitment* normativo caracteriza indivíduos que sentem uma obrigação em permanecer no seu local de trabalho, por último, o *commitment* de continuidade parte de uma avaliação custo-benefício, onde o colaborador percebe, que para si, é mais vantajoso permanecer na organização do que abandoná-la (Meyer et al., 2004). Após uma definição sucinta das três dimensões de *commitment*, será dada maior atenção ao

commitment afetivo, dado que é aquele que traz mais benefícios para o funcionamento organizacional.

O *commitment* afetivo representa mais do que uma ligação emocional estabelecida na díade colaborador-organização e onde o colaborador procura colocar algo de si próprio que possa contribuir para o bem-estar organizacional (Mowday et al., 1982). Existem autores que corroboram esta definição, como é o caso de Oliveira, Lima e Borges-Andrade (1999) (citados por Sousa & Mendonça, 2009), ao afirmarem que a dimensão afetiva está relacionada com o processo de identificação do colaborador com os objetivos e os valores da organização em que está inserido. Segundo Mowday et al. (1979) (citados por Tamayo, 2008), o *commitment* afetivo é composto por três dimensões, a aceitação dos valores e objetivos organizacionais, a disponibilidade para investir esforço pessoal em prol da organização e o desejo de se manter como parte integrante da organização. Assim, um colaborador identificar-se-á com a organização, manter-se-á na mesma e executará os seus objetivos, logo proporcionará à organização *outcomes* laborais desejáveis (Sousa & Mendonça, 2009).

É de salientar que as características do trabalho podem influenciar o *commitment* afetivo dos colaboradores, nomeadamente se a organização *a priori* deixar claro quais os desafios que o colaborador deve enfrentar e não exigir esforços excessivos que possam conduzir a situações de stresse. Caso isso suceda, o colaborador sentir-se-á mais *committed* com a organização do que aconteceria caso os desafios a enfrentar não fossem clarificados (Mowday et al., 1982; Sousa & Mendonça, 2009). Por fim, existem também alguns fatores que levam os colaboradores a desenvolver o seu *commitment* afetivo, entre os quais: (a) o facto de perceberem a importância que acarretam para a organização, (b) existência de equidade salarial, (c) uma perceção positiva da organização por parte dos colegas de trabalho, (d) o cumprimento dos objetivos pelo grupo no desenvolvimento de tarefas complexas, e (e) o fortalecimento dos laços sociais com a organização (Sousa & Mendonça, 2009).

Apesar dos três tipos de *commitment* organizacional defendidos no modelo de Meyer e Allen (1991) terem por objetivo comum a redução do *turnover* e das intenções de *turnover*, estes, devido à sua independência, apresentam impactos distintos no funcionamento organizacional, sendo que no caso do *commitment* afetivo este contribuiu para uma melhoria na *performance* individual, para um aumento da frequência dos comportamentos de cidadania organizacional e para um incremento das taxas de assiduidade, bem como possibilita uma redução dos comportamentos de resistência à

mudança (Meyer et al., 2006; Su et al., 2012). Além disso, esta forma de *commitment* tem também um efeito protetor na saúde mental, contribuindo para uma redução do stress ocupacional (Meyer et al., 2002).

Após análise ao modelo tridimensional de Meyer e Allen (1991) e de se salientar a importância do *commitment* afetivo, particularmente ao nível dos seus *outcomes* laborais e de saúde, ir-se-á abordar no próximo ponto o impacto desta dimensão de *commitment* no setor hoteleiro.

2.4.3. O *commitment* afetivo na hotelaria.

O turismo é uma área de investimento com elevada importância no desenvolvimento socioeconómico de uma região e, dentro desse contexto, o setor hoteleiro assume uma posição estratégica nas políticas para o desenvolvimento turístico (Naves & Coleta, 2003). Desta forma, é cada vez mais claro para as empresas hoteleiras a necessidade de desenvolver o *commitment* dos seus colaboradores, pois só assim poderão oferecer serviços de qualidade que superem as expectativas dos seus clientes (Naves & Coleta, 2003). Torna-se importante que as empresas percebam qual natureza do vínculo de *commitment* organizacional apresentado pelos seus colaboradores (Naves & Coleta, 2003). Tal como se observou anteriormente, existem três tipos de *commitment* organizacional defendidos pelo modelo de Meyer e Allen (1991), o afetivo, normativo e de continuidade. Num estudo desenvolvido por Vidal e Simonetti (2010) ficou comprovado que o *commitment* afetivo e o normativo são os que mais se destacam no setor hoteleiro. Este dado é passível de explicação, uma vez que colaboradores que desenvolvem *commitment* afetivo tornam-se capazes de adotar condutas positivas, porque se sentem genuinamente ligados à sua organização e porque gostam de a servir (Naves & Coleta, 2003; Vidal & Simonetti, 2010).

Segundo Moller (1997) (citado por Naves & Coleta, 2003), a sobrevivência de uma empresa de serviços, como é o caso do setor hoteleiro, é expressa pela satisfação que os clientes externos possuem relativamente ao serviço que lhes foi prestado. Esta satisfação é influenciada diretamente por aspetos como o *commitment* dos colaboradores, deste modo um trabalhador *committed* será mais flexível, rápido e atento às necessidades dos clientes. Assim, é possível evidenciar a necessidade do setor hoteleiro em promover o *commitment* afetivo dos colaboradores (Naves & Coleta, 2003).

Depois de uma abordagem ao *commitment*, passar-se-á no ponto seguinte à análise do conceito de *engagement* no trabalho. Ou seja, há uma transição de uma realidade macro, a organização, para uma realidade micro, a ligação com o trabalho propriamente dito.

2.5. O *engagement* no trabalho

2.5.1. A importância e definição de *engagement* no trabalho.

Esta revisão da literatura iniciou-se com uma abordagem à investigação realizada no âmbito da psicologia, incluindo aquela que se tem focado nas organizações, e rapidamente se concluiu que, maioritariamente, estes trabalhos se têm focado nas características negativas (e.g., doença mental) do ser humano. Seligman e Csikszentmihalyi (2000) foram dos primeiros a contrariar esta posição e salientaram que a psicologia devia seguir um rumo centrado nos recursos psicológicos positivos dos colaboradores. Esta nova visão influenciou a literatura organizacional e, consequentemente, contribuiu para o surgimento do COP, que se baseia nas forças colaboradoras (Bakker, Schaufeli, Leiter, & Taris, 2008; Schaufeli, Bakker, & Salanova, 2006). Outro dos conceitos mais relevantes deste paradigma, a par do PsyCap, é o *engagement* no trabalho (Alarcon & Lyons, 2011; Kim, Kolb, & Kim, 2014).

Segundo Bakker e Leiter (2010), a forma como os colaboradores se relacionam com o seu trabalho tem merecido grande atenção por parte das organizações, principalmente porque o capital humano se tem assumido como um fator distintivo entre as empresas do mesmo setor. Assim, os colaboradores são uma vantagem competitiva essencial para as organizações, logo elas devem procurar motivar a sua força de trabalho para que ela fique e se mantenha *engaged* (Bakker, Albrecht, & Leiter, 2011; Christian, Garza, & Slaughter, 2011).

Quanto à definição de *engagement* no trabalho, durante algum tempo ela criou um desacordo entre investigadores e gestores, especialmente devido à operacionalização deste conceito e do conceito de *commitment* organizacional (Bakker & Leiter, 2010; Kim et al., 2014; Schaufeli & Bakker, 2010). Kahn (1990) foi pioneiro ao avançar com a primeira definição académica de *engagement*, a identificação de um colaborador com o seu trabalho. Nos dias de hoje este constructo, direcionado para o trabalho, possui uma orientação psicológica positiva e resulta da interação entre três dimensões, a saber, dedicação, vigor e absorção (Schaufeli, Salanova, González-Romá, & Bakker, 2002).

Leiter e Bakker (2010) defenderam que os recursos laborais (i.e., fatores do trabalho que procuram amenizar o impacto das exigências laborais) e individuais (e.g., PsyCap) fomentam o *engagement* no trabalho. Quanto aos recursos laborais, para que estes sejam facilitadores de *engagement*, é necessário existir suporte social (e.g., dos pares e chefias), *feedback* sobre o desempenho e autonomia na realização de tarefas (Bakker et al., 2011; Leiter & Bakker, 2010). Este tipo de recursos pode assumir dois papéis, (a) intrínseco, relacionado com aspetos do próprio colaborador (e.g., satisfação das necessidades de autonomia, competência e afiliação) e (b) extrínseco, relativo a aspetos do local de trabalho, este deve ser rico em recursos laborais para que um colaborador se sinta estimulado a atingir as metas organizacionais (Bakker et al., 2011). Existem três formas de os recursos laborais estimularem o *engagement*, (a) através da redução das exigências laborais e suas consequências (e.g., fisiológicas e psicológicas), (b) possibilitam alcançar os objetivos da organização e (c) criam condições para que os colaboradores aprendam e desenvolvam novas competências (Bakker et al., 2011). Quanto aos recursos individuais, estes possibilitam ao colaborador agir positivamente sobre o meio que o rodeia e, quando necessário, recuperar das adversidades que emergem e traçar novos «caminhos» para atingir as metas que lhe foram propostas (Bakker et al., 2008; Bakker et al., 2011).

Tendo em conta a definição de *engagement* no trabalho e os diferentes recursos (i.e., laborais e individuais) que o fomentam, pode-se concluir que este conceito incrementa (a) a qualidade do trabalho, (b) a *performance*, seja nas funções alocadas ao colaborador ou em outras funções, (c) os índices de saúde (física e psicológica) dos trabalhadores e (d) os comportamentos de cidadania organizacional. Em oposição, este constructo diminui (a) o desejo voluntário de abandonar a organização e (b) as queixas de saúde psicológica e física (Halbesleben, 2011; Leiter & Bakker, 2010).

No próximo ponto ir-se-á abordar as dimensões do *engagement* no trabalho e explorar os mecanismos de interação entre elas.

2.5.2. As dimensões do *engagement* no trabalho.

O conceito de *engagement* no trabalho é maioritariamente estudado a partir de uma perspetiva multidimensional, agregando as dimensões vigor, dedicação e absorção (Alarcon & Lyons, 2011). Estas dimensões, devido à sua interdependência, estão associadas entre si, uma pessoa que coloca elevados níveis de energia nas suas tarefas vai

dedicar-se mais às mesmas, por vezes, essa dedicação será mais intensa, fazendo com que se perca a noção do tempo (Tabela 1).

Tabela 1.

Definição das Dimensões de Engagement no Trabalho

Dimensão	Definição
Vigor	Indivíduos apresentam um alto nível de energia, investindo nas suas tarefas e mostrando-se capazes de resistir às dificuldades do trabalho. Quando estas dificuldades emergem, os colaboradores mostram maior persistência na resolução das mesmas.
Dedicação	Sujeitos envolvem-se com o seu trabalho, este é percebido como estimulante e gratificante.
Absorção	Colaborador está concentrado nas suas tarefas, em certas situações não consegue «separar-se» das mesmas e perde a noção do tempo aquando a sua realização.

Nota. Tabela desenvolvida com base em Schaufeli e Bakker (2010).

No ponto seguinte salientar-se-á de que forma o *engagement* no trabalho tem influência nos colaboradores do sector hoteleiro.

2.5.3. O *engagement* no trabalho na hotelaria.

Vários estudiosos defendem que os colaboradores da linha da frente, no setor hoteleiro, desempenham um papel central na qualidade dos serviços que prestam e na fidelidade e satisfação dos clientes (Karatepe, 2013). Para que tal aconteça, é necessário que os colaboradores se sintam *engaged* com o trabalho, pois só assim desenvolverão os esforços necessários para atingir os patamares organizacionais definidos (Bakker et al., 2011). A *performance* laboral e extra-função são dois dos benefícios do *engagement* que devem ser desenvolvidos nos funcionários dos hotéis, uma vez que se espera que estes consigam resolver os problemas dos seus clientes, de forma responsiva e atenciosa, o que resultará na prestação de um serviço de excelência (Karatepe, 2013). Quanto maior for o nível de *engagement*, maior será a sua concentração e dedicação às tarefas, no caso da hotelaria torna-se imprescindível que os pedidos e problemas dos clientes sejam resolvidos com sucesso e com um desempenho de qualidade (Karatepe, 2013). Tudo isto

faz sentido porque colaboradores *engaged* dedicam todos os seus recursos cognitivos, emocionais e físicos ao trabalho (Karatepe, 2013). As empresas hoteleiras também necessitam de funcionários mais *engaged*, dado que estes acabam por se dispor a ir mais além do seu papel formal para satisfazer os requisitos e necessidades do cliente (Karatepe, 2013).

Em suma, os estudos desenvolvidos sobre este constructo na hotelaria apontam para um impacto positivo do *engagement*. No entanto, é necessário desenvolver mais investigações para que este conceito se estabeleça como indispensável para o bem-estar dos colaboradores hoteleiros e para uma melhoria do funcionamento dos hotéis.

Ao longo das últimas páginas foram abordadas as variáveis que compõem esta investigação, fazendo-se uma abordagem à sua definição conceptual, principais características, as associações que estabelecem entre si e com outros constructos, e a forma como têm sido estudadas no setor hoteleiro. Chegados a este ponto torna-se fundamental elaborar uma súmula conclusiva acerca dos aspetos mencionados e sobretudo estabelecer pontos de convergência entre as variáveis analisadas. Assim, será possível ao leitor compreender a lógica de pensamento seguida durante este trabalho.

2.6. Súmula conclusiva

Os estudos desenvolvidos no âmbito da psicologia têm salientado que as forças psicológicas dos colaboradores podem atuar como um fator distintivo para as organizações (Avey et al., 2009). Este constructo, que faz parte da corrente do COP, caracteriza trabalhadores que: (a) procuram alcançar os objetivos organizacionais para si definidos, (b) perspetivam atingir o sucesso profissional no presente e futuro, (c) enfrentam as adversidades com que são confrontados e (d) adaptam-se a contextos de vulnerabilidade e instabilidade (Avey et al., 2008; Luthans et al., 2015). A literatura mais recente sobre o PsyCap tem procurado esclarecer quais os seus antecedentes, contudo é nas consequências deste constructo que a investigação tem proliferado. Tem-se registado que esta variável promove atitudes e comportamentos desejáveis, como é o caso de algumas variáveis abordadas ao longo das últimas páginas (e.g., satisfação no trabalho, *commitment* organizacional e *engagement* no trabalho) (Newman et al., 2014; Rus & Jesus, 2010). Estudos recentes, desenvolvidos no setor hoteleiro, têm verificado que os funcionários com um elevado nível de PsyCap se sentem mais satisfeitos com o seu trabalho, carreira e vida. Além disso, também está comprovado que este conceito aumenta

o *engagement* no trabalho (Karatepe & Karadas, 2015). Num outro estudo desenvolvido em hotéis ficou de igual modo provado que o *engagement* no trabalho mediou parcialmente a relação entre o PsyCap e a satisfação no trabalho e o *commitment* afetivo (Paek et al., 2015).

Após perceber-se que o PsyCap exerce uma associação com as outras variáveis em estudo (i.e., satisfação no trabalho, *commitment* afetivo e *engagement* no trabalho), é possível aferir qual a associação que elas estabelecem entre si.

O *commitment* organizacional, que alude à conexão psicológica entre o colaborador e a sua entidade patronal, e o *engagement* no trabalho, um estado psicológico positivo relacionado com o trabalho e que traz inúmeros benefícios para as organizações, têm sido dois constructos decisivos para o alcance da excelência organizacional. (Bakker et al., 2011; Meyer & Herscovitch, 2001). Assim, pode-se afirmar que colaboradores *committed* e *engaged* constituem uma vantagem competitiva para as organizações. O setor hoteleiro não é exceção a esta afirmação, por isso os hotéis também devem procurar ganhar vantagens competitivas perante a concorrência. Para isso, a hotelaria deve empenhar-se em promover um ambiente de trabalho capaz de satisfazer as necessidades dos seus colaboradores e, ao mesmo tempo, fomentar o envolvimento afetivo do colaborador com a organização (Naves & Coleta, 2003). Colaboradores que apresentam um *commitment* de tipo afetivo adotam comportamentos laborais positivos porque gostam e sentem prazer em servir a sua organização (Naves & Coleta, 2003; Vidal & Simonetti, 2010). Esta relação do colaborador com a organização, nível macro, é fundamental, como também o é a relação de nível micro, desenvolvida entre o colaborador e o seu trabalho. Quanto maior for nível de *engagement* de um funcionário, maior será a sua concentração e dedicação às tarefas que desenvolve e, no caso da hotelaria, é fundamental que os pedidos e problemas dos clientes sejam resolvidos com sucesso (Karatepe, 2011).

Colaboradores que estão satisfeitos com o seu trabalho apresentam menores índices de absentismo e *turnover*, bem como são menos suscetíveis a desenvolver problemas de saúde mental (Hantula, 2015; Judge & Kammeyer-Mueller, 2012). Num estudo de Borralha et al. (2016) foram identificados vários preditores da satisfação laboral em contexto hoteleiro, o que demonstra a importância deste conceito para este setor da economia. De tal modo, defende-se que deverão ser criadas condições de trabalho adequadas, que aumentem a satisfação no trabalho e proporcionem aos funcionários hoteleiros um maior bem-estar ocupacional (Borralha et al., 2016).

Este ponto serviu para resumir os conteúdos até agora apresentados, mas também para destacar que todos eles se relacionam entre si. No capítulo seguinte serão abordados os objetivos que compõem esta investigação e as hipóteses de investigação definidas.

3. Objetivos e hipóteses de investigação

Neste capítulo, além dos objetivos deste estudo, serão identificadas as hipóteses de investigação delineadas para o mesmo, apresentando-se, para tal, o modelo teórico definido.

Tendo em conta os aspetos mencionados no ponto anterior, esta investigação pretende, de modo geral, aferir a relação entre o PsyCap, as atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) e o *engagement* no trabalho. Assim, inicialmente, será testada a relação direta entre o PsyCap e a satisfação no trabalho e o *commitment* afetivo. Em seguida, será testada a associação entre as atitudes laborais supracitadas e o *engagement* no trabalho. Por fim, será aferida a relação direta entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho, e a relação indireta entre estas variáveis, utilizando as atitudes laborais como variáveis mediadoras. Esta investigação foi conduzida com trabalhadores do setor hoteleiro da região do Algarve. Com a sua concretização será possível observar como os recursos psicológicos dos colaboradores podem melhorar as suas atitudes no trabalho e, conseqüentemente, incrementar o seu bem-estar ocupacional, medido através do *engagement* no trabalho. Estudos realizados em outros setores de atividade demonstraram que o PsyCap contribui para um aumento das atitudes laborais (e.g., satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) e dos comportamentos laborais desejáveis (e.g., *engagement* no trabalho). Como tal, é possível afirmar que uma aposta neste conceito, além de promover atitudes e comportamentos desejáveis, também poderá ser útil para melhorar a experiência turística vivenciada, nomeadamente quanto à satisfação com o serviço prestado, o que poderá ter uma influência positiva no *bottom-line* das instituições hoteleiras. Desta forma, pode-se verificar que a realização desta investigação poderá ter implicações práticas, nomeadamente na implementação de práticas e políticas de recursos humanos que visem incrementar o bem-estar ocupacional dos colaboradores e, por inerência, o seu desempenho.

Para este estudo foram definidas três hipóteses de investigação:

Hipótese 1a: O PsyCap estabelece uma relação positiva com a satisfação no trabalho.

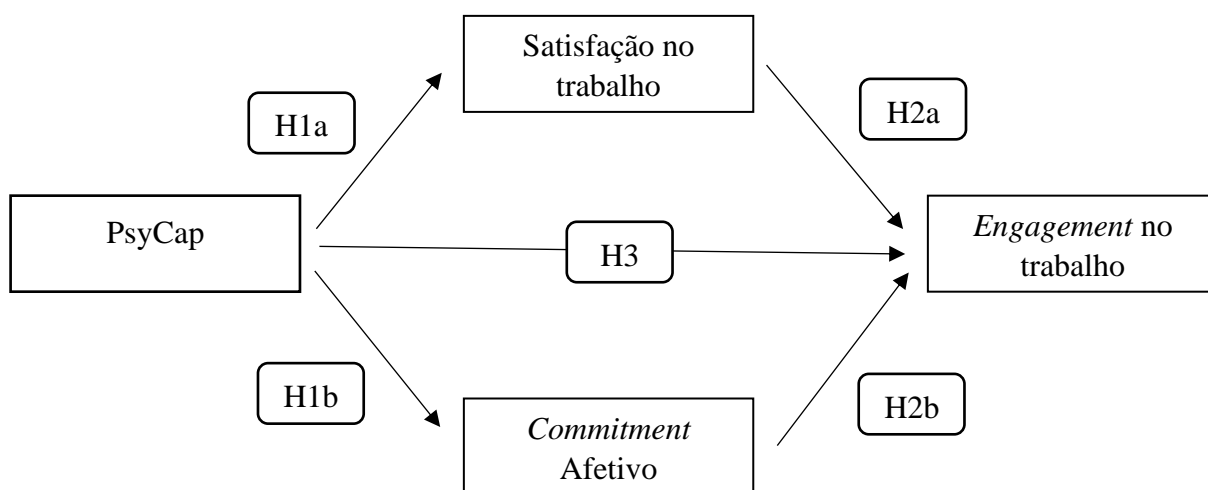
Hipótese 1b: O PsyCap associa-se de forma positiva com o *commitment* afetivo.

Hipótese 2a: A satisfação no trabalho está positivamente relacionada com o *engagement* no trabalho.

Hipótese 2b: O *commitment* afetivo associa-se de modo positivo com o *engagement* no trabalho.

Hipótese 3: As atitudes laborais (i.e., satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) medeiam a relação estabelecida entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho.

De acordo com as hipóteses de investigação delineadas, foi desenvolvido o modelo teórico apresentado na figura seguinte (Figura 3).



O capítulo 4 focar-se-á na apresentação das questões metodológicas relacionadas com este estudo. Assim, será feita uma caracterização da amostra recolhida, apresentar-se-ão os instrumentos de autorresposta selecionados e indicar-se-ão os procedimentos adotados.

4. Metodologia

Este capítulo serve para clarificar os aspetos metodológicos deste estudo, particularmente quanto à caracterização da amostra recolhida, os instrumentos selecionados para esse efeito e os procedimentos de investigação seguidos.

4.1. Caracterização da Amostra

No total a amostra recolhida contemplou 168 trabalhadores do setor hoteleiro algarvio, 56% ($n = 94$) do sexo feminino e 44% ($n = 74$) do sexo masculino. A média de idades dos participantes situou-se nos 37 anos ($M = 37.66$; $DP = 10.54$), tendo o participante mais jovem 18 anos e o mais velho 64 anos.

Relativamente ao estado civil, a maior parte dos respondentes era casado(a) ou encontrava-se em união de facto ($n = 88$; 53%), seguindo-se aqueles que estavam solteiros(as) ($n = 69$; 41.6%) e divorciados(as) ($n = 9$; 5.4%).

Ao nível das habilitações literárias, observou-se que o ensino secundário era a habilitação mais comum ($n = 74$; 44%), seguindo-se a licenciatura ($n = 61$; 36.3%), o mestrado ($n = 16$; 9.5%), o ensino básico ($n = 11$; 6.5%), a pós-graduação ($n = 3$; 1.8%) e outros tipos de formação ($n = 3$; 1.8%) (e.g., cursos técnicos).

A maioria dos participantes possuía um contrato sem termo ($n = 103$; 61.7%), ao passo que 34.1% ($n = 57$) possuía um contrato a termo, 3.6% ($n = 6$) encontrava-se a realizar um estágio profissional e .6% ($n = 1$) enquadrava-se em outra situação contratual. O tempo de trabalho no hotel atual variou entre um mês e os 39 anos, registando-se uma média de aproximadamente sete anos e meio ($M = 7.48$; $DP = 6.64$).

Por fim, as respostas de colaboradores que trabalhavam em hotéis de quatro estrelas foram as mais comuns ($n = 117$; 69.6%), seguindo-se as respostas oriundas de empregados de hotéis de cinco estrelas ($n = 38$; 22.6%) e de três estrelas ($n = 13$; 7.7%).

4.2. Instrumentos

O PsyCap foi avaliado através da versão *Psychological Capital Questionnaire-12* (PCQ-12; Luthans et al., 2007), instrumento de formato reduzido destinado à análise da variável em questão. A versão portuguesa deste instrumento foi elaborada por Viseu et al. (2012). O PCQ-12 é constituído por 12 itens (e.g., Sinto-me confiante para apresentar o meu trabalho em reuniões da administração) com uma escala de *Likert* de seis pontos ($1 - Discordo totalmente$; $6 - Concordo totalmente$). As quatro dimensões que compõem

o PsyCap, autoeficácia, resiliência, otimismo e esperança, possuem, respetivamente, três, três, dois e quatro itens. Para a aplicação deste questionário foi solicitada autorização à empresa Mind Garden (www.mindgarden.com), detentora dos direitos de autor do PCQ-12, a qual nos concedeu anuência para a sua utilização.

Por sua vez, a satisfação no trabalho foi aferida com recurso à Escala de Satisfação Profissional criada por Lima, Vala e Monteiro (1995). Esta escala considera que a satisfação dos colaboradores é melhor percebida a partir de uma perspetiva unidimensional. Quanto à sua constituição, esta medida apresenta oito itens (e.g., Em relação ao trabalho que realiza diria que está) organizados numa escala de *Likert* de sete pontos (*1 – Extremamente insatisfeito; 7 – Extremamente satisfeito*).

O *commitment* afetivo foi testado com recurso a uma das dimensões do Questionário de Empenamento Organizacional (Rego & Souto, 2004) que encontrou inspiração no trabalho de Meyer e Allen (1991). Esta dimensão do questionário em questão é composta por cinco itens (e.g., Sinto que existe uma forte ligação afetiva entre mim e a minha organização) ordenados numa escala de *Likert* de sete pontos (*1 – A afirmação não se aplica rigorosamente nada a mim; 7 – A afirmação aplica-se completamente a mim*).

Por fim, o *engagement* no trabalho foi avaliado pela *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) (Schaufeli & Bakker, 2003), nomeadamente pela versão portuguesa deste instrumento, criada por Simões e Gomes (2012). Esta versão da UWES apresenta nove itens (e.g., No meu trabalho, sinto-me cheio(a) de energia) organizados numa escala de *Likert* de sete pontos (*0 – Nunca; 6 – Todos os dias*). Dado o carácter multidimensional deste conceito, cada uma das dimensões que o constituem (i.e., vigor, dedicação e absorção), possui três itens.

Foi também criado um questionário sociodemográfico com informações relativas ao sexo, idade, nível de escolaridade, estado civil, anos de trabalho na empresa, vínculo laboral e classificação do hotel.

4.3. Procedimento

Natureza, desporto, cultura e gastronomia e vinhos são alguns dos atrativos turísticos que fazem do Algarve um dos principais destinos de férias na Europa e o mais procurado em Portugal. No ano de 2018, esta região consolidou um aumento homólogo no número de hóspedes de 1.5% (4.2 milhões de hóspedes), segundo os dados divulgados pelo INE (citado por Turismo do Algarve, 2019 fevereiro-14). Entretanto, já no início de

2019, o Algarve apresentou indicadores turísticos a crescer acima da média nacional, aumentando o número de hóspedes em 14.1% (citado por Turismo do Algarve, 2019 março-20). Recentemente, a AHETA afirmou que, em junho de 2019, o Algarve registou um aumento no volume de negócios do alojamento de 1.9% face ao período homólogo de 2018 (citado por Forra, 2019 julho-08).

Com base neste cenário, entende-se o quão importante se torna o estudo da hospitalidade nesta região e, no caso desta investigação, perceber-se de que maneira é que o estudo de variáveis individuais e atitudes laborais pode promover um crescimento sustentável e saudável dos hotéis algarvios, partindo do bem-estar ocupacional dos seus trabalhadores. Como se demonstrou ao longo da revisão teórica, o indivíduo está no seio de todo o funcionamento organizacional e o melhoramento do seu bem-estar está diretamente ligado à prosperidade das organizações. Este foi o mote que guiou esta investigação, perceber de que forma os recursos psicológicos positivos de uma amostra de trabalhadores do setor hoteleiro do Algarve fomenta as atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) e promove o bem-estar ocupacional, aferido através do *engagement* no trabalho.

Para o desenvolvimento desta investigação, numa fase inicial, foi feito um levantamento dos hotéis existentes na região algarvia, posteriormente foram contactadas 29 das unidades hoteleiras, quer via *e-mail*, quer por telefone ou presencialmente, de forma a auscultar a sua disponibilidade em participar nesta investigação. Das 29 unidades hoteleiras contactadas, apenas 7 hotéis, de 3, 4 e 5 estrelas, aceitaram participar neste estudo. Tendo em conta o número reduzido de hotéis que acederam em participar, o convite à participação estendeu-se a alguns alunos do mestrado em Direção e Gestão Hoteleira da Universidade do Algarve, que aceitaram prontamente participar, e a alguns alunos e professores da Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve. Além disso, contactou-se, igualmente, a Turismo do Algarve e a Associação dos Industriais Hoteleiros e Similares do Algarve (AIHSA).

Para a aplicação dos instrumentos os participantes tiveram duas possibilidades, (a) formato em papel e lápis, onde a investigadora esteve presente no momento da recolha e (b) utilização de plataforma *online*, enviando a autora o *link* para resposta diretamente ao responsável da unidade hoteleira que, por sua vez, o encaminhou para os colaboradores. A duração do preenchimento do protocolo de investigação teve um tempo definido entre os 10 e os 15 minutos. Antes do seu preenchimento foi apresentada aos respondentes uma declaração de consentimento informado, garantindo o total anonimato e

confidencialidade das respostas dadas, e assegurando que as mesmas só seriam utilizadas para os propósitos desta investigação. O protocolo de investigação que consta no Anexo A apresenta todos os instrumentos que foram utilizados durante a recolha de dados, bem como um questionário sociodemográfico.

No capítulo seguinte apresenta-se a estratégia de análise de dados definida e os resultados obtidos nesta investigação.

5. Resultados

Este ponto destina-se à apresentação dos resultados obtidos nesta investigação. Primeiramente, explicar-se-á a forma como os dados foram analisados. Em seguida, apresentam-se os valores obtidos para: (a) a estatística descritiva e correlacional, (b) a avaliação do modelo teórico proposto, (c) as qualidades psicométricas dos instrumentos utilizados (validade e fidelidade) e (d) as hipóteses de investigação.

5.1. Análise dos dados

A análise de dados iniciou-se com uma avaliação dos *missing values*, sendo os mesmos, se necessário, substituídos pelo valor da média de cada item (Hill & Hill, 2008). Posteriormente, foi realizada uma análise descritiva e correlacional dos constructos definidos. Estes procedimentos foram conduzidos com o *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 20.

Relativamente à análise de equações estruturais (AEE), o primeiro procedimento realizado foi a padronização dos valores das variáveis seleccionadas, uma vez que as mesmas possuíam diferentes escalas de resposta. Em seguida foi efetuada uma aferição da distribuição normal multivariada. Na literatura não existe um consenso quanto aos valores de assimetria (*skewness*) e de curtose (*kurtosis*) que indicam a existência de uma distribuição multivariada normal. Porém, para o método de máxima verosimilhança, o mais utilizado no âmbito da AEE, valores de assimetria e de curtose iguais ou inferiores a dois ($|Sk| \leq 2$) e sete ($|Ku| \leq 7$), respetivamente, apontam para uma distribuição normal multivariada (Curran, West, & Finch, 1996; Marôco, 2014). A análise dos dados foi efetuada com o *software Analysis of Moment Structures* versão 20, seguindo o método de máxima verosimilhança.

O ajustamento global do modelo seguiu uma avaliação tripartida, baseando-se nos resultados dos índices de ajustamento absolutos, incrementais e de parcimónia sugeridos por Hair, Anderson, Tatham e Black (1998). Inicialmente, foi analisado o valor do teste Qui-quadrado (χ^2) para medir a bondade do ajustamento, é expectável que se atinja um *p-value* superior a .05 ($p > .05$) para este índice. Porém, em amostras com vários participantes o *p-value* pode sugerir a existência de diferenças estatisticamente significativas ($p < .05$) quando elas não existem (Anderson & Gerbing, 1982). Para colmatar esta lacuna foram escolhidos outros índices, nomeadamente o *Goodness of Fit Index* (GFI), o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) e o *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). O GFI avalia a covariância das variáveis

manifestas que é explicada pelo modelo, valores entre .90-.95 apontam para um bom ajustamento e superiores a .95 indicam um ajustamento muito bom (Byrne, 2010; Marôco, 2014). O RMSEA compara o ajuste do modelo com o ajuste que poderia ser atingido na população, valores entre .05-.10 traduzem um ajustamento aceitável e inferiores a .05 traduzem um ajustamento muito bom (Byrne, 2010; Marôco, 2014). O índice em questão foi também calculado para um intervalo de confiança de 90% (RMSEA 90%CI). Valores para o índice SRMR entre .05-.08 são considerados aceitáveis e inferiores a .05 são considerados bons (Byrne, 2010; Hu & Bentler, 1999; Marôco, 2014). Os índices incrementais, cujo objetivo é comparar o modelo definido com os modelos nulo e independente, selecionados foram: (a) o *Comparative Fit Index* (CFI), (b) o *Normed Fit Index* (NFI), (c) o *Tucker-Lewis Index* (TLI) e (d) o *Incremental Fit Index* (IFI). Valores entre .90-.95 traduzem um bom ajustamento, ao passo que valores superiores a .95 indicam um ajustamento muito bom (Byrne, 2010). Por último, os índices de parcimónia definidos foram o *Parsimony Comparative Fit Index* (PCFI), o *Parsimony Normed Fit Index* (PNFI) e o *Normed Chi-squared* (χ^2/df), que procuram estabelecer uma relação entre a bondade do ajustamento e o número de parâmetros necessários para o atingir (Byrne, 2010; Marôco, 2014). O PCFI e o PNFI melhoram os modelos através de, por exemplo, um aumento dos parâmetros livres (Byrne, 2010; Marôco, 2014). Valores num intervalo de .60-.80 indicam um ajustamento aceitável e valores acima de .80 salientam a existência de um bom ajustamento (Marôco, 2014). Por sua vez, o χ^2/df pretende colmatar as lacunas do χ^2 , valores iguais ou inferiores a cinco traduzem um ajustamento aceitável e valores menores que dois indicam um bom ajustamento (Byrne, 2010; Marôco, 2014).

Seguidamente, efetuou-se uma avaliação do modelo de medida, mais concretamente ao nível da validade e da fidelidade (Anderson & Gerbing, 1982). Foram empregues duas medidas de fidelidade, o *Alpha* de Cronbach (α), a mais comum, e o *Composite Reliability* (CR). Estes indicadores dizem respeito à precisão de uma medida, são recomendáveis valores superiores a .70 ainda que em algumas situações se aceitem valores iguais ou superiores a .60 (Hair et al., 1998; Pais-Ribeiro, 2008). De acordo com Sharma (1996), valores de fiabilidade superiores a .90 são excelentes, entre .80 e .90 são muito bons, entre .70 e .80 são bons e inferiores a .50 são pobres. A validade foi testada de modo tripartido, fatorial, convergente e discriminante. A validade fatorial avaliou a carga fatorial dos indicadores (i.e., dos itens), aqueles que apresentaram cargas fatoriais superiores a .50 foram mantidos no modelo (Marôco, 2014). Por seu turno, a validade

convergente foi analisada a partir dos valores de *Average Variance Extracted* (AVE), estes devem ser superiores a .50 (Bagozzi & Yi, 1988; Sharma, 1996). Por fim, a validade discriminante estabeleceu uma comparação entre os valores de AVE e os valores de correlação elevados ao quadrado (Fornell & Larcker, 1981).

A análise do modelo estrutural baseou-se na avaliação do sinal obtido e respetiva significância estatística.

No que diz respeito à análise de mediação, inicialmente foram testados os efeitos diretos do PsyCap e das atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) no *engagement* no trabalho. Em seguida, para se observar a existência de um efeito mediador entre as atitudes laborais (satisfação no trabalho e *commitment* afetivo) na relação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho, realizou-se uma análise dos efeitos indiretos. Para testar a significância destes efeitos recorreu-se a uma simulação por *bootstrap* seguindo os pressupostos de Marôco (2014). Desta forma, será possível observar: (a) se a relação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho deixa de ser estatisticamente significativa ($p > .05$) na presença das atitudes laborais (mediação total) ou (b) se a magnitude da relação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho decresce, ainda que se mantenha como estatisticamente significativa ($p < .05$), na presença das atitudes laborais (mediação parcial).

Por fim, como o *design* desta investigação é de tipo transversal (i.e., os dados foram recolhidos num único momento e a partir do mesmo protocolo de investigação), procedeu-se a uma análise da variância do método comum. Este aspeto emerge quando a variância registada não é atribuída à natureza dos constructos, mas ao método de medição empregue (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). Uma forma de despistar a existência desta problemática é através do *Harman's single-factor test*, todos os itens do modelo devem ser alvo de uma análise fatorial exploratória (AFE) forçada a um fator (Podsakoff et al., 2003). Caso a variância explicada pelo fator único seja superior a 50%, o modelo definido é afetado pela variância do método comum (Podsakoff et al., 2003). Em oposição, caso a variância explicada seja inferior a 50%, o modelo definido não é afetado pela variância do método comum (Podsakoff et al., 2003).

5.1.1. Análise descritiva e análise de correlações.

A análise de *missings* efetuada *a priori* revelou não existirem quaisquer valores em falta relativamente aos indicadores (i.e., itens) utilizados. Deste modo, não foi

necessário utilizar nenhuma das estratégias propostas por Hill e Hill (2008) para colmatar a ausência de dados.

Na Tabela 2 é possível observar os resultados da estatística descritiva e da análise de correlações para os conceitos analisados (PsyCap, satisfação no trabalho, *commitment* afetivo e *engagement* no trabalho). Além disso, é possível verificar que todas as correlações foram estatisticamente significativas para um *p-value* de .01.

Tabela 2.

Estatística Descritiva e Análise de Correlações dos Conceitos Estudados (N=168)

Variáveis	<i>M</i>	<i>SD</i>	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
1.Autoeficácia	4.28	.821	1								
2.Esperança	4.17	.720	.76	1							
3.Resiliência	4.56	.586	.46	.46	1						
4.Otimismo	4.53	.647	.53	.61	.47	1					
5.Satisfação no trabalho	4.54	.596	.40	.46	.28	.49	1				
6. <i>Commitment</i> afetivo	4.84	.863	.48	.45	.39	.51	.67	1			
7.Vigor	4.46	.907	.47	.46	.32	.52	.54	.56	1		
8.Dedicação	4.59	.957	.52	.53	.32	.52	.52	.54	.76	1	
9.Absorção	4.38	.882	.49	.53	.39	.58	.38	.47	.68	.79	1

Nota. Autoeficácia, esperança, resiliência e otimismo são dimensões do PsyCap; Vigor, dedicação e absorção são dimensões de *engagement* no trabalho; *M* = Valor de média; *DP* = Valor de desvio-padrão; Todas as correlações são estatisticamente significativas para $p < .01$.

O primeiro passo da AEE foi a padronização dos valores dos conceitos analisados, dado que os mesmos possuíam diferentes escalas de resposta. Ao nível da distribuição normal multivariada, observou-se que os valores obtidos respeitaram o *cut-off* definido na literatura (e.g., Curran et al., 1996; Marôco, 2014), i.e., os valores de *skewness* e de *kurtosis* variaram entre dois ($|Sk| \leq 2$) e sete ($|Ku| \leq 7$), respetivamente. Deste modo, foi possível prosseguir com a análise de dados, sendo o modelo teórico proposto testado através do método de máxima verosimilhança.

5.1.2. Índices de ajustamento do modelo.

O teste de Qui-quadrado (χ^2) para medir a bondade do ajustamento obteve um *p-value* estatisticamente significativo ($\chi^2 = 155.980$; $p < .01$), ao contrário do expectável. Esta situação pode ter ocorrido devido ao tamanho da amostra. Como tal, foram considerados os valores de outros índices de ajustamento absoluto, incremental e de parcimónia definidos por Hair et al. (1998). Os valores destes índices respeitaram o *cut-off* definido pela literatura (e.g., Byrne, 2010; Marôco, 2014), tendo variado entre aceitável e muito bom (Tabela 3).

Tabela 3.

Índices de Ajustamento do Modelo

Índice de ajustamento	Valor observado	Comentário
Índices de ajustamento absoluto		
GFI ^a	.903	Bom
RMSEA ^b	.053	
	RMSEA 90%CI = [.034-.070]	Aceitável
SRMR ^c	.045	Bom
Índices de ajustamento incremental		
CFI ^d	.977	Muito bom
NFI ^e	.933	Bom
TLI ^f	.971	Muito bom
IFI ^g	.977	Bom
Índices de parcimónia		
PCFI ^h	.762	Bom
PNFI ⁱ	.727	Bom
χ^2/df ^j	1.472	Bom

Nota. ^aGoodness of Fit Index; ^bRoot Mean Square Error of Approximation; ^cStandardized Root Mean Square Residual; ^dComparative Fit Index; ^eNormed Fit Index; ^fTucker-Lewis Index; ^gIncremental Fit Index; ^hParsimony Comparative Fit Index; ⁱParsimony Normed Fit Index; ^jNormed Chi-squared.

5.1.3. Resultados de validade fatorial, validade convergente, fidelidade e validade discriminante.

A avaliação do modelo de medida testou a validade (fatorial, convergente e discriminante) e a fidelidade (*Alpha* de Cronbach e CR) do modelo definido (Anderson & Gerbing, 1982). Tiveram de ser removidos do modelo um conjunto de itens que estava a prejudicar a sua qualidade, nomeadamente por apresentarem cargas fatoriais inferiores a .50 (Marôco, 2014). Uma das principais consequências deste procedimento foi que o PsyCap foi aferido unicamente a partir de duas dimensões, autoeficácia e esperança, tendo o otimismo e a resiliência sido eliminadas. As cargas fatoriais dos itens que compuseram a versão final do modelo variaram entre .670 e .984. Os resultados para a validade fatorial, validade convergente e fidelidade encontram-se resumidos na Tabela 4. Como se pode registar, existem evidências estatísticas que permitem afirmar que os indicadores do modelo definido possuem validade fatorial (cargas fatoriais > .50), validade convergente (AVE > .50) e fidelidade (α e CR > .70). Seguindo a classificação de Sharma (1996), os valores de fiabilidade obtidos variaram entre bom (valores entre .70 e .80) e excelente (valores superiores a .90).

Tabela 4.

Resultados de Validade Fatorial, Validade Convergente e Fidelidade

Constructos e itens presentes no modelo	Cargas fatoriais	<i>Alpha</i> e CR	AVE
Autoeficácia (PsyCap) ¹		.749/.779	.643
Item 1 – Sinto-me confiante para apresentar o meu trabalho em reuniões da administração.	.883		
Item 3	.711		
Esperança (PsyCap) ¹		.891/.897	.746
Item 5 – Atualmente, vejo-me como uma pessoa bem-sucedida no trabalho.	.903		
Item 6	.780		
Item 7 – Atualmente, estou a atingir os objetivos profissionais que defini para mim mesmo.	.902		
Satisfação no trabalho		.788/.795	.568

Item 1 – Em relação às suas perspectivas de promoção, diria que está:	.715	
Item 4 – Em relação à remuneração que recebe, diria que está:	.670	
Item 8 – Tudo somado, e considerando todos os aspetos do seu trabalho e da sua vida nesta instituição, diria que está:	.862	
<i>Commitment</i> afetivo	.920/.895	.742
Item 1 – Sinto que existe uma forte ligação afetiva entre mim e a minha organização.	.984	
Item 2 – Tenho uma forte ligação de simpatia por esta organização.	.843	
Item 3 – Importo-me realmente com o destino da minha organização.	.739	
Vigor (<i>Engagement</i> no trabalho)	.925/.925	.863
Item 1 – No meu trabalho, sinto-me cheio(a) de energia.	.908	
Item 2 – No meu trabalho, sinto-me com força e vigor.	.949	
Dedicação (<i>Engagement</i> no trabalho)	.878/.879	.786
Item 3 – Estou entusiasmado(a) com o meu trabalho.	.862	
Item 4 – O meu trabalho inspira-me.	.910	
Absorção (<i>Engagement</i> no trabalho)	.810/.827	.707
Item 6 – Eu sinto-me feliz quando estou a trabalhar intensamente.	.825	
Item 8 – Sinto-me envolvido(a) com o meu trabalho.	.856	

Nota. *Alpha* = Coeficiente *Alpha* de Cronbach; *CR* = *Composite Reliability*; *AVE* = *Average Variance Extracted*; ¹Devido a questões relacionadas com os direitos de autor, a Mind Garden, empresa detentora dos direitos do PCQ-12, só autoriza a divulgação de três itens desta medida.

Relativamente à validade discriminante, e seguindo o critério de Fornell e Larcker (1981), observou-se a existência deste tipo de validade, dado que os valores de AVE foram superiores aos valores dos coeficientes de correlação ao quadrado (Tabela 5).

Tabela 5.

Avaliação da Validade Discriminante

Constructos	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.Autoeficácia	.643						
2.Esperança	.577	.746					
3.Satisfação no trabalho	.160	.212	.568				
4. <i>Commitment</i> afetivo	.230	.203	.449	.742			
5.Vigor	.220	.212	.292	.314	.863		
6.Dedicação	.270	.281	.270	.292	.578	.786	
7.Absorção	.240	.281	.144	.221	.462	.624	.707

Nota. A negrito e na diagonal encontram-se os valores de AVE. Os restantes valores dizem respeito ao valor do coeficiente de correlação ao quadrado. Autoeficácia e esperança são dimensões do PsyCap. Vigor, dedicação e absorção são dimensões de *engagement* no trabalho.

5.2. Exame das hipóteses de investigação.

Para testar as hipóteses de investigação foi conduzida uma análise do modelo estrutural. No caso da hipótese que aferiu a relação indireta, i.e., de mediação, entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho através da satisfação no trabalho e do *commitment* afetivo, seguiram-se as indicações de Marôco (2014) para o teste de efeitos de mediação por reamostragem *bootstrap*.

O primeiro aspeto a referir é que o modelo ajustado explica 57.1% da variância do *engagement* no trabalho. Todas as hipóteses de investigação, à exceção de uma (H2b), foram corroboradas (H1a, H1b, H2a e H3). Um resumo dos resultados obtidos nas hipóteses de investigação pode ser encontrado na Tabela 6. Como se pode observar, o efeito direto do PsyCap no *engagement* no trabalho e indireto, i.e., através das atitudes laborais (i.e., satisfação no trabalho e *commitment* afetivo), obteve o mesmo valor .318 ($p < .001$). Desta forma, podemos concluir pela existência de um efeito de mediação parcial.

Tabela 6.

Resumo dos Resultados das Hipóteses de Investigação

Hipótese de investigação	Efeito direto	Efeito indireto	Efeito total
H1a: PsyCap → Satisfação no trabalho	.605***		.605***
H1b: PsyCap → <i>Commitment</i> afetivo	.532***		.532***
H2a: Satisfação no trabalho → <i>Engagement</i> no trabalho	.445***		.445***
H2b: <i>Commitment</i> afetivo → <i>Engagement</i> no trabalho	.093		.093
H3: PsyCap → Satisfação no trabalho + <i>Commitment</i> afetivo → <i>Engagement</i> no trabalho	.318***	.318***	.636***

Nota. *** $p < .001$

Dado que a relação entre o *commitment* afetivo e o *engagement* no trabalho (H2b) não foi estatisticamente significativa, efetuou-se uma análise suplementar, excluindo-se a atitude laboral supracitada do modelo teórico. Este novo modelo apresentou um bom ajustamento ($\chi^2 = 109.654$; $p < .01$; GFI = .915; RMSEA = .061; RMSEA 90%CI = [.039; .081]; SRMR = .044; CFI = .975; NFI = .937; TLI = .966; IFI = .975; PCFI = .729; PNFI = .701; $\chi^2/df = 1.613$). Em seguida testou-se o modelo reespecificado, tendo-se obtido os resultados patentes na Tabela 7.

Tabela 7.

Avaliação do Modelo Teórico Excluindo o Commitment Afetivo

Hipótese de investigação	Efeito direto	Efeito indireto	Efeito total
PsyCap → Satisfação no trabalho	.577***		.577***
Satisfação no trabalho → <i>Engagement</i> no trabalho	.559***		.559***
PsyCap → Satisfação no trabalho → <i>Engagement</i> no trabalho	.289***	.322***	.611***

Nota. *** $p < .001$

Verifica-se que a satisfação no trabalho medeia a relação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho, tendo esta atitude laboral um efeito explicativo superior ($\beta = .322$; $p < .001$) quando comparada com a relação direta existente entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho ($\beta = .289$; $p < .001$). À semelhança do que sucedeu anteriormente, também nesta situação se observa a existência de uma mediação parcial.

Por fim, e tendo em conta que esta investigação seguiu um *design* transversal, i.e., os dados foram recolhidos num único momento no tempo e utilizando o mesmo protocolo de investigação, procedeu-se a uma análise da variância do método comum (Podsakoff et al., 2003). Este aspeto foi controlado através do *Harman's single-factor test*. A variância explicada pelos indicadores do modelo foi de 49.53%, i.e., inferior a 50%. Assim, pode-se concluir que o modelo teórico examinado não foi afetado pela variância do método comum, ainda que este aspeto esteja presente.

Apresentam-se, no próximo capítulo, a discussão e as principais conclusões retiradas desta investigação, explicitando-se as suas implicações para a gestão de recursos humanos. Além disso, referem-se um conjunto de estratégias para fomentar o PsyCap, a satisfação no trabalho, o *commitment* afetivo e o *engagement* no trabalho no setor hoteleiro algarvio. Por fim, apontam-se as principais limitações desta investigação e indicam-se um conjunto de sugestões para estudos futuros.

6. Discussão e conclusões

A presente dissertação teve como principal objetivo estudar a relação entre uma variável individual, o PsyCap, duas atitudes laborais, satisfação no trabalho e *commitment* afetivo, e um indicador de bem-estar ocupacional, o *engagement* no trabalho, numa amostra de trabalhadores do setor hoteleiro algarvio. Para tal, desenvolveu-se um modelo teórico que procurou aferir as associações, diretas e indiretas, entre os constructos selecionados.

Inicialmente, foi realizada uma revisão da literatura com o objetivo de caracterizar cada um dos conceitos que compõem esta dissertação, bem como para compreender melhor a sua relevância, tanto a nível global, como para o setor hoteleiro. Além disso, nessa mesma revisão, foi possível estabelecer um conjunto de relações, teórica e empiricamente demonstradas, entre o PsyCap, a satisfação no trabalho, o *commitment* afetivo e o *engagement* no trabalho. Com base nessas relações foram definidas as hipóteses de investigação testadas e sobre as quais, em seguida, se apresentam as principais reflexões.

De um modo geral, foi possível verificar que o PsyCap, nomeadamente as dimensões autoeficácia e esperança, estabelecem associações diretas e positivas tanto com a satisfação no trabalho como com o *commitment* afetivo. O facto de o PsyCap se relacionar de modo positivo com as atitudes laborais vai ao encontro aos dados já existentes na literatura, estes sugerem que o PsyCap promove atitudes, onde se incluem a satisfação laboral e o *commitment* afetivo, e comportamentos laborais desejáveis (Avey et al., 2010; Avey et al., 2014). Estes resultados estão também em concordância com outros estudos realizados no âmbito da hotelaria (Karatepe & Karadas, 2015). Assim, indivíduos que se percebem como eficazes e competentes nas tarefas que desempenham e que são capazes de criar caminhos alternativos para superar as adversidades laborais, características das dimensões autoeficácia e esperança, sentem-se mais satisfeitos com o seu trabalho, funções desempenhadas e contexto, bem como estabelecem um laço afetivo com a sua organização, neste caso com o seu hotel, e identificam-se com ela.

Por outro lado, também ficou comprovado que a satisfação no trabalho se relaciona de forma positiva com o *engagement* no trabalho, tal como apoia a literatura existente (e.g., Yalabik et al., 2013). Logo, os colaboradores dos hotéis que se sentem satisfeitos com o seu trabalho, tarefas e contexto vão empregar maiores níveis de energia nas funções desempenhadas, vão dedicar-se mais às tarefas que lhes são atribuídas e, em

certas situações, poderão, inclusive, perder a noção do tempo (Harrison et al., 2006; Yalabik et al., 2013). Esta associação encontra corroboração no estudo de Lu, Lu, Gursory e Neale (2016), conduzido na América do Norte, e que incluiu supervisores e trabalhadores de linha da frente do setor hoteleiro. Ainda no âmbito das atitudes laborais, observou-se que a relação direta entre o *commitment* afetivo e o *engagement* no trabalho não foi estatisticamente significativa, ao contrário do que se perspectivava. Possivelmente, esta associação não foi corroborada devido à sazonalidade que caracteriza o emprego no setor hoteleiro algarvio. Como é referido na literatura, a sazonalidade tem impacto na contratação e no despedimento de colaboradores, logo é possível que a ligação psicológica estabelecida entre o trabalhador e o hotel não seja um fator determinante para o surgimento do *engagement* no trabalho, um estado psicológico positivo referente às funções desempenhadas e que é caracterizado por elevados níveis de energia, por uma dedicação ao trabalho e pela perda da noção do tempo enquanto se realizam atividades estimulantes e geradoras de prazer (Bakker et al., 2008; European Agency for Safety and Health at Work [EU-OSHA], 2007). Este facto é sublinhado pela EU-OSHA, esta entidade destaca que a precariedade laboral conduz a uma diminuição dos níveis de *commitment* organizacional, principalmente o afetivo.

Por fim, a última relação testada foi entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho, inicialmente de modo direto e, posteriormente, de modo indireto. O teste do efeito mediador considerou o papel da satisfação no trabalho e do *commitment* afetivo, num primeiro momento, mas tendo em conta que o *commitment* afetivo não se associou de modo significativo com o *engagement* no trabalho, num momento posterior esta atitude laboral foi removida do modelo. A associação entre o PsyCap e o *engagement* no trabalho foi parcialmente mediada pela satisfação no trabalho. Deste modo, pode afirmar-se que os recursos individuais dos colaboradores (i.e., o PsyCap) estabelecem uma relação positiva com o *engagement* no trabalho, mas nessa relação deve ser levada em linha de conta a satisfação com o trabalho, tarefas e contexto. Aliás, como se pode observar no modelo que considerou unicamente o papel mediador da satisfação no trabalho, esta atitude laboral tem um poder explicativo superior do *engagement* no trabalho comparativamente ao PsyCap. Ou seja, não basta que um colaborador tenha elevados recursos psicológicos positivos para estar *engaged*, há que considerar igualmente a sua satisfação com o trabalho. Estes resultados, tanto para as relações diretas como para as indiretas, encontram corroboração empírica no trabalho de Paek et al. (2015), no entanto nesse estudo também se registou que o *engagement* no trabalho se associa de forma

positiva e estatisticamente significativa com o *commitment* afetivo, aspeto que não ocorreu nesta investigação.

Esta investigação traz alguns contributos para a área de recursos humanos. Dada a relevância da hotelaria para o turismo e a economia do Algarve, é importante compreender quais os mecanismos que permitem melhorar o bem-estar ocupacional dos colaboradores dos hotéis, dado que eles podem ser percecionados como uma vantagem competitiva e como um fator distintivo para as organizações onde trabalham. Assim, esta investigação incluiu um recurso individual, PsyCap, que tem ganho cada vez mais destaque na literatura devido aos benefícios que gera para as organizações, e duas atitudes laborais, satisfação no trabalho e *commitment* afetivo, relacionadas com a satisfação com as tarefas desempenhadas e com a ligação psicológica estabelecida com a organização. Além disso, este modelo partiu das premissas de Yalabik et al. (2013) quanto à direção da relação entre as atitudes laborais e o *engagement* no trabalho. Este autor, recorrendo a um estudo longitudinal, demonstrou que as atitudes laborais são antecedentes do *engagement* no trabalho, defendendo que um colaborador que está satisfeito com o seu trabalho e se encontra *committed* com a sua organização vai trabalhar com maior afinco, empregando mais energia, dedicação e concentração nas suas tarefas. A relação entre estes três constructos, *engagement* no trabalho, satisfação no trabalho e *commitment* afetivo, por norma, é aferida de maneira inversa, i.e., o *engagement* no trabalho é visto como um preditor da satisfação e do *commitment* (Bakker, Demerouti, & Sanz-Vergel, 2014).

6.1. Implicações para a gestão de recursos humanos

A atividade turística, de onde faz parte o setor hoteleiro, tem como principal motor a prestação de serviços, o que quer dizer que, os recursos humanos (i.e., os colaboradores) são peças vitais em todo este processo (Martins & Machado, 2005). Assim, surge a necessidade de colocar em prática uma correta gestão de recursos humanos (GRH), tendo em conta as características do setor hoteleiro (Martins & Machado, 2005). O sector hoteleiro do Algarve, a par dos setores hoteleiros de outras regiões, tem especificidades muito próprias que necessitam de estratégias bastante específicas, nomeadamente: (a) muitas funções são desempenhadas por mão-de-obra não especializada, (b) facilidade de transferência de competências a diversos níveis entre vários estabelecimentos hoteleiros, (c) elevada taxa de *turnover*, (d) baixas remunerações, sobretudo para trabalhadores não especializados, e (e) no caso em particular da região Algarvia a sazonalidade do turismo

(Martins & Machado, 2005). Assim, e dadas estas especificidades deste setor, é necessário desenvolver políticas de gestão de recursos humanos (GRH) que colmatem as lacunas identificadas e que tentem criar um conjunto de técnicas capazes de promover o desempenho eficaz e eficiente de todos os colaboradores da organização, neste caso do hotel. Somente através de políticas que visem o melhoramento do bem-estar dos colaboradores poderemos ter, na região do Algarve, hotéis que prestem um serviço de qualidade quer para os seus clientes externos, quer para os seus clientes internos.

6.1.1. Capital psicológico positivo.

Segundo os resultados de um estudo desenvolvido por Avey (2014), existem três implicações práticas do PsyCap para a GRH. Em primeiro lugar é fundamental que no momento de recrutamento e seleção se contratem indivíduos com elevados níveis de autoeficácia, esperança, resiliência e otimismo, uma vez que estes apresentam maior probabilidade de exibir atitudes e comportamentos laborais desejáveis (Avey, 2014). Para tal, basta que neste tipo de processos se apliquem ferramentas (e.g., PCQ-12) que permitam conhecer os níveis de PsyCap dos candidatos a um posto de trabalho. A segunda implicação relaciona-se com a formação dos líderes, devem valorizar-se novas formas de liderança, como a liderança autêntica ou ética, dado que estas formas de liderar contribuem para fomentar o PsyCap dos colaboradores (Avey, 2014). A terceira implicação está associada ao *design* do posto de trabalho, trabalhos que tenham tarefas variadas, que promovam a autonomia, onde exista *feedback*, que tenham significado e que permitam a criação de «pontes» entre as tarefas e as competências de cada um, aspetos que fazem parte do modelo de Hackman e Oldham (1975), contribuem para um aumento do PsyCap. Logo, sempre que possível, as organizações devem redesenhar os postos de trabalho para fomentar o PsyCap dos funcionários (Avey, 2014).

6.1.2. Satisfação no trabalho.

Atualmente, tem vindo a tornar-se cada vez mais importante o desenvolvimento de práticas de GRH que melhorem a satisfação dos colaboradores, dado que estas terão um impacto positivo no *engagement*, na produtividade e no desempenho dos funcionários (Absar et al., 2010; Savaneviciene & Stankeviciute, 2010). Tal como se observou anteriormente, a remuneração está muitas vezes associada à insatisfação dos colaboradores, como tal, autores como Petrescu e Simmons (2008) defendem a adoção

de um sistema de remuneração baseado no desempenho. Para Judge e Kammeyer-Mueller (2012) a qualidade da liderança também pode ter um efeito poderoso na satisfação no trabalho, assim um líder que se preocupe e que demonstre respeito e apreço pelos colaboradores desencadeará neles uma atitude positiva perante o trabalho. Existe ainda um conjunto de propostas desenvolvidas por Hantula (2015) que podem ser adotadas pelos gestores de recursos humanos. Segundo o autor, um bom ambiente de trabalho, com colegas e chefias, a existência de uma liderança ética ou transformacional, e a possibilidade de obter *feedback* contribuem para melhorar a satisfação (Hantula, 2015).

6.1.3. *Commitment* afetivo.

Devido à importância do *commitment* afetivo para as organizações, este conceito tem-se tornado num importante motor para a criação e o desenvolvimento de políticas de GRH (Iverson & Buttigieg, 1999). Segundo Su et al. (2012), a forma como o desempenho dos colaboradores é aferida deve ser melhorada, para que estes compreendam o que se está a avaliar e porquê. Estes autores salientam, igualmente, que as tarefas devem ser corretamente desenhadas e explicadas aos colaboradores, para impedir situações de conflito e ambiguidade. Na opinião de Takeuchi e Takeuchi (2013), deve-se dar um maior ênfase ao mérito individual dos trabalhadores, de modo a que eles sintam o reconhecimento da sua entidade patronal. Por último, a existência de *feedback* das chefias, a possibilidade de participar ativamente nos processos de tomada de decisão e a flexibilidade de horários também potenciam o *commitment* afetivo (Tremblay, Cloutier, Simard, Chênevert, & Vandenberghe, 2010).

6.1.4. *Engagement* no trabalho.

O *engagement* no trabalho pode ser melhorado através de um incremento da ligação trabalhador-trabalho, procurando colocar cada colaborador a desempenhar a função que mais se adequa ao seu perfil, aposta no desenvolvimento do PsyCap e avaliação do bem-estar da força de trabalho (e.g., através da realização estudos anuais sobre este tema) (Bakker, Rodríguez-Muñoz, & Derks, 2012; Leiter & Maslach, 2010). À semelhança do que sucede com o PsyCap, o *engagement* no trabalho também pode ser aferido durante os processos de recrutamento e seleção, as organizações devem apostar em indivíduos que apresentem afetos positivos e que demonstrem proatividade (Christian et al., 2011). Para Bakker et al. (2011) a questão da liderança é fulcral, as lideranças

transformacionais permitem estimular o *engagement* no trabalho dos colaboradores. Além disso, e tal como propõem Bakker et al. (2002), é importante monitorizar constantemente os níveis de *engagement* dos colaboradores. Por fim, Leiter e Maslach (2010) sugerem a criação de funções mais estimulantes, que desafiem os colaboradores a desenvolverem novas competências, e que haja uma maior rotação nos postos de trabalho. Além disso, a nível interpessoal, deve-se incrementar as redes de suporte entre pares (Leiter & Maslach, 2010).

6.2. Principais limitações e sugestões para estudos futuros

Este estudo não se encontra isento de limitações. O *design* de investigação adotado, transversal, impede a inferência de causalidade na relação entre variáveis. Por outro lado, a forma como os dados foram recolhidos, através do mesmo protocolo de investigação (i.e., com todas as questões organizadas da mesma forma), aumentou a probabilidade de existir variância do método comum. Ademais, existiram limitações ao nível da aferição do PsyCap, tendo sido removidas duas dimensões (otimismo e resiliência) dado que estavam a comprometer a qualidade do modelo testado. Situações semelhantes já foram reportadas em estudos anteriores (Dawkins, Martin, Scott, & Sanderson, 2013; López-Núñez, Jesus, Viseu, & Santana-Cárdenas, 2018; Viseu et al., 2012), apresentando estas dimensões qualidades psicométricas inferiores ao desejado.

Para futuras investigações deve-se adotar um *design* mais robusto (e.g., longitudinal), facto que permitirá a inferência de causalidade e diminuirá a probabilidade de existir variância do método comum (Schaller, Patil, & Malhotra, 2015). Além disso, será útil perceber como diferentes tipos de *commitment*, normativo (i.e., sujeitos que permanecem no seu local de trabalho devido aos seus deveres e responsabilidades) e de continuidade (i.e., indivíduos que se mantêm no seu emprego porque, caso o abandonem, poderão experienciar situações negativas), se relacionam com o *engagement* no trabalho no setor da hotelaria. Assim, será possível perceber que tipo de *commitment* pode fomentar o *engagement* neste setor. Ademais, poderá ser útil testar as variáveis selecionadas a partir do modelo *Job-Demands Resources* (JD-R) (Demerouti, Bakker, de Jonge, Janssen, & Schaufeli, 2001). Nesta situação: (a) o PsyCap (recurso individual) funcionará como um preditor do *engagement* no trabalho, (b) o *engagement* no trabalho será um preditor da satisfação no trabalho e do *commitment* afetivo (resultados de trabalho) e (c) o *engagement* no trabalho mediará a relação entre o PsyCap (recurso individual) e a satisfação no trabalho e o *commitment* afetivo (resultados de trabalho).

7. Referências Bibliográficas

- Absar, M., Azim, M., Balasundaram, N., & Akter, S. (2010). Impact of human resources practices on job satisfaction: Evidence from manufacturing firms in Bangladesh. *Petroleum-gas University of Ploiesti Bulletin*, 62, 31-42.
- Alarcon, G., & Lyons, J. (2011). The relationship of engagement and job satisfaction in working samples. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 145, 463-480. doi: 10.1080/00223980.2011.584083
- Alcobia, P. (2001). Atitudes e satisfação no trabalho. In J. Ferreira, J. Neves, & A. Caetano (Coords.), *Manual de psicossociologia das organizações* (pp. 281-306). Lisboa, Portugal: McGrawHill.
- Anderson, J., & Gerbing, D. (1982). Some methods for respecifying measurement models to obtain unidimensional construct measurement. *Journal of Marketing Research*, 19, 453-460. doi: 10.2307/3151719
- Andreassi, J., Lawter, L., Brockerhoff, M., & Rutigliano, P. (2012). Job satisfaction determinants: A global study across 48 nations. In J. Tang (Ed.), *Proceedings of 2012 Annual Meeting of the Academy of International Business*. 193-215. Fairfield, CT: Sacred Heart University.
- Avey, J. (2014). The left side of psychological capital: New evidence on the antecedents of PsyCap. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 21, 141-149. doi: 10.1177/1548051813515516
- Avey, J., Luthans, F., & Jensen, S. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 48, 677-693. doi: 10.1002/hrm.20294
- Avey, J., Luthans, F., & Mhatre, K. (2008). A call for longitudinal research in positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 705-711. doi: 10.1002/job.517
- Avey, J., Luthans, F., & Youssef, C. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*, 36, 430-452. doi: 10.1177/0149206308329961
- Avey, J., Reichard, R., Luthans, F., & Mhatre, K. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22, 127-152. doi: 10.1002/hrdq
- Avey, J., Wernsing, T., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of positive psychological capital and emotions on

- relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, *44*, 48-70. doi: 10.1177/0021886307311470
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *16*(1), 74-94.
- Bakker, A., & Leiter, M. (2010). Where to go from here: Integration and future research on work engagement. In A. Bakker, & M. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 181-196). New York, NY: Psychology Press.
- Bakker, A., Albrecht, S., & Leiter, M. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *20*, 4-28. doi: 10.1080/1359432X.2010.485352
- Bakker, A., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. (2014). Burnout and work engagement: The JD-R approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *1*, 389-411. doi:10.1146/annurev-orgpsych-031413-091235
- Bakker, A., Rodríguez-Muñoz, A., & Derks, D. (2012). La emergencia de la psicología de la salud ocupacional positive. *Psicothema*, *24*(1), 66-72.
- Bakker, A., Schaufeli, W., Leiter, M., & Taris, T. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupation health psychology. *Work & Stress*, *22*, 187-200. doi: 10.1080/02678370802393649
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, *66*, 32-40. doi: 10.1086/222820
- Beuren, I. M., dos Santos, V., Marques, L., & Resendes, M. (2017). Relação entre percepção de justiça organizacional e satisfação no trabalho. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, *11*, 69-86.
- Borralha, S., de Jesus, S. N., Pinto, P., & Viseu, J. (2016). Job satisfaction in hotel employees: A systematic review of the literature. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, *4*(1), 4-20.
- Brown, A., Charlwood, A., & Spencer, D. (2012). Not all that it might seem: Why job satisfaction is worth studying despite it being a poor summary measure of job quality. *Work, employment and society*, *26*, 1007-1018. doi: 10.1177/0950017012461837
- Byrne, B. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, application, and programing* (2nd Ed.). New York, NY: Routledge.

- Cardoso, L., Castro, C., & Gomes, D. (2011). Organizações, comprometimento e identificação: Semelhanças e diferenças entre modelos e uma perspetiva de integração. In D. Gomes (Coord.), *Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos* (pp.353-373). Coimbra, Portugal: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Caza, A., Bagozzi, R., Woolley, L., Levy, L., & Caza, B. (2010). Psychological capital and authentic leadership: Measurement, gender, and cultural extension. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 2, 53-70. doi: 10.1108/17574321011028972
- Christian, M., Garza, A., & Slaughter, J. (2011). Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance. *Personnel Psychology*, 64, 89-136. doi: 10.1111/j.1744-6570.2010.01203.x
- Curran, P., West, S., & Finch, J. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1, 16-29. doi: 10.1037/1082-989X.1.1.16
- Currivan, D. (1999). The causal order of job satisfaction and organizational commitment in models of employee turnover. *Human Resource Management Review*, 9, 495-524. doi: 10.1016/S1053-4822(99)00031-5
- Daniel, T. (2019, janeiro-01). Número de turistas em todo o mundo aumenta 6% em 2018. *Volta ao Mundo*. Retirado de de <https://www.voltaaomundo.pt>
- Dawkins, S., Martin, A., Scott, J., & Sanderson, K. (2013). Building on the positives: A psychometric review and critical analysis of the construct psychological capital. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86, 348-370. doi: 10.1111/joop.12007
- Demerouti, E., Bakker, A., de Jonge, J., Janssen, P., & Schaufeli, W. (2001). Burnout and engagement at work as a function of demands and control. *Scandinavian Journal of Work Environment and Health*, 27, 279-286. doi: 10.5271/sjweh.615
- European Agency for Safety and Health at Work (2007). *Expert forecast on emerging psychosocial risks related to occupational safety and health*. Bélgica, Bruxelas: O autor.
- Fineman, S. (2006). Accentuating the positive? *Academy of Management Review*, 31, 306-308. doi: 10.5465/AMR.2006.20208682
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50. doi: 10.2307/3151312

- Forra, L. (2019, julho-08). Volume de negócios na hotelaria no Algarve cresce em junho face a 2018. *Observador*. Retirado de <https://observador.pt>
- Hackman, J. (2009). The perils of positivity. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 309-319. doi: 10.1002/job.587
- Hackman, J., & Oldham, G. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60, 159-170. doi: 10.1037/h0076546
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Halbesleben, J. (2011). The consequences of engagement: The good, the bad, and the ugly. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20, 68-73. doi: 10.1080/1359432X.2010.514327
- Hantula, D. (2015). Job satisfaction: The management tool and leadership responsibility. *Journal of Organizational Behavior Management*, 35, 81-94. doi: 10.1080/01608061.2015.1031430
- Harrison, D., Newman, D., & Roth, P. (2006). How important are job attitudes? Meta-analytic comparisons of integrative behavioral outcomes and time sequences. *Academy of Management Journal*, 49, 305-325. doi: 10.5465/AMJ.2006.20786077
- Herzberg, F. (1965). The motivation to work among Finnish supervisors. *Personnel Psychology*, 18, 393-402. doi: 10.1111/j.1744-6570.1965.tb00294.x
- Hill, M., & Hill, A. (2008). *Investigação por questionário* (2.^a Ed.). Lisboa, Portugal: Edições Sílabo.
- Hu, L., & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6, 1-55. doi: 10.1080/10705519909540118
- Huang, C., You, C., & Tsai, M. (2012). A multidimensional analysis of ethical climate, job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behaviors. *Nursing Ethics*, 19, 513-529. doi: 10.1177/0969733011433923
- Hur, W., Rhee, S., & Ahn, K. (2016). Positive psychological capital and emotional labor in Korea: The job demands-resources approach. *The International Journal of Human Resource Management*, 27, 477-500. doi: 10.1080/09585192.2015.1020445
- Iverson, R., & Buttigieg, D. (1999). Affective, normative and continuance commitment: Can the “right kind” of commitment be managed?. *Journal of Management Studies*, 36, 307-333. doi: 10.1111/1467-6486.00138

- Judge, T., & Kammeyer-Mueller, J. (2012). Job attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341-361. doi: 10.1146/annurev-psych-120710-100511
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal management and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692-724. doi: 10.2307/256287
- Karatepe, O. (2011). Do job resources moderate the effect of emotional dissonance on burnout? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23, 44-65. doi: 10.1108/095961111111101661
- Karatepe, O. (2013). High-performance work practices and hotel employee performance: The mediation of work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 132-140. doi: 10.1016/0278431912000643
- Karatepe, O., & Karadas, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? A study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 1254-1278
- Keller, A. & Semmer, N. (2013). Changes in situational and dispositional factors as predictors of job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*, 83, 88-98. doi: 10.1016/j.jvb.2013.03.004
- Kim, W., Kolb, J., & Kim, T. (2014). The relationship between work engagement and performance: A review of empirical literature and a proposed research agenda. *Human Resource Development Review*, 12, 248-276. doi: 10.1177/1534484312461635
- Knippenberg, D., & Sleebos, E. (2006). Organizational identification versus organizational commitment: Self-definition, social exchange, and job attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 571-584. doi: 10.1002/job.359
- Lease, S. (1998). Annual review, 1993-1997: Work attitudes and outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 53, 154-183. doi: 10.1006/jvbe.1998.1662
- Leiter, M., & Bakker, A. (2010). Work engagement: Introduction. In A. Bakker, & M. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 1-9). New York, NY: Psychology Press.
- Leiter, M., & Maslach, C. (2010). Building engagement: The design and evaluation of interventions. In A. Bakker, & M. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 164-180). New York, NY: Psychological Press.
- Lima, M. L., Vala, J., & Monteiro, M. B. (1995). A satisfação organizacional. In J. Vala, M. B. Monteiro, L. Lima, & A. Caetano. *Psicologia social das organizações*:

- Estudos em empresas portuguesas* (2ª ed.) (pp. 101-122). Oeiras, Portugal: Celta Editora.
- Locke, E. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. Dunnette (Coord.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1297-1349). Chicago, IL: Rand McNally
- López-Núñez, M., Jesus, S. N., Viseu, J., & Santana-Cárdenas, S. (2018). Psychological capital of Spanish workers: Confirmatory factor analysis of PCQ-12. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 48(3), 67-79. doi: 10.21865/RIDEP48.3.06
- Lu, L., Lu, A., Gursoy, D., & Neale, N. (2016). Work engagement, job satisfaction, and turnover intentions: A comparison between supervisors and line-level employees. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 28, 737-761.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706. doi: 10.1002/job.165
- Luthans, F., & Avolio, B. (2009). The “point” of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 291-307. doi: 10.1002/job.589
- Luthans, F., & Youssef, C. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160. doi: 10.1016/j.orgdyn.2004.01.003
- Luthans, F., & Youssef, C. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33, 321-349. doi: 10.1177/0149206307300814
- Luthans, F., Avey, J., Avolio, B., Norman, S., & Combs, G. (2006). Psychological capital development: Toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behaviour*, 27, 387-393. doi: 10.1002/job.373
- Luthans, F., Luthans, K., & Luthans, B. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 45-50. doi: 10.1016/j.bushor.2003.11.007
- Luthans, F., Youssef, C., & Avolio, B. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York, NY: Oxford University Press.
- Luthans, F., Youssef-Morgan, C., & Avolio, B. (2015). *Psychological capital and beyond*. New York, NY: Oxford University Press.
- Machado, F. (2008). *Capital psicológico positivo e criatividade dos colaboradores: Um estudo exploratório em organizações de I&DT*. Dissertação de Mestrado em Gestão

da Inovação e do Conhecimento, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro, Portugal.

- Marôco, J. (2014). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações* (2.^a Ed.). Pêro Pinheiro, Portugal: ReportNumber.
- Martins, C., & Machado, C. (2005). A gestão de recursos humanos no sector hoteleiro da região do Porto e norte de Portugal. *Estudos de Gestão*, 10(1), 89-106.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89. doi: 10.1016/1053-4822(91)90011-Z
- Meyer, J., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11, 299-326. doi: 10.1016/S1053-4822(00)00053S
- Meyer, J., Becker, T., & van Dick, R. (2006). Social identities and commitments at work: Toward an integrative model. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 665-683. doi: 10.1002/job.383.
- Meyer, J., Becker, T., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, 89, 991-1007. doi: 10.1037/0021-9010.89.6.991
- Meyer, J., Stanley, D., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52. doi: 10.1006/jvbe.2001.1842
- Mills, M., Fleck, C., & Kozikowski, A. (2013). Positive psychology at work: A conceptual review, state-of-practice assessment, and a look ahead. *The Journal of Positive Psychology: Dedicated to furthering research and promoting good practice*, 8, 153-164. doi: 10.1080/17439760.2013.776622
- Morrow, P. (1983). Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Academy of Management Review*, 8, 486-500. doi: 10.2307/257837
- Mowday, R., Porter, L., & Steers, R. (1982). Employee-organization linkages. In P. Warr (Ed.), *Organizational and Occupational Psychology* (pp. 219-229). New York, NY: Academic Press.
- Naves, E., Coleta, D., & Ferreira, M. (2003). Cultura e comprometimento organizacional em empresas hoteleiras. *Revista de Administração Contemporânea*, 7, 205-222. doi: 10.1590/1415-65552003000500011

- Newman, A., Ucbasaran, D., Hu, F., & Hirst, G. (2014). Psychological capital: A review and synthesis. *Journal of Organizational Behavior*, *35*, S120-S138. doi: 10.1002/job.1916
- Norman, S., Avey, J., Nimnicht, J., & Pigeon, N. (2010). The interactive effects of psychological capital and organizational identity on employee organizational citizenship and deviance behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, *17*, 380-391. doi: 10.1177/1548051809353764
- O'Reilly, C. (1991). Organizational behavior: Where we've been, where we're going. *Annual Review of Psychology*, *42*, 427-458. doi: 10.1146/annurev.ps.42.020191.002235
- Oplatka, I., & Mimon, R. (2008). Women principal's conceptions of job satisfaction and dissatisfaction: An alternative view? *International Journal of Leadership in Education*, *11*, 135-153. doi: 10.1080/13603120701576225
- Ozturk, A., & Karatepe, O. (2018). Frontline hotel employees' psychological capital, trust in organization, and their effects on nonattendance intentions, absenteeism, and creative performance. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *28*(2), 217-239.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., & Lee, G. (2015). Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International Journal of Hospitality Management*, *50*, 9-26. doi: 10.1016/0278431915001012
- Pais-Ribeiro, J. (2008). *Metodologia de investigação em psicologia e saúde* (2.^a Ed.). Porto, Portugal: Legis editora/Livpsic.
- Palma, P., Pina e Cunha, M., & Lopes, M. (2007). Comportamento organizacional positivo e empreendedorismo: Uma influência mutuamente vantajosa. *Comportamento Organizacional e Gestão*, *13*(1), 93-114.
- Petrescu, A., & Simmons, R. (2008). Human resource management practices and workers' job satisfaction. *International Journal of Manpower*, *29*, 651-667. doi: 10.1108/01437720810908947
- Pina e Cunha, M., Rego, A., Cunha, R., & Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de comportamento organizacional e gestão* (7.^a ed.). Lisboa, Portugal: Editora RH.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Lee, J., & Podsakoff, N. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, *88*, 879-903. doi: 10.1037/0021-9010.88.5.879

- Público (2019, setembro-04). Portugal atinge 12.º lugar no *ranking* de turismo do Fórum Económico Mundial. Recuperado de <https://www.publico.pt>
- Rego, A., & Souto, S. (2004). Comprometimento organizacional em organizações autênticas. *Revista de Administração de Empresas*, 44(3), 30-43.
- Rus, C., & Baban, A. (2013). Correlates of positive psychological capital: A synthesis of the empirical research published between January 2000 and January 2010. *Cognition, Brain, Behavior: An Interdisciplinary Journal*, 17, 109-133.
- Rus, C., & Jesus, S. N. (2010). Psychological capital in organizational context: A meta-analytic study. In M. Milcu (Ed.), *Modern Psychology Research: Quantitative research vs. Qualitative research?* (pp. 142-151). Sibiu, Romania: Editura Universitara.
- Saari, L., & Judge, T. (2004). Employee attitudes and job satisfaction. *Human Resource Management*, 43, 395-407. doi: 10.1002/hrm.20032
- Salancik, G. (1977). Commitment is too easy. *Organizational Dynamics*, 6(1), 62-80. doi: 10.1016/0090-2616(77)90035-3
- Santos, J. (2007). Satisfação profissional e saúde. In M. Siqueira, S. N. Jesus, & V. Oliveira (Coords.), *Psicologia da saúde: Teoria e pesquisa* (pp. 115-138). São Paulo, Brasil: Universidade Metodista.
- Savaneviciene, A., & Stankeviciute, Z. (2010). The models exploring the “black box” between HRM and organizational performance. *Engineering Economics*, 21, 426-434.
- Saygi, H., Tolon, T., & Tekogul, H. (2011). Job satisfaction among academic staff in fisheries faculties at Turkish universities. *Social Behavior and Personality*, 39, 1395-1402. doi: 10.2224/sbp.2011.39.10.1395
- Schaller, T., Patil, A., & Malhotra, N. (2015). Alternative techniques for assessing common method variance: An analysis of the theory of planned behavior research. *Organizational Research Methods*, 18, 177-206. doi: 10.1177/1094428114554398
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work Engagement Scale: Preliminary manual*. Utrecht, Holland: Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University.
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2010). Defining and measuring work engagement: Bringing clarity to the concept. In A. Bakker, & M. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 10-24). New York, NY: Psychology Press.

- Schaufeli, W., Bakker, A., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short-questionnaire. *Educational and Psychological Measurement, 66*, 701-716. doi: 10.1177/0013164405282471
- Schaufeli, W., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies, 3*, 71-92. doi: 10.1023/A:1015630930326
- Schleicher, D., Hansen, S., & Fox, K. (2011). Job attitudes and work values. In S. Zedeneck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational psychology: Vol 3. Maintaining, expanding, and contracting the organization* (pp. 137-189). doi: 10.1037/12171-004
- Seligman, M., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist, 55*, 5-14. doi: 10.1037/0003-066X.55.1.5
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques*. New York, NY: John Wiley and Sons Inc.
- Simões, C., & Gomes, R. (2012). *Escala de Comprometimento face ao Trabalho (ECT)*. Braga, Portugal: Universidade do Minho.
- Smerek, R., & Peterson, M. (2006). Examining Herzberg's theory: Improving job satisfaction among non-academic employees at university. *Research in Higher Education, 48*, 229-250. doi: 10.1007/s11162-006-9042-3
- Sousa, I., & Mendonça, H. (2009). Burnout em professores universitários: Impacto de percepções de justiça e comprometimento afetivo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, 25*, 499-508. doi:10.1590/S0102-37722009000400005
- Su, S., Baird, K., & Blair, B. (2012). Employee organizational commitment in the Australian public sector. *The International Journal of Human Resource Management, 24*, 243-264. doi: 10.1080/09585192.2012.731775
- Takeuchi, N., & Takeuchi, T. (2013). Committed to the organization or the job? Effects of perceived HRM practices on employees' behavioral outcomes in the Japanese healthcare industry. *The International Journal of Humana Resource Management, 24*, 2089-2016. doi: 10.1080/09585192.2013.767059
- Tamayo, A. (2008). Valores organizacionais e comprometimento afetivo. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review), 6*, 193-213.
- Totawar, A., & Nambudiri, R. (2014). How does organizational justice influence job satisfaction and organizational commitment? Explaining with psychological capital. *Vikalpa, 39*(2), 83-98. doi: 10.1177/0256090920140208

- Tremblay, M., Cloutier, J., Simard, G., Chênevert, D., & Vandenberghe, C. (2010). The role of HRM practices, procedural justice, organizational support and trust in organizational commitment and in-role and extra-role performance. *The International Journal of Human Resource Management*, *21*, 405-433. doi: 10.1080/09585190903549056
- Turismo do Algarve (2019, fevereiro 14). Algarve consolida resultados turísticos em 2018. Retirado de <https://www.turismoalgarve.pt>
- Turismo do Algarve (2019, março 20). Algarve cresce acima da média nacional. Retirado de <https://www.turismoalgarve.pt>
- Vidal, M., & Simonetti, V. (2010). Comprometimento Organizacional: um estudo de caso no setor de governança hoteleira. *Revista Hospitalidade*, *7*, 111-137.
- Viseu, J., Jesus, S. N., Quevedo-Blasco, R., Rus, C., & Canavarro, J. (2015). Teacher motivation: Bibliometric analysis of the relationship with individual and organizational variables, and work attitudes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, *47*(1), 58-65.
- Viseu, J., Jesus, S. N., Rus, C., Nunes, H., Lobo, P., & Cara-Linda, I. (2012). Capital psicológico positivo e a sua avaliação com o PCQ-12. *Estudos Contemporâneos da Subjetividade (ECOS)*, *2*(1), 4-17.
- Wasti, S. (2005). Commitment profiles: Combinations of organizational commitment forms and job outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, *67*, 290-308. doi: 10.1016/j.jvb.2004.07.002
- Wolf, M. (1970). Need gratification theory: A theoretical formulation of job satisfaction/dissatisfaction and job motivation. *Journal of Applied Psychology*, *54*, 87-94. doi: 10.1037/h0028664
- Yalabik, Z., Popaitoon, P., Chowne, J., & Rayton, B. (2013). Work engagement as a mediator between employee attitudes and outcomes. *The International Journal of Human Resource Management*, *24*, 2799-2823. doi: 10.1080/09585192.2013.763844
- Youssef-Morgan, C., & Luthans, F. (2015). Psychological capital and well-being. *Stress and Health*, *31*, 180-188. doi: 10.1002/smi.2623

ANEXOS

Anexo A: Protocolo de Investigação

**QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE OS RECURSOS INDIVIDUAIS, AS ATITUDES
LABORAIS E O BEM-ESTAR DOS COLABORADORES**

O setor hoteleiro teve um crescimento significativo ao longo dos últimos anos, nomeadamente devido ao crescente número de turistas que visitam Portugal e, em especial, a região do Algarve. Deste modo, o presente questionário pretende analisar como um recurso individual, o capital psicológico positivo, se relaciona com as atitudes laborais e o bem-estar dos colaboradores do setor hoteleiro algarvio.

A partir desta análise será possível avançar com um conjunto de propostas ao nível da gestão de recursos humanos que melhorem o bem-estar dos funcionários dos hotéis. Estas poderão ter um efeito positivo ao nível da *performance* laboral e financeira destas organizações, mas também no que diz respeito à satisfação dos visitantes com o serviço prestado.

Este estudo enquadra-se num projeto de dissertação de mestrado, da Universidade do Algarve, com o título *A relação entre o capital psicológico positivo e o bem-estar: O papel mediador das atitudes laborais*.

Este questionário é anónimo e confidencial. Não existem respostas certas ou erradas, apenas nos interessa a sua opinião honesta. Estimamos um tempo de resposta entre os 10 a 15 minutos.

Agradecemos a sua colaboração nesta investigação!

SECÇÃO A

I. Abaixo encontra um conjunto de afirmações que descrevem a forma como pensa sobre si mesmo neste momento. Utilize a seguinte escala para indicar o seu nível de concordância ou discordância com cada uma delas: *1 = Discordo totalmente; 2 = Discordo; 3 = Discordo em parte; 4 = Concordo em parte; 5 = Concordo; e 6 = Concordo totalmente.*

1. Sinto-me confiante para apresentar o meu trabalho em reuniões da administração.	1	2	3	4	5	6
2.	1	2	3	4	5	6
3.	1	2	3	4	5	6
4.	1	2	3	4	5	6
5. Atualmente, vejo-me como uma pessoa bem-sucedida no trabalho.	1	2	3	4	5	6
6.	1	2	3	4	5	6
7. Atualmente, estou a atingir os objetivos profissionais que defini para mim mesmo.	1	2	3	4	5	6
8.	1	2	3	4	5	6
9.	1	2	3	4	5	6
10.	1	2	3	4	5	6
11.	1	2	3	4	5	6
12.	1	2	3	4	5	6

II. Gostaríamos de saber em que medida se considera satisfeito com o seu trabalho. Isto é, tudo somado, e nas atuais circunstâncias da sua vida profissional, até que ponto está satisfeito com cada um dos aspetos do seu trabalho. A resposta a cada uma das questões é feita através de uma escala que tem a seguinte configuração: *1 = Extremamente Insatisfeito; 2 = Bastante Insatisfeito; 3 = Insatisfeito; 4 = Nem insatisfeito nem satisfeito; 5 = Satisfeito; 6 = Bastante Satisfeito; e 7 = Extremamente Satisfeito.*

1. Em relação às suas perspectivas de promoção, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
2. Em relação à organização e funcionamento do departamento onde trabalha, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
3. Em relação à colaboração e clima de relação com os seus colegas de trabalho, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
4. Em relação à remuneração que recebe, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7

5. Em relação à competência e funcionamento do seu superior imediato, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
6. Em relação ao trabalho que realiza, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
7. Em relação à competência e funcionamento dos seus colegas, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7
8. Tudo somado, e considerando todos os aspectos do seu trabalho e da sua vida nesta Instituição, diria que está:	1	2	3	4	5	6	7

III. Em que medida as seguintes afirmações se aplicam a si? Responda, por favor, de acordo com a seguinte escala: *1 = A afirmação não se aplica rigorosamente nada a mim; 2 = Não se aplica; 3 = Aplica-se muito pouco; 4 = Aplica-se alguma coisa; 5 = Aplica-se bastante; 6 = Aplica-se muito; e 7 = A afirmação aplica-se completamente a mim.*

1. Sinto que existe uma forte ligação afetiva entre mim e a minha organização.	1	2	3	4	5	6	7
2. Tenho uma forte ligação de simpatia por esta organização	1	2	3	4	5	6	7
3. Importo-me realmente com o destino da minha organização.	1	2	3	4	5	6	7
4. Tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização.	1	2	3	4	5	6	7
5. Sinto-me <i>parte da família</i> da minha organização.	1	2	3	4	5	6	7

IV. Abaixo são apresentadas nove afirmações que indicam os sentimentos que pode ter em relação à sua atividade profissional. Por favor, leia atentamente cada uma e indique com que frequência se sente assim relativamente ao seu trabalho. Para tal utilize a seguinte escala de resposta: *0 = Nunca; 1 = Quase nunca, poucas vezes por ano ou menos; 2 = Raramente, uma vez por mês ou menos; 3 = Às vezes, algumas vezes por mês ou menos; 4 = Frequentemente, uma vez por semana; 5 = Muito frequente, algumas vezes por semana; e 6 = Sempre, todos os dias.*

1. No meu trabalho, sinto-me cheio(a) de energia.	0	1	2	3	4	5	6
2. No meu trabalho, sinto-me com força e vigor.	0	1	2	3	4	5	6
3. Estou entusiasmado(a) com o meu trabalho.	0	1	2	3	4	5	6
4. O meu trabalho inspira-me.	0	1	2	3	4	5	6
5. Quando me levanto pela manhã, tenho vontade de ir trabalhar.	0	1	2	3	4	5	6
6. Eu sinto-me feliz quando estou a trabalhar intensamente.	0	1	2	3	4	5	6
7. Eu tenho orgulho no trabalho que faço.	0	1	2	3	4	5	6
8. Sinto-me envolvido(a) com o meu trabalho.	0	1	2	3	4	5	6
9. <i>Deixo-me levar</i> pelo meu trabalho.	0	1	2	3	4	5	6

SECÇÃO B

I. Por favor responda às perguntas que se seguem relativamente aos seus dados biográficos.

1. Qual o seu género?

Feminino

Masculino

2. Qual é a sua idade? _____

3. Qual é o seu nível de educação mais elevado?

Ensino primário

Ensino básico

Ensino secundário

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

Pós-graduação

Outra

4. Qual é o seu estado civil?

Solteiro(a)

Casado(a)/União de facto

Divorciado(a)

Viúvo(a)

5. Há quanto tempo trabalha nesta empresa? _____

6. Qual é o seu vínculo laboral?

Contrato a termo

Contrato sem termo

Trabalhador(a) independente

Outro

7. Qual a classificação do hotel onde trabalha?

Uma estrela

Duas estrelas

Três estrelas

Quatro estrelas

Cinco estrelas

OBRIGADO PELA SUA PARTICIPAÇÃO!

Anexo B: Email de contacto com os hotéis.

Exmo(a). Sr(a).,

O meu nome é Paula Ribeiro Silva e sou mestranda em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade do Algarve. No âmbito da minha dissertação de mestrado, gostaria de aferir a receptividade da organização de V. Exa. para participar na investigação que estou a realizar.

O seu principal objetivo é avaliar a relação entre os recursos psicológicos dos colaboradores, as suas atitudes perante o trabalho e os seus níveis de bem-estar.

A investigação será realizada no setor hoteleiro, um setor que teve um crescimento significativo nos últimos anos, especialmente devido ao aumento do número de turistas que visita Portugal e, em particular, a região do Algarve. Com a sua concretização será possível observar como os recursos psicológicos dos colaboradores podem melhorar as suas atitudes no trabalho e, conseqüentemente, incrementar os seus níveis de bem-estar. Estudos realizados em outros setores de atividade demonstraram que os recursos psicológicos dos trabalhadores contribuem para um aumento das atitudes (por exemplo, satisfação no trabalho) e comportamentos (por exemplo, envolvimento no trabalho) laborais desejáveis, e para uma diminuição das atitudes (por exemplo, cinismo organizacional) e comportamentos laborais (por exemplo, absentismo e abandono voluntário do posto de trabalho) indesejáveis. Como tal, é possível afirmar que uma aposta nos recursos psicológicos dos colaboradores, além de promover atitudes e comportamentos desejáveis, também poderá ser útil para melhorar a experiência turística vivenciada, nomeadamente quanto à satisfação com o serviço prestado, o que poderá ter uma influência positiva no *bottom-line* das instituições hoteleiras. Desta forma, podemos verificar que a realização desta investigação poderá ter implicações práticas, nomeadamente na implementação de políticas de recursos humanos.

Assim, gostaria de saber qual a receptividade da sua organização em colaborar nesta investigação. Os aspetos éticos relativos à participação neste estudo estão garantidos, nomeadamente ao nível da confidencialidade e do anonimato. O tempo estimado de resposta ao questionário situa-se entre os 10 e os 15 minutos, podendo o mesmo ser disponibilizado em formato de papel e lápis ou *online*, conforme a disponibilidade da organização.

Fico a aguardar a Vossa resposta, mantendo-me ao dispor para eventuais esclarecimentos. Deixo igualmente os meus contactos, caso seja necessário agendar uma reunião.

Tlf: 912582429

E-mail: paula03s@hotmail.com

Com os melhores cumprimentos,

Paula Silva