



Dissertação

Mestrado em Gestão

***A propensão para Comportamentos Antiéticos e o
“Love of Money”***

Filipa dos Santos Oliveira

Leiria, *setembro* de 2017



Dissertação

Mestrado em Gestão

***A propensão para Comportamentos Antiéticos e o
“Love of Money”***

Filipa dos Santos Oliveira

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Professora Doutora Tânia Marques, Professora Adjunta da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria.

Leiria, *setembro* de 2017

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Agradecimentos

A conclusão desta dissertação não seria possível sem o devido acompanhamento e apoio a cujos responsáveis gostaria de agradecer.

Assim gostaria primeiramente de agradecer à orientadora do estudo, Professora Doutora Tânia Marques pelo total apoio, disponibilidade e orientação ao longo de todo o desenvolvimento do estudo.

Ao Professor Doutor João Paulo Martins e Professora Doutora Cátia Crespo pela disponibilidade e esclarecimento das várias dúvidas que surgiram relativamente ao tratamento estatístico do estudo.

À minha família e amigos, principalmente ao meu namorado pelo apoio, paciência e motivação imprescindíveis no decorrer dos últimos tempos, bem como durante todo o meu percurso no mestrado de Gestão.

Por fim, quero igualmente agradecer a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para a conclusão do estudo e que dispuseram de alguns minutos para a realização e/ou partilha do questionário.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Resumo

Atualmente são diversos os estudos existente que abordam temáticas envolvendo o elemento dinheiro como um motivador e como influente do comportamento humano em diversos contextos. A importância e o nível de desejo atribuído ao dinheiro são, no entanto, vivenciados de diferentes formas para cada indivíduo e, portanto, os comportamentos associados ao dinheiro poderão igualmente ser diferentes e mais prejudiciais em alguns casos. Tratam-se portanto de temáticas cada vez mais sensíveis e de importante relevo tanto para académicos e empresários e, por este motivo, a variável psicológica do “amor ao dinheiro” tem sido amplamente estudada, tendo sido muitas vezes relacionada aos comportamentos antiéticos em contexto organizacional, uma temática cada vez mais preocupante nas organizações.

Assim, a presente dissertação tem como intuito o desenvolvimento de uma investigação que permita comprovar que a propensão para a prática de comportamentos antiéticos pode ser explicada e prevista tendo como base as atitudes relativas ao dinheiro e os níveis de amor ao dinheiro existente. Para tal, o estudo foi implementado numa amostra constituída por 297 indivíduos portugueses e através da distribuição de um questionário.

Os resultados demonstram a não existência de uma relação significativa entre o amor ao dinheiro e a propensão para prática de comportamentos antiéticos. Para além disso comprovou-se a existência de uma relação significativa entre a propensão para a prática de comportamentos antiéticos e o nível de capacidade de orçamentação de rendimentos verificando-se que, à medida que os indivíduos apresentam uma maior capacidade para gerirem o seu dinheiro, apresentam um menor propensão para a prática de comportamentos antiéticos. Foi igualmente possível validar a existência de relação significativa entre a propensão para a prática de comportamentos antiéticos e o fator maléfico, demonstrando que os indivíduos que associam ao dinheiro sentimentos negativos e que consideram o amor ao dinheiro como a raiz de toda a maldade poderão apresentar menor propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

O estudo aumenta assim a bibliografia existente, incitando outros investigadores a desenvolverem trabalho relativo a estas temáticas em Portugal. Para além disso, os resultados têm igualmente importantes implicações na gestão uma vez que poderão auxiliar e permitir o desenvolvimento de estratégias e métodos que visem um melhor funcionamento

das organizações, promovendo uma correta motivação dos colaboradores, e afastando a prática de comportamentos antiéticos.

Palavras-chave: Comportamentos antiéticos, Amor ao Dinheiro, Orçamento, Maléfico, Sucesso, Motivador

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Abstract

Currently there are several existing studies that address the themes involving the money element as a motivator and as influential of human behavior in various contexts. The importance and level of desire attributed to money are, however, experienced in different ways for each individual and therefore the behaviors associated with money may also be different and more harmful in some cases. Therefore, the themes are increasingly sensitive and important for both academics and managers and, for this reason, the psychological variable of the "love of money" has been widely studied and has often been related to unethical behavior in an organizational context, an increasingly worrying issue in organizations.

Thus, the present dissertation aims to develop an investigation to prove that the propensity to engage in unethical behavior can be explained and predicted based on the attitudes towards money and levels of love of money. For this, the study was implemented in a sample of 297 Portuguese individuals and through the distribution of a questionnaire.

The results indicate that there is no significant relationship between the love of money and the propensity to engage in unethical behavior. In addition, a significant relationship has been found between the propensity to engage in unethical behavior and the level of budgeting skills, and it's found that, as individuals are more able to manage their money, they are less likely to practice of unethical behavior. It was also possible to validate the existence of a significant relationship between the propensity to engage in unethical and the "Evil" factor of the Love of Money scale, demonstrating that individuals who associate money with negative feelings and who consider the love of money as the root of all evil may be less likely to practice unethical behaviors.

The study increases the existing bibliography, encouraging other researchers to develop work related to these themes in Portugal. In addition, the results also have important implications for management, since they can help and enable the development of strategies and methods that aim at a better functioning of organizations, promoting a correct motivation of employees, and avoiding the practice of unethical behavior.

Keywords: Unethical behavior, Love of Money, Budget, Evil, Success, Motivator

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1- Histograma de resíduos hipótese 1 | 38 |
| Figura 2- Gráfico de resíduos hipótese 1 | 38 |
| Figura 3- Gráfico de dispersão hipótese 1..... | 39 |
| Figura 4- Histograma de resíduos hipótese 2..... | 40 |
| Figura 5- Gráfico dos resíduos hipótese 2..... | 40 |
| Figura 6- Gráfico de dispersão hipótese 2..... | 41 |
| Figura 7- Histograma de resíduos hipótese 3..... | 42 |
| Figura 8- Gráfico de resíduos hipótese 3 | 42 |
| Figura 9- Gráfico de dispersão hipótese 3..... | 43 |
| Figura 10- Histograma de resíduos hipótese 5..... | 44 |
| Figura 11- Gráfico de resíduos hipótese 5 | 44 |
| Figura 12- Gráfico de dispersão hipótese 5..... | 44 |
| Figura 13- Histograma de resíduos hipótese 6..... | 46 |
| Figura 14- Gráfico de resíduos hipótese 6 | 46 |
| Figura 15- Gráfico de dispersão hipótese 6..... | 46 |

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Lista de tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1- Género dos indivíduos | 18 |
| Tabela 2- Idade dos indivíduos | 18 |
| Tabela 3- Estado civil dos indivíduos | 19 |
| Tabela 4 - Habilitações literárias dos indivíduos | 19 |
| Tabela 5- Situação profissional dos indivíduos | 20 |
| Tabela 6- Experiência profissional dos indivíduos | 20 |
| Tabela 7- Média de gastos anuais do agregado familiar dos indivíduos..... | 21 |
| Tabela 8- Valores de referência para o teste de KMO | 26 |
| Tabela 9- Resultados da análise fatorial da escala LOM | 27 |
| Tabela 10- Resultados da análise fatorial da escala PUB | 29 |
| Tabela 11- Valores de referência do Alfa de Cronbach..... | 31 |
| Tabela 12- Valores de Alfa de Cronbach..... | 32 |
| Tabela 13- Estatísticas descritivas da escala LOM | 32 |
| Tabela 14- Estatísticas descritivas da escala PUB | 33 |
| Tabela 15- Correlações de Pearson | 36 |
| Tabela 16- Correlações de Pearson com variáveis demográficas | 37 |
| Tabela 17- Regressão linear hipótese 1..... | 39 |
| Tabela 18- Regressão linear hipótese 2..... | 41 |
| Tabela 19- Regressão linear hipótese 3..... | 43 |
| Tabela 20- Regressão linear hipótese 5..... | 45 |
| Tabela 21- Regressão linear hipótese 6..... | 47 |

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Lista de siglas

LOM – Love of Money

PUB – Propensity to engage in unethical behavior

MES – Money ethics scale

UPB – Unethical pro-organization behavior

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice

| | |
|--|-------------|
| AGRADECIMENTOS | iii |
| RESUMO | v |
| ABSTRACT | viii |
| LISTA DE FIGURAS | x |
| LISTA DE TABELAS | xii |
| LISTA DE SIGLAS | xiv |
| ÍNDICE | xvi |
| 1. INTRODUÇÃO | 1 |
| 2. REVISÃO DE LITERATURA E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO | 3 |
| 2.1. Comportamentos antiéticos nas organizações | 3 |
| 2.2. A importância do dinheiro | 6 |
| 2.3. “Love of Money” (LOM) | 8 |
| 2.4. “Love of Money” e os comportamentos antiéticos nas organizações | 9 |
| 2.4.1. Fator Orçamento: | 14 |
| 2.4.2. Fator Maléfico | 14 |
| 2.4.3. Fator Equidade | 15 |
| 2.4.4. Fator Sucesso | 16 |
| 2.4.5. Fator Motivador | 16 |
| 3. METODOLOGIA | 17 |
| 3.1. Questão de investigação e objetivos do estudo | 17 |
| 3.2. Amostra | 18 |
| 3.3. Instrumentos e métodos de recolha de dados | 21 |
| 3.4. Tratamento estatístico | 24 |
| 3.4.1. Aperfeiçoamento das escalas | 24 |
| 3.4.1.1. Correlação item-total corrigida | 24 |
| 3.4.1.2. Consistência interna (Alfa de Cronbach) e Análise Fatorial | 25 |
| 4. RESULTADOS | 32 |
| 4.1. Estatísticas | 32 |
| 4.2. Coeficiente de correlação de Pearson | 35 |
| 4.3. Regressão Linear | 37 |
| 5. DISCUSSÃO DE RESULTADOS E CONCLUSÕES | 47 |
| 6. CONTRIBUTOS DA INVESTIGAÇÃO | 49 |
| 7. LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO E FUTURAS INVESTIGAÇÕES | 50 |

BIBLIOGRAFIA

53

ANEXOS

61

1. Introdução

A crescente globalização e o desenvolvimento de uma unificação da economia mundial a que se assiste atualmente aumenta, inevitavelmente, fenómenos como a competitividade entre organizações. Por este motivo os gestores empresariais sentem necessidade de diminuir os custos laborais e aumentar os seus resultados bem como, simultaneamente, promover uma melhor e mais eficiente produtividade dos seus colaboradores (Tang e Chiu, 2003).

Atualmente são diversas as técnicas existentes e utilizadas pelas organizações com o intuito de motivar os seus colaboradores. No entanto, a motivação e a capacidade de satisfação é diferente de indivíduo para indivíduo. De acordo com Gupta e Shaw (1998), embora cada indivíduo tenha necessidades e objetivos diferentes e, igualmente, formas de motivação diferentes, o fator dinheiro é algo que, inevitavelmente, se mantém transversal às necessidades e desejos dos colaboradores sendo que a maioria destes, em maior ou menor nível, são motivados pelo dinheiro. De acordo com Elias (2013) o fator dinheiro, para além de ser um elemento motivador, poderá igualmente despertar, em contexto organizacional, diversas tendências e comportamentos negativos por parte de colaboradores. De acordo com diversos estudos realizados no âmbito destas temáticas muitos autores afirmam que na origem da prática de comportamentos antiéticos se encontra associada a ambição e um excessivo amor ao dinheiro por parte dos responsáveis das organizações (Elias, 2013).

Neste contexto, tem-se assistido ao longo dos anos a frequentes casos e situações relativos a comportamentos, alegadamente, antiéticos, reportados em organizações e instituições, tais como o abuso de informação confidencial ou o aumento de casos de corrupção e de escândalos éticos envolvendo entidades públicas e privadas (Jones, 1991). No estudo de Zuber (2015) são descritos vários exemplos que demonstram este tipo de problemas tais como o movimento de Ocupação de *Wall Street*, onde é possível evidenciar uma total perda de confiança nos sistemas económicos e políticos após a grande crise financeira global. Esta perda de confiança teve como origem atitudes desonestas por parte das instituições financeiras sentidas não só pelos membros do movimento mas também por grande parte dos cidadãos, demonstrando que os comportamentos antiéticos nas organizações podem, deste modo, originar consequências negativas não só para as organizações envolvidas mas também para a sociedade em geral

(Zuber, 2015). Um outro caso ocorreu aquando de um empréstimo aceite pelo *American International Group Inc.*, por parte do governo dos EUA, com o intuito de evitar uma crise profunda no seio da organização e no valor de 85 bilhões de dólares. Pouco tempo após a efetivação do empréstimo os seus executivos optaram por utilizar grande parte deste valor em retiros luxuosos e aproveitamento pessoal, demonstrando pouco interesse nos seus trabalhadores e outras entidades interessadas e violando normas sociais (Galperin, Bennett, & Aquino, 2011). Para além disso os membros da *British Airways*, no decorrer de um processo de difamação, em 1993, assumiram o seu envolvimento na prática de crimes de roubo de dados confidenciais, contra a sua rival *Virgin Atlantic* (Kilduff, Galinsky, Gallo, & Reade, 2016). Membros da organização *Enron* incorrem igualmente em outro escândalo ético quando decidem manipular procedimentos contabilísticos e envolverem-se, de forma intencional, em comportamentos antiéticos após receberem ganhos substanciais em forma de opções de ações e encontrarem-se perante potenciais ganhos e incentivos elevados (Y.-J. Chen & Tang, 2006). Este exemplo bem como muitos outros sugerem que o dinheiro e, mais propriamente, uma elevada ambição e amor ao dinheiro poderá estar na origem do desenvolvimento destes comportamentos antiéticos por parte de colaboradores ou mesmo por responsáveis de organizações. (Y.-J. Chen & Tang, 2006).

De acordo com a teoria do comportamento planeado de Ajzen (1991) é possível realizar uma previsão e uma explicação do comportamento humano em contextos específicos. Assim, atitudes, normas subjetivas e controlo comportamental percebido podem prever determinadas intenções para a prática de comportamentos de diferentes tipos, que por sua vez, podem influenciar e prever um comportamento real. Desta forma, e partindo deste pressuposto, para este trabalho, é possível sugerir que determinadas atitudes relacionadas ao dinheiro, como o amor ao dinheiro, podem prever determinadas intenções, tais como a intenção para a prática de comportamentos antiéticos, que poderão originar um comportamento real.

Existem, atualmente, diversos estudos e investigações que se focam no estudo de temáticas relacionadas à importância do dinheiro e que procuram relacionar os níveis de amor ao dinheiro com diversos aspetos, tais como a satisfação no trabalho (Luna-Arocas & Tang, 2004), a rivalidade (Kilduff et al., 2016), ou a prática de comportamentos antiéticos (Tang & Liu, 2012). Apesar da existência de alguns artigos (eg. Gilmartin &

Marques, 2017) existe, no entanto, ainda uma escassa literatura relativa a estas temáticas considerando a realidade portuguesa.

Desta forma, a presente investigação tem como objetivo analisar e procurar compreender em que medida um maior ou menor nível de amor pelo dinheiro nos indivíduos poderá ter influência nos seus comportamentos mais ou menos éticos. Mais especificamente tentar apurar e inferir se um elevado amor ao dinheiro poderá estar diretamente ou indiretamente relacionado com uma maior propensão para a prática de comportamentos antiéticos (PUB) em contexto laboral. Assim, o presente estudo tem como questão de investigação “Qual a relação entre a propensão para a prática de comportamentos antiéticos e o “love of money” (LOM)?”.

No que respeita à estrutura de desenvolvimento do estudo foi realizada, primeiramente, uma revisão de literatura referente aos temas em questão, analisando e comparando estudos dos autores presentes na bibliografia. De seguida é apresentada a metodologia do estudo onde são clarificados e apontados os objetivos do estudo, bem como a estratégia de investigação adotada e respetivas hipóteses de investigação. Por fim serão apresentados e discutidos os resultados obtidos no estudo bem como as respetivas conclusões, seguindo-se as limitações e contribuições do estudo bem como sugestões de futuras investigações.

2. Revisão de Literatura e Hipóteses de Investigação

2.1. Comportamentos antiéticos nas organizações

O aumento de casos de corrupção e de escândalos éticos em contexto empresarial representam, atualmente, graves consequências para as organizações bem como para os responsáveis das mesmas surgindo, naturalmente, um crescente interesse pelas questões éticas empresariais (Wang & Yang, 2016).

O estudo do comportamento ético preocupa-se essencialmente com a explicação do comportamento a nível individual que ocorre em contexto de pressupostos sociais

maiores, sendo que vários autores se focam e optam por estudar diferentes perspectivas (Trevino, Weaver, & Reynolds, 2006). Neste sentido, Trevino et al. (2006) definem comportamento ético tendo em consideração várias áreas de estudo: o estudo do comportamento ético definido como as práticas que conseguem alcançar os padrões morais mínimos; o estudo do comportamento ético como as práticas que excedem esses padrões mínimos morais, como por exemplo, a solidariedade ou a caridade; e ainda o estudo das práticas não éticas, ou seja, do comportamento antiético, como a mentira, a traição ou o roubo. Kilduff et al. (2016) referem-se, mais especificamente, ao comportamento antiético definindo-o como um comportamento que se afasta das normas geralmente aceites no que respeita a procedimentos morais.

No que diz respeito ao contexto organizacional, e de acordo com os autores Pekdemir e Turan (2015), o estudo da prática de comportamentos antiéticos pode ser realizado tendo em conta várias perspectivas e áreas de atuação tais como a ética empresarial, a psicologia organizacional e ainda a criminologia. Diversos modelos no âmbito das áreas de criminologia, desonestidade académica ou decepção referem que, ao ponderarem a prática de comportamentos antiéticos, os indivíduos realizam uma análise de custo benefício ponderando primeiramente os benefícios percebidos desse mesmo comportamento e não os custos percebidos (Kilduff et al., 2016).

Para além disso é importante compreender que os indivíduos podem revelar comportamentos antiéticos no local de trabalho com a finalidade de se beneficiarem a si próprios mas também para beneficiarem a empresa. Os primeiros podem praticar atos antiéticos para o seu próprio interesse com o objetivo de alcançarem ganhos pessoais positivos, apesar de os mesmos se afastarem dos seus padrões morais ou das normas estabelecidas pela organização, tais como ficar com o proveito do trabalho de outra pessoa ou roubar matérias e suprimentos da organização. Por outro lado o tipo de comportamentos antiéticos realizados a favor da organização pode ser designado por UPB (*unethical pro-organization behavior*) e poderão envolver comportamentos como fornecer informação falsa aos clientes para que a empresa alcance os seus objetivos ou manter em segredo práticas empresariais que poderão prejudicar os seus clientes (Lawrence & Kacmar, 2017).

De acordo com Kish-Gephart, Harrison, e Treviño (2010), a origem de comportamentos antiéticos nas organizações encontra-se associada a vários fatores distintos: as características do indivíduo, a própria questão de ética e ainda o ambiente

organizacional. No que diz respeito às características do indivíduo, é referido que as diferenças individuais respeitantes ao desenvolvimento moral cognitivo, as filosofias e idealismos morais, o maquiavelismo, a satisfação no trabalho, o locus de controlo e ainda os dados demográficos produzem efeitos nos comportamentos e decisões antiéticas dos indivíduos. Para além disso, as diferentes circunstâncias e contexto próprio onde se insere um dilema ético específico podem prevenir ou provocar a tomada de decisões antiéticas, tendo como base o princípio de que diferentes circunstâncias alteram as características da questão moral. Por fim, os autores referem, igualmente, que as escolhas antiéticas podem refletir maus ambientes organizacionais ou características do ambiente organizacional como o clima ético, a cultura ética ou ainda os códigos de conduta. Para além disso, as atitudes e comportamentos relacionados ao dinheiro poderão, igualmente, estimular intenções para a prática de comportamentos antiéticos. De acordo com Kouchaki, Smith-Crowe, Brief, e Sousa (2013), a mera exposição ao dinheiro poderá despertar intenções e comportamentos antiéticos nos indivíduos.

A prática de comportamentos éticos por parte dos colaboradores é, deste modo, constantemente procurada e incentivada por parte das organizações, tendo em vista o impulsionamento de um bom desempenho e sucesso empresarial. Por outro lado, os comportamentos considerados antiéticos representam uma grande preocupação por parte das empresas, pois estão diretamente relacionados com diversos fatores tais como a diminuição do desempenho da organização e do colaborador, perdas financeiras, perda de clientes e atribuição de uma imagem e reputação negativa da empresa (Askew, Beisler, & Keel, 2015).

Contudo é possível verificar que, de acordo com a teoria de comportamento planeado de Ajzen (1991), a intenção para a prática de comportamentos antiéticos nos indivíduos pode ser prevista através da observação de determinadas atitudes, normas e comportamentos. Assim, a avaliação de comportamentos antiéticos deve ser realizada segundo um conjunto de padrões normativos que possibilitam a deteção de possíveis comportamentos antiéticos, podendo englobar a presença de fatores como o abuso de autoridade, a mentira, ou o roubo (Galperin et al., 2011).

Neste contexto, as atitudes que poderão manifestar um elevado nível de amor ao dinheiro nos indivíduos poderão desempenhar um papel preponderante na análise e no estudo dos comportamentos antiéticos, em contexto laboral. Com base nesta premissa o presente estudo tem como objetivo explorar a possível relação entre o amor ao dinheiro e

os comportamentos antiéticos e a intenção para a prática de comportamentos antiéticos nos indivíduos.

2.2. A importância do dinheiro

Segundo a sua conceção original e tradicional, o dinheiro é considerado um objeto que possibilita a troca, surgindo como um meio facilitador da prática do comércio (Mitchell & Mickel, 1999). No entanto, e apesar de ser recorrentemente associado ao elemento utilitário e de valor de mercado, o dinheiro apresenta igualmente outros significados bastante importantes nos indivíduos, tais como significados simbólicos e significados sociais (Szelényi, 2013).

Deste modo, os significados atribuídos ao dinheiro são amplamente discutidos e analisados tendo em consideração diversas áreas de estudo, tais como uma perspetiva económica, psicológica, sociológica e ainda segundo uma perspetiva do marketing, onde são analisados os efeitos do dinheiro na mente dos consumidores no processo de tomada de decisão (Dogan & Torlak, 2014). Para além disso e, numa perspetiva económica, o dinheiro pode ser definido como um meio unicamente destinado a propósitos utilitários e apenas representa significados a nível quantitativo enquanto as perspetivas psicológicas e sociológicas atribuem explicações e representações do dinheiro muito mais emocionais e significantes para os indivíduos. (Mitchell & Mickel, 1999).

No que diz respeito ao contexto organizacional, e de acordo com os autores Gupta e Shaw (1998), o dinheiro é, igualmente, um fator altamente motivacional, incluindo significados e explicações a nível instrumental e a nível simbólico. A nível instrumental o dinheiro é um fator motivador na medida em que permite ao indivíduo obter produtos e serviços, como melhores casas ou melhores carros, por exemplo. Por outro lado, um significado simbólico refere-se ao dinheiro como atribuidor de estatuto, visibilidade e respeito, definindo a imagem que o indivíduo tem de si próprio e perante a sociedade (Gupta & Shaw, 1998). Assim, a compensação é um fator bastante importante no que diz respeito à atração de candidatos, à motivação das pessoas e em conseguir mantê-las na organização. No caso de pessoas que detenham um salário baixo a compensação é importante uma vez que permite satisfazer necessidades básicas e de segurança. Já quando se refere a colaboradores com salários mais altos e cujas funções exigem maiores e mais

responsabilidades a compensação representa um fator de prestígio e de reconhecimento. Por este motivo é natural que as organizações atribuam bastante atenção e cuidado quando definem e gerem as suas políticas de compensação pois estas terão, igualmente, bastante impacto e influência no comportamento e atitudes dos colaboradores. A prática de uma boa implementação dos sistemas salariais, por exemplo, poderá ser um contributo fundamental no que diz respeito ao aumento da produtividade. O salário é, deste modo, em conjunto com outros fatores, um elemento motivador de colaboradores (Cunha et al., 2012).

No entanto, face ao crescente nível de complexidade e de mudança do estilo de vida dos indivíduos, aliado ao aumento da dependência e necessidade de conexão às organizações, o dinheiro tem assumido significados cada vez mais relevantes no que respeita ao contexto organizacional. Para além disso acredita-se que os comportamentos e atitudes relacionados ao dinheiro possam estar associados a outros comportamentos e atitudes relativos a outras áreas de interesse da gestão (Mitchell & Mickel, 1999). De acordo com Luna-Arocas e Tang (2004), fenómenos como o *downsizing*, processos de reestruturação, delegação de responsabilidades e de poder, ou a competitividade, poderão originar uma maior tendência nos indivíduos para a prática de comportamentos antiéticos, pois existe uma maior pressão para um bom desempenho dos colaboradores, refletindo como consequência altos níveis de *stress*, mas também uma maior oportunidade de conseguir dinheiro e de consumir produtos ou serviços. Outros autores como Wang e Yang (2016) afirmam ainda que as atitudes relacionadas ao dinheiro podem igualmente revelar uma grande parte do sistema de crenças e valores dos indivíduos. No estudo realizado por Vohs et al. (2006), com o intuito de analisar as consequências do dinheiro no comportamento dos indivíduos, defende-se que o dinheiro permite ao indivíduo sentir-se mais autossuficiente, preferindo estar afastado da dependência ou de dependentes de si, sendo capaz de agir em conformidade com cada situação. Para a realização do estudo os autores realizaram várias investigações com o objetivo de confirmar esta teoria, através da ativação e estimulação do conceito do dinheiro no indivíduo. Os autores concluíram que os indivíduos que receberam esta estimulação do conceito do dinheiro demonstraram menos apetência para a solicitação de ajuda a outras pessoas e ofereceram, igualmente, menos ajuda revelando menos utilidade para com os outros, ao contrário dos indivíduos que não receberam esta estimulação ao dinheiro.

Apesar de, com base no exposto, ser possível verificar que o dinheiro é um elemento altamente influenciador do comportamento, é importante ter em consideração que pessoas diferentes percebem, valorizam e gerem o dinheiro de forma diferente sendo que o grau de importância atribuído é diferente de indivíduo para indivíduo (Mitchell & Mickel, 1999). Assim, e neste sentido, surge a importância de ser estudado o conceito de amor ao dinheiro e a forma como afeta o comportamento humano.

2.3. “Love of Money” (LOM)

Uma vez que o conceito de amor ao dinheiro é algo complexo e que detém diversos significados associados, Tang, Tang, e Homaifar (2006:478) definem-no, tendo como base diversos investigadores, como: “as atitudes dos indivíduos em torno do dinheiro”; “o significado individual do dinheiro”; “as vontades, desejos e valores do dinheiro individuais”; “não as necessidades, a ganância ou o materialismo individual”; “uma variável multidimensional de diferença individual”; “a noção combinada de diversos constructos ou fatores”. O amor ao dinheiro pode, deste modo, ser compreendido, como o grau de importância ou o valor que os indivíduos atribuem ao dinheiro bem como à quantidade de dinheiro que os mesmos procuram. A sua definição não envolve, no entanto, fatores como a ambição pelo dinheiro apenas para satisfazer necessidades básicas como comida ou habitação, mas sim a aspiração pela riqueza com o intuito de satisfazer necessidades secundárias tais como o poder ou a capacidade de influência (Fatoki, 2015).

Deste modo, o amor ao dinheiro é uma das variáveis mais desenvolvidas e sistematicamente utilizadas em relação às atitudes do indivíduo relativas ao dinheiro (N. Tang, Chen, Zhang, & Tang, 2017), sendo que essas atitudes revelam uma grande e importante parte do seu sistema de valores e crenças (Wang & Yang, 2016). Assim, o amor ao dinheiro permite, igualmente, medir os valores, as necessidades e os desejos dos indivíduos (Luna-Arocas & Tang, 2004).

Neste contexto, surge a escala “love of money” (LOM), desenvolvida tendo como base a escala “*money ethics scale*” (MES), tratando-se de um subconjunto da mesma (Tang & Liu, 2012). A mensuração e a validação destas escalas foram instituídas, citadas e publicadas em diversas culturas e línguas, como por exemplo chinês, inglês, francês, italiano, espanhol, romeno, russo, etc. (Luna-Arocas & Tang, 2004). A escala MES foi

originalmente constituída por 30 itens e 6 fatores (o bem, o mal, a realização, respeito, orçamento e liberdade), existindo ainda uma versão mais curta e igualmente validada, constituída por 12 itens e 3 fatores (sucesso, orçamento e o mal) (Mitchell & Mickel, 1999). No entanto, e com o objetivo de tornar esta escala mais utilitária e fácil de utilizar, Tang e a sua equipa desenvolveram e investigaram a escala LOM baseando-se, para tal, em fatores já existentes da escala MES (Luna-Arocas & Tang, 2004).

Assim, Luna-Arocas e Tang (2004) desenvolveram um estudo, implementado numa amostra composta por professores universitários, nos Estados Unidos e Espanha, com o objetivo de compreender em que medida diferentes perfis e formas de ver o dinheiro influenciam as atitudes e os comportamentos em contexto organizacional, bem como o nível de satisfação dos indivíduos. O estudo de Luna-Arocas e Tang (2004) foi desenvolvido tendo como base a escala LOM, composta por 5 fatores: O fator “Orçamento” (*budget*) que tem como objetivo compreender de que forma os indivíduos utilizam o seu dinheiro, e se o usam de forma cuidadosa ou não; o fator “Maléfico” (*evil*) com o intuito de avaliar em que medida o dinheiro é considerado a origem de toda a maldade, e poderá conduzir os indivíduos à prática de comportamentos antiéticos; o fator “Equidade” (*equity*) que se encontra diretamente relacionado com a perceção de equidade interna numa organização e equidade individual; o fator “Sucesso” (*success*), que pretende perceber em que medida o dinheiro e os rendimentos obtidos são considerados um sinal do sucesso; e ainda o fator “Motivador” (*motivator*) baseado na noção de que o dinheiro é um elemento motivador dos indivíduos, tendo como intuito compreender se o indivíduo está disposto a trabalhar arduamente pelo seu dinheiro. O estudo revelou que o dinheiro não proporciona o mesmo nível de motivação em todos os perfis analisados (Luna-Arocas & Tang, 2004).

2.4. “Love of Money” e os comportamentos antiéticos nas organizações

Tendo em consideração a importância das temáticas abordadas anteriormente e o seu impacto significativo nas organizações e nos comportamentos e atitudes dos colaboradores surgem, naturalmente, diversos estudos que procuram relacionar as

questões relacionadas ao dinheiro e o amor ao dinheiro nos indivíduos com as questões éticas e práticas de comportamentos antiéticos dos mesmos.

O estudo realizado por Tang e Chen (2008) teve como objetivo investigar a eficácia da implementação de formação em ética em contexto empresarial, através do desenvolvimento e avaliação de um modelo teórico relativo à relação direta ou indireta do “love of money” na probabilidade de existência de comportamentos antiéticos. Nesse sentido, o estudo foi realizado através da seleção de dois grupos de estudantes universitários, pertencentes à universidade *School of Business*, EUA: um grupo na área de negócios e outro grupo na área de psicologia como grupos experimentais usando, igualmente, como moderadora do estudo, a variável género dos participantes. O objetivo seria a implementação de intervenção ética, através do estudo e realização de inquéritos no grupo de estudantes de negócios e definir o grupo de estudantes de psicologia como grupo moderador, ou seja, sem receber qualquer tipo de intervenção. Os resultados do estudo demonstraram que, ao contrário do grupo de alunos da área de psicologia, os alunos da área de negócios, que receberam a intervenção ética, revelaram mudanças relativamente às suas concepções de comportamento antiético, revelando menos tendência para o desenvolvimento de comportamentos relacionados ao roubo. No entanto o estudo detém algumas limitações, uma vez que os dados foram recolhidos em dois períodos de tempo distintos, o que poderá não fornecer uma relação clara entre as variáveis. Para além disso trata-se de uma amostra relativamente pequena, composta por 298 estudantes, que poderá não representar da melhor forma a população de todas as universidades e áreas de atuação. Os autores sugerem como futuros estudos diversos exemplos, como por exemplo, o desenvolvimento de estratégias que possibilitem uma melhoria das crenças éticas, atitudes e comportamentos dos estudantes (Tang & Chen, 2008). Assim, de acordo com o estudo, e apesar das limitações existentes, a implementação de formação em ética em contexto empresarial poderá representar nos indivíduos mudanças no que respeita às suas intenções para a prática de comportamentos antiéticos.

Um outro estudo, conduzido por Tang e Liu (2012), implementou uma pesquisa com o intuito de analisar em que medida uma perceção de autenticidade no que diz respeito à integridade pessoal e carácter por parte de supervisores poderá influenciar a relação entre a variável “love of money” e a tendência para o desenvolvimento de comportamentos antiéticos. O estudo foi implementado numa amostra constituída por 266 trabalhadores em regime *part-time* que, em simultâneo, são estudantes em áreas

empresariais numa turma da universidade “*College of Business*”, EUA. Os resultados do estudo demonstraram que altos níveis de percepção de integridade e de caráter pessoal de supervisores estão diretamente relacionados a altos níveis de autoestima e a uma elevada orientação para a associação de importância ao dinheiro (“love of money”) mas, no entanto, a baixos níveis de intenção para a prática de comportamentos antiéticos. Por outro lado, a variável associada à prática de comportamentos antiéticos revelou uma alta correlação com altos níveis de maquiavelismo, baixa autoestima e baixos níveis de religiosidade. O maquiavelismo pode ser definido como um tipo específico de personalidade desprovida de virtudes tradicionais como a confiança, a honra ou a decência (Tang & Chen, 2008, como referido em Christie and Geis, 1970). As limitações do estudo prendem-se com o fato da impossibilidade de generalização de resultados para outro tipo de alunos, em diferentes instituições, regiões, ou regimes laborais. Para além disso, e tendo em conta que os dados foram recolhidos num período temporal de apenas um semestre, e apenas numa instituição, não é possível confirmar a existência de uma clara relação de causa-efeito entre as variáveis. Além disso foi apenas estudado a variável da intenção de comportamento antiético e não propriamente os comportamentos antiéticos. Os autores sugerem estudos futuros tais como a análise a estudantes e empresários de diferentes instituições, regiões e culturas, transpondo o modelo teórico presente neste estudo para outros contextos (Tang & Liu, 2012). Apesar das limitações existentes, o estudo demonstra que a percepção de integridade e de caráter pessoal por parte de supervisores poderá influenciar os colaboradores, e representar baixos níveis de intenção para a prática de comportamentos antiéticos.

Outro estudo, elaborado por Tang e Chiu (2003) teve como intuito a elaboração de um modelo relacionando as variáveis rendimentos, “love of money”, satisfação de pagamento, comprometimento organizacional, mudanças de trabalho, e ainda comportamentos antiéticos na organização. Neste sentido, o estudo foi implementado tendo em conta uma amostra de 211 trabalhadores chineses em regime *full-time*, que trabalham ou vivem na cidade de Hong-Kong, China. Os resultados revelam que a variável “love of money” encontra-se relacionada à prática de comportamentos antiéticos nas organizações. No entanto a variável respeitante a rendimentos (*income*) não demonstrou qualquer relação com a prática de comportamentos antiéticos, o que sugere uma distinção entre o dinheiro, de forma concreta (como forma de rendimento) e a afeição ao dinheiro por parte das pessoas. Relativamente às limitações do estudo, os autores

apontam que a amostra utilizada neste estudo não poderá representar uma generalização de toda a população de Hong-Kong. Para além disso, trata-se de uma amostra relativamente pequena, e os dados foram recolhidos tendo em conta apenas um determinado período, o que significa que os resultados não poderão proporcionar a existência de relações claras e de causa-efeito entre as variáveis. Tal como o estudo anterior, apenas foi avaliada a variável de intenção de comportamentos antiéticos. (Tang & Chiu, 2003). Assim o estudo revela uma distinção entre o dinheiro segundo uma perspetiva de rendimento ou pagamento e o dinheiro tendo em conta uma perspetiva de ambição e de amor ao dinheiro, o que poderá sugerir que o elemento dinheiro não provoca intenções não éticas mas sim o amor e ambição pelo dinheiro por parte dos indivíduos.

O estudo elaborado por Pekdemir e Turan (2015) teve como objetivo explorar os comportamentos dos indivíduos que poderão estar associados ao dinheiro e ao “love of money” explorando, não só os aspetos agradáveis relacionados ao dinheiro, mas também explorando os aspetos negativos e prejudiciais do mesmo. Neste sentido o estudo analisou a relação entre a variável “love of money” e a presença de maquiavelismo e comportamentos antiéticos nos indivíduos, tendo em consideração uma amostra de 360 estudantes de diversas áreas de formação e com diferentes níveis de experiência laboral e através da distribuição de questionários. O estudo revelou que a variável maquiavelismo atua como uma variável mediadora entre as variáveis “love of money” e os comportamentos antiéticos nos indivíduos. Para além disso foi possível concluir que os indivíduos com uma maior afeição ao dinheiro demonstram uma maior tendência para a prática de comportamentos antiéticos. Deste modo os autores realçam a importância do papel da educação, sugerindo o desenvolvimento e inclusão de formação ética nos programas universitários (Pekdemir & Turan, 2015).

Um estudo realizado por Singhapakdi, Vitell, Lee, Nisius, e Yu (2013) teve como intuito analisar um possível impacto do “love of money” bem como da religiosidade e do julgamento ético no processo de tomada de decisões éticas por parte de gestores na área do marketing. Neste sentido, foi utilizada uma base de dados *online* composta por responsáveis na área do marketing. O questionário foi distribuído a uma amostra aleatória de 2500 profissionais das áreas de negócios, nos EUA, obtida através de uma lista nacional, fornecida comercialmente, alcançando um total de 205 respostas. O questionário teria como objetivo apresentar aos participantes um cenário relativo a uma situação ética solicitando uma resposta baseada nos seus julgamentos e intenções éticas

relativas à situação. Foi ainda apresentada aos participantes uma escala que pretendia medir os níveis de “*love of money*” e de religiosidade. O estudo revelou que o amor ao dinheiro representa um impacto significativo no que diz respeito às intenções éticas, na área do marketing, sendo possível verificar que os responsáveis de marketing que apresentam maiores níveis de amor ao dinheiro revelam um menor nível de ética nas suas intenções. No entanto, são referidas algumas limitações subjacentes ao estudo tais como o fato de o tamanho da amostra ser relativamente pequena, e ainda o fato de apenas ser apresentado um cenário de situação ética aos participantes. No que diz respeito a estudos futuros o estudo sugere, para além da inclusão de diferentes situações e cenários, a inclusão de outros fatores situacionais como variáveis moderadoras da relação entre a religiosidade e o processo de decisão ética.

Assim, com base nestes estudos já realizados bem como na literatura já exposta anteriormente, é possível concluir que o fator dinheiro assume um papel bastante importante e determinante no que diz respeito à motivação de colaboradores de uma organização, sendo que o grau de importância atribuído poderá ser diferente para de indivíduo para indivíduo (Mitchell & Mickel, 1999). De acordo com Tang (2016), indivíduos que apresentam elevados níveis de amor ao dinheiro atribuem uma grande importância e valor ao dinheiro e consideram-no um elemento altamente motivador. É igualmente possível verificar que o fator dinheiro desempenha um papel bastante importante e com grande impacto no que diz respeito ao comportamento humano e os seus respetivos efeitos (Vohs et al., 2006). Tendo em conta as consequências bastante destrutivas e dispendiosas que os comportamentos antiéticos podem originar em indivíduos, organizações e na sociedade em geral, a questão do porquê e quando os indivíduos optam pela prática destes comportamentos é de importante interesse tanto para académicos como profissionais (Kilduff et al., 2016).

Neste sentido a análise da importância dada pelos indivíduos ao dinheiro torna-se uma questão de bastante interesse para as organizações existindo, como já supra referido, diversos estudos que procuram explicar o impacto e os efeitos que o dinheiro tem no comportamento e nas atitudes dos colaboradores, bem como no seu desempenho e na sua eficácia dentro de uma organização (Chiu, Tang, & Luk, 2001).

Assim, e com base no exposto, apresenta-se de seguida a primeira hipótese do estudo:

Hipótese 1: Existe relação entre o amor ao dinheiro e a propensão para a prática de comportamentos antiéticos (variáveis de controlo género e idade dos indivíduos).

2.4.1. Fator Orçamento:

A falta de satisfação pelo trabalho ou pela qualidade de vida apresenta diversas consequências negativas sendo que a sua combinação com a presença de amor ao dinheiro poderá fazer com que os indivíduos caiam em tentação e desenvolvam comportamentos desviantes e menos agradáveis nas organizações, como os comportamentos antiéticos (Tang, 2007). Por outro lado, os indivíduos que orçamentam o seu dinheiro com cuidado têm altos níveis de satisfação com a sua vida e com o seu rendimento (Lemrová, Reiterová, Fatěnová, Lemr, & Tang, 2014).

Em diversas sociedades materialísticas, os indivíduos com boas capacidades de orçamentação de dinheiro e aspirações de realização tendem a tornar-se mais cuidadosos e a administrarem o seu dinheiro de forma mais ética (Lemrová et al., 2014). Além disso, indivíduos com altos níveis de ética no trabalho tendem a trabalhar mais arduamente, acreditam que o dinheiro é algo bom e que representa a realização, e orçamentam o seu dinheiro mais cuidadosamente (Luna-Arocas & Tang, 2004).

É possível, assim, verificar a existência de uma relação entre o orçamento e os comportamentos antiéticos, apresentando-se de seguida a primeira hipótese do estudo:

Hipótese 2: O fator orçamento encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

2.4.2. Fator Maléfico

O fator “Maldade” caracteriza-se pela ideia de que o dinheiro é a raiz da maldade, o que significa que indivíduos com altos valores neste fator consideram o dinheiro maléfico e prejudicial. Existem diversos estudos que procuram relacionar esta ideia do dinheiro visto como algo maléfico com comportamentos mais ou menos éticos.

De acordo com Tang, (2010) o dinheiro pode ser percecionado como uma ferramenta mas também como algo maléfico, utilizando a definição de droga como

elemento comparativo, uma vez que as pessoas ambicionam mais dinheiro, apresentam maiores consumos e adquirem mais e melhores produtos ou serviços com o intuito de manterem o mesmo nível monetário. Deste modo ao tornar-se uma droga o dinheiro torna-se em algo disfuncional, altamente viciante e motivador o que por sua vez poderá originar graves consequências e altos níveis de comportamentos antiéticos (Tang, 2010). Para além disso, e de acordo com Tang e Liu (2012) os indivíduos com altos níveis de ética laboral protestante tendem a considerar o dinheiro maléfico e poderoso. Deste modo os indivíduos que consideram o dinheiro como a raiz de toda a maldade percebem o mesmo como algo negativo e destrutivo. Pelo contrário indivíduos que associam ao dinheiro sentimentos positivos poderão ser mais vulneráveis à prática de comportamentos antiéticos (Luna-Arocas & Tang, 2004).

Assim, e partindo do princípio que os indivíduos que consideram o dinheiro maléfico apresentam menos comportamentos antiéticos, é proposta a seguinte hipótese:

Hipótese 3: O fator maléfico encontra-se negativamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

2.4.3. Fator Equidade

O fator “Equidade” não é absoluto na sua definição, isto porque a sua compreensão pressupõe indubitavelmente a comparação com algo específico, ou seja, a justiça de algo pode ser interpretada de diversas formas (Thomas Li-Ping Tang, Luna-Arocas, & Sutarso, 2005).

Contudo diversos autores baseiam-se nas teorias da equidade para analisarem e preverem comportamentos antiéticos. Por exemplo, Trevino, Weaver, e Reynolds, (2006) referem que o fator “Equidade” pode ser bastante adequado para explicar o roubo como resposta direta a cortes salariais. Para além disso e segundo Langevin e Mendoza (2013) quando os gestores associam os sistemas de controlo de gestão como um sistema injusto tendem a ser propensos à prática de comportamentos antiéticos nas organizações.

Deste modo, e de um ponto de vista da justiça, as injustiça percebida poderá originar percepções negativas relativamente à organização que, por sua vez, poderão levar à prática de comportamentos contra produtivos que poderão prejudicar gravemente a organização (Cohen-Charash & Spector, 2001).

Assim, é possível afirmar que poderá existir uma relação entre a percepção de justiça e equidade com a observação de determinados comportamentos, tais como os comportamentos antiéticos, surgindo a quarta hipótese do estudo:

Hipótese 4: O fator equidade encontra-se negativamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

2.4.4. Fator Sucesso

Tal como referido anteriormente o fator “Sucesso” permite compreender em que medida o dinheiro é considerado um símbolo do sucesso e que o dinheiro é uma ferramenta que permite medir o nível de sucesso. No entanto é importante compreender se esta percepção de sucesso através do nível de dinheiro poderá estar relacionada com outros comportamentos. De acordo com o estudo de Wong (2008) os indivíduos que percecionam o dinheiro como um objeto de interesse e que consideram o mesmo um símbolo do seu sucesso encontram-se mais propensos em envolverem-se em cenários antiéticos, sendo que os indivíduos que não consideram o dinheiro objeto de interesse apresentam maiores atitudes éticas.

Para além disso o crescimento de fenómenos como a competitividade entre organizações e o desejo dos indivíduos de serem reconhecidos e terem sucesso através de qualquer meio poderá implicar a prática de diversos comportamentos negativos em contexto empresarial (Cichorzewska, Walczewski, & Zińczuk, 2013).

Assim, e partindo do pressuposto de que o dinheiro percecionado como símbolo do sucesso poderá estar relacionado com comportamentos antiéticos, surge a seguinte hipótese:

Hipótese 5: O fator sucesso encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

2.4.5. Fator Motivador

Os métodos motivacionais existentes atualmente devem ser desenvolvidos tendo em consideração o contexto real envolvente e a noção de que inevitavelmente a maioria

dos indivíduos são motivados pelo dinheiro (Gupta & Shaw, 1998), sendo que o mesmo se encontra relacionado com fatores motivacionais intrínsecos e extrínsecos (Luna-Arocas & Tang, 2004).

No entanto, e ao desenvolver estratégias motivacionais que implementem o dinheiro, é igualmente necessário ter em atenção que o mesmo poderá originar consequências graves, tais como o vício e dependência pelo trabalho (*workaholism*), ou os comportamentos antiéticos (Fatoki, 2015). Para além disso, através do fator “Motivador” é possível prever a percentagem de comportamentos fraudulentos (J. Chen, Tang, & Tang, 2014).

Neste sentido, torna-se interessante compreender em que medida o sentimento de que o dinheiro é um motivador poderá levar ao desenvolvimento de comportamentos antiéticos surgindo, deste modo, a sexta hipótese do estudo:

Hipótese 6: O fator motivador encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

3. Metodologia

3.1. Questão de investigação e objetivos do estudo

Tal como mencionado anteriormente e, atendendo à revisão de literatura apresentada, a questão de investigação do presente estudo será “Qual a relação entre a propensão para a prática de comportamentos antiéticos e o “love of money”. Desta forma o presente estudo tem como objetivo analisar de que forma a presença de “love of money” nos indivíduos, apresentada como variável independente, pode estar diretamente ou indiretamente relacionada com uma propensão para a prática de comportamentos antiéticos nas organizações (variável dependente), respeitante a indivíduos portugueses. Pretende-se, igualmente, compreender de que forma as variáveis em estudo se encontram relacionadas com os dados demográficos da amostra em questão. Para além disso, e tendo em consideração diversos estudos já desenvolvidos por diversos autores, o estudo analisa as variáveis idade (Pekdemir & Turan, 2015) e género (Tang & Chen, 2008; Lemrová et

al., 2014) dos indivíduos pertencentes à amostra, como variáveis de controlo da relação LOM e PUB.

3.2. Amostra

Com vista ao alcance dos objetivos de estudo, mencionados anteriormente, considera-se como método de implementação mais eficaz a distribuição de questionários numa amostra constituída por indivíduos portugueses, sendo que a recolha de dados foi realizada no período correspondente a cerca de um mês, durante o mês de fevereiro de 2017. A amostra é constituída por 297 indivíduos, de ambos os géneros, sendo 55,2% (n=164) do género feminino e 44,8% (n=133) do género masculino, como se pode verificar na tabela seguinte:

Tabela 1- Género dos indivíduos

| | Frequência | Percentagem |
|-----------------|-------------------|--------------------|
| Válido Feminino | 164 | 55,2 |
| Masculino | 133 | 44,8 |
| Total | 297 | 100,0 |

No que diz respeito à idade dos indivíduos, e de acordo com a tabela 2, uma grande parte da amostra situa-se no escalão etário entre os 18 e 30 anos de idade correspondente a um total de 60,9% (n=181), sendo que apenas 1% (n=3) dos indivíduos tem 61 anos ou mais:

Tabela 2- Idade dos indivíduos

| | Frequência | Percentagem |
|-------------------|-------------------|--------------------|
| Válido De 18 a 30 | 181 | 60,9 |
| De 31 a 40 | 56 | 18,9 |
| De 41 a 50 | 45 | 15,2 |
| De 51 a 60 | 12 | 4,0 |
| 61 ou mais | 3 | 1,0 |
| Total | 297 | 100,0 |

No que respeita ao estado civil dos indivíduos, a grande maioria é solteiro num total de 70,4% (n=209), seguindo-se a categoria casado(a) com um total de 23,2% (n=69) da amostra. Para além disso, 6,1% (n=18) da amostra encontra-se divorciada e apenas 0,3% (n=1) viúvo:

Tabela 3- Estado civil dos indivíduos

| | | Frequência | Percentagem |
|--------|---------------|-------------------|--------------------|
| Válido | Solteiro(a) | 209 | 70,4 |
| | Casado(a) | 69 | 23,2 |
| | Divorciado(a) | 18 | 6,1 |
| | Viúvo(a) | 1 | 0,3 |
| | Total | 297 | 100,0 |

As habilitações literárias dos indivíduos correspondem, na sua maioria, aos graus de licenciatura e de ensino secundário com um total de 41,4% (n=123) e 38,4% (n=114), respetivamente. De seguida registam-se os graus de mestrado com um total de 12,8% (n=38), ensino básico com 4,7% (n=14) e o grau de doutoramento com um total de apenas 2,7% (n=8) da amostra:

Tabela 4 - Habilitações literárias dos indivíduos

| | | Frequência | Percentagem |
|--------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Válido | Ensino básico | 14 | 4,7 |
| | Ensino secundário | 114 | 38,4 |
| | Licenciatura | 123 | 41,4 |
| | Mestrado | 38 | 12,8 |
| | Doutoramento | 8 | 2,7 |
| | Total | 297 | 100,0 |

A situação profissional dos indivíduos situa-se, na sua grande maioria, como trabalhador por conta de outrem num total de 49,5% (n=147) da amostra, sendo que os trabalhadores por conta própria representam um total de 5,4% (n=16). A amostra relativa aos estudantes representa um total de 25,9% (n=77) e um total de 16,5% (n=49) de

trabalhadores-estudantes. A amostra é igualmente constituída por um total de 2,7% (n=8) desempregados:

Tabela 5- Situação profissional dos indivíduos

| | | Frequência | Percentagem |
|--------|---------------------------------|-------------------|--------------------|
| Válido | Trabalhador por conta de outrem | 147 | 49,5 |
| | Trabalhador por conta própria | 16 | 5,4 |
| | Trabalhador-estudante | 49 | 16,5 |
| | Estudante | 77 | 25,9 |
| | Desempregado | 8 | 2,7 |
| | Total | 297 | 100,0 |

Relativamente à área de formação dos inquiridos foi verificado uma maioria de 32% (n=95) na área da gestão e 6,4% (n=19) na área de contabilidade, seguindo-se áreas como a saúde e engenharia com 6,1% (n=18) e 5,7% (n=17) de indivíduos, respetivamente.

No que respeita à área profissional dos indivíduos, 20,5 % (n=61) da amostra situa-se na área de gestão, seguindo-se a área do marketing com 5,4% (n=16) da amostra.

Relativamente à experiência profissional, a grande maioria dos indivíduos tem menos de 1 ano de experiência ou entre 1 e 5 anos, num total de 33,3% (n=99) e 30% (n=89), respetivamente, sendo que apenas 14,5% (n=43) da amostra situa-se entre os 6 e os 10 anos de experiência. Por outro lado, um total de 22,2% (n=66) da amostra detém mais de 11 anos de experiência laboral:

Tabela 6- Experiência profissional dos indivíduos

| | | Frequência | Percentagem |
|--------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Válido | Menos de 1 ano | 99 | 33,3 |
| | Entre 1 e 5 anos | 89 | 30,0 |
| | Entre 6 e 10 anos | 43 | 14,5 |
| | Mais de 11 anos | 66 | 22,2 |
| | Total | 297 | 100,0 |

Por fim, no que diz respeito à média dos gastos anuais do agregado familiar, grande parte da amostra tem gastos anuais entre os 6,000 euros e os 10,000 euros num total de 41,1% (n=122) e apenas 7,7% (n=23) com mais de 21,000 euros anuais. Para além disso, e uma vez que se trata de uma questão de resposta opcional, foi igualmente registado um total de 2,7 % (n=8) da amostra sem resposta.

Tabela 7- Média de gastos anuais do agregado familiar dos indivíduos

| | | Frequência | Percentagem |
|--------|-----------------------------------|-------------------|--------------------|
| Válido | Até 5.000 euros | 45 | 15,2 |
| | Entre 6.000 euros e 10.000 euros | 122 | 41,1 |
| | Entre 11.000 euros e 15.000 euros | 66 | 22,2 |
| | Entre 16.000 euros e 20.000 euros | 33 | 11,1 |
| | Mais de 21.000 euros | 23 | 7,7 |
| | Casos omissos | 8 | 2,7 |
| | Total | 297 | 100,0 |

3.3. Instrumentos e métodos de recolha de dados

Tal como outros estudos, a saber, o de Tang e Chiu (2003), ou o de Luna-Arocas e Tang (2004) o presente estudo foi implementado tendo em conta o critério de obtenção de dados primários, através de uma amostra não aleatória por conveniência. De todas as técnicas de amostragem, a amostra por conveniência é considerada a técnica menos dispendiosa e igualmente a técnica que consome menos tempo, uma vez que as unidades de amostragem são acessíveis, de fácil medição e cooperativas (Malhotra & Birks, 2007).

Para a realização do estudo e recolha de dados foi utilizado um questionário, através da aplicação *Google Forms* e distribuído através da utilização de redes sociais e divulgação através de correio eletrónico de uma organização de ensino superior portuguesa (anexo 1).

Neste sentido, e tendo em conta as variáveis em questão, “love of money” e comportamentos antiéticos, serão implementadas duas escalas distintas já existentes e validadas. Assim, no que diz respeito à variável “love of money” será utilizada a escala

LOM (*Love of Money Scale*) de Luna-Arocas e Tang (2004) constituída por 15 itens. Cada participante avalia a sua concordância com cada item numa escala de 5 níveis distintos (discordo totalmente a concordo totalmente) e constituída por 5 fatores: Orçamento, Maléfico, Equidade, Sucesso e Motivador. Deste modo foram apresentados os seguintes itens aos participantes:

Fator 1 (Orçamento):

1. Eu orçamento o meu dinheiro muito bem.
2. Eu uso o meu dinheiro muito cuidadosamente.
3. Eu pago as minhas contas imediatamente de forma a evitar juros ou multas.
4. Eu faço planeamento financeiro para o futuro.

Fator 2 (Maléfico):

5. O dinheiro corrompe as normas éticas e padrões de conduta.
6. As pessoas praticam atos antiéticos para maximizar os seus ganhos monetários.
7. O dinheiro é maléfico.
8. O amor pelo dinheiro é a raiz da maldade.

Fator 3 (Equidade):

9. As pessoas que desempenham o mesmo trabalho devem ser pagas igualmente (igualdade).
10. As pessoas que desempenham o mesmo trabalho devem ser pagas baseando-se no mérito (equidade).
11. Um trabalho de nível inferior, com pouca responsabilidade, deve ser pago inferiormente.

Fator 4 (Sucesso):

12. O dinheiro é um símbolo do sucesso.
13. O dinheiro representa o que cada um alcança.

Fator 5 (Motivador):

14. O dinheiro é um motivador.
15. Eu estou motivado para trabalhar arduamente pelo dinheiro.

Relativamente à variável comportamentos antiéticos será utilizada a escala PUB (*propensity to engage in unethical behavior scale*) de Tang e Chen (2008), igualmente constituída por 15 itens. Trata-se de uma escala onde as respostas são baseadas em estimativas próprias, ou seja, de auto previsão. Assim sendo o objetivo será compreender

qual a probabilidade do indivíduo apresentar o comportamento descrito em cada alínea, numa escala de 5 níveis (muito baixa probabilidade a muito alta probabilidade), e constituída por 5 fatores distintos: fator abuso de recursos, fator não denúncia, fator roubo, fator corrupção e fator decepção:

Fator abuso de recursos:

1. Uso de material de escritório (papel e caneta), máquina fotocopadora e selos para uso pessoal.
2. Realizar chamadas pessoais (telemóvel) de longa distância no trabalho.
3. Usar o tempo de trabalho para navegar na internet, jogar jogos de computador e socialização.

Fator não denúncia:

4. Não tomar nenhuma ação contra furtos em loja por parte dos clientes.
5. Não tomar nenhuma ação contra empregados que roubam dinheiro/mercadoria.
6. Não tomar nenhuma ação contra cobranças fraudulentas realizadas pela empresa.

Fator roubo:

7. Tirar emprestado 20 euros de uma caixa registadora durante a noite sem pedir autorização.
8. Levar mercadoria e/ou dinheiro para casa.
9. Entregar mercadoria a amigos pessoais (sem custos).

Fator corrupção:

10. Abusar de contas de despesas da empresa e falsificar registos de contabilidade.
11. Receber presentes, dinheiro e empréstimos (suborno) de outras pessoas devido ao seu cargo e poder.
12. Demitir 500 empregados para salvar o dinheiro da empresa e aumentar prémios pessoais.

Fator engano:

13. Cobrar em excesso a clientes para aumentar vendas e ganhar prémios mais altos.
14. Oferecer aos clientes “descontos” para mais tarde, secretamente, cobrar-lhes mais dinheiro (publicidade enganosa).
15. Ganhar mais dinheiro através de, deliberadamente, não informar os clientes acerca dos seus benefícios.

A escala PUB encontra-se presente em diversos estudos e igualmente validade em diferentes tipos de amostra e países, como por exemplo EUA (Tang & Chen, 2008), Macedónia (Sardzoska & Tang, 2015) ou Hong Kong (Tang & Chiu, 2003).

Relativamente à caracterização da amostra, o questionário inclui igualmente questões sobre dados demográficos dos indivíduos tais como o género, a idade, o estado civil, habilitações literárias, área de formação, situação profissional, área profissional, experiência profissional e ainda a média de gastos anuais no agregado familiar. Todas as questões têm obrigatoriedade de resposta, exceto a média de gastos anuais no agregado familiar, por se considerar uma questão suscetível à sensibilidade por parte do inquirido.

3.4. Tratamento estatístico

Após o processo de recolha de dados realizado através da distribuição de questionário procedeu-se à análise e tratamento de dados utilizando, para o efeito, o programa informático *IBM SPSS statistics 23*.

Assim, foram introduzidos no programa informático, primeiramente, os dados correspondentes aos resultados dos questionários e, de seguida, procedeu-se à classificação das variáveis existentes consoante as características e qualidades das mesmas, bem como a recodificação das mesmas, tendo como objetivo o posterior tratamento dos dados. De seguida e com o intuito de analisar a qualidade das escalas subjacentes ao estudo foi realizado o aperfeiçoamento das mesmas.

3.4.1. Aperfeiçoamento das escalas

3.4.1.1. Correlação item-total corrigida

No sentido de avaliar a confiabilidade das escalas foram realizadas análises às escalas LOM e PUB, bem como aos fatores respeitantes às mesmas.

Assim, os itens que apresentaram uma correlação com os outros itens inferior a 0,25, e que a sua exclusão representaria um aumento significativo do valor de Alfa de Cronbach foram retirados do estudo, uma vez que poderiam afetar as análises posteriores.

Desta forma, no que respeita à escala LOM foi eliminado primeiramente o item 9 “As pessoas que desempenham o mesmo trabalho devem ser pagas igualmente (igualdade)”. No entanto, e uma vez que o fator “Equidade” a que corresponde o item eliminado permaneceria apenas com dois itens, ambos com valor de correlação de item total corrigida abaixo de 0,25, em análise por fator, o que faria com que o fator detenha um Alfa de Cronbach bastante baixo, de apenas 0,318, optou-se pela exclusão do fator “Equidade” para a continuação do estudo. Assim, a escala LOM passa a deter 12 itens e 4 fatores na sua totalidade.

No que respeita à escala PUB nenhum item foi excluído uma vez que as correlações de item total corrigida apresentaram valores entre 0,391 e 0,696, todos acima de 0,25, não existindo qualquer alteração.

3.4.1.2. Análise Fatorial e Consistência interna (Alfa de Cronbach)

A análise fatorial é uma técnica de análise exploratória que, através da análise de um conjunto de variáveis que se encontram interrelacionadas, permite construir uma escala de medida para fatores que, de forma mais ou menos explícita, controlam e explicam as variáveis originais. Ou seja, através da observação de uma característica em comum entre as variáveis originais, é realizada a estimativa de um ou mais fatores comuns, bem como as relações estruturais que unem os fatores (latentes) às variáveis. (Maroco, 2003). Assim, através da procura dos fatores latentes existentes, é possível uma redução dos dados iniciais simplificando, deste modo, a análise de dados e resultados (Martinez e Ferreira, 2008).

Para tal deverá ser tido em consideração a avaliação da qualidade das correlações entre as variáveis originais, ou seja, averiguar se as mesmas são suficientemente elevadas para que a análise fatorial tenha utilidade na estimação de fatores comuns. Assim, foi utilizada a medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), interpretada através da seguinte tabela de avaliação segundo Maroco (2003):

Tabela 8- Valores de referência para o teste de KMO

| Valor de KMO | Recomendação relativamente à AF |
|--------------|---------------------------------|
|]0.9 – 1.0] | Excelente |
|]0.8 – 0.9] | Boa |
|]0.7 – 0.8] | Média |
|]0.6 – 0.7] | Medíocre |
|]0.5 – 0.6] | Mau mas ainda aceitável |
| ≤ 0.50 | Inaceitável |

Para além disso foi igualmente tido em consideração o teste de esfericidade de Bartlett uma vez que este permite verificar se a matriz de correlações é uma matriz de identidade, sendo que o seu nível de significância deverá sempre ser inferior a 0,05, para que se possa comprovar a existência de correlação entre as variáveis (Martinez e Ferreira, 2008).

Assim, no que respeita, primeiramente, à escala LOM foi implementada uma análise respeitante aos 12 itens restantes da escala através do método de componentes principais utilizando, para o efeito, uma rotação ortogonal (varimax). Ao observar os dados obtidos numa primeira análise torna-se importante apurar quais as variáveis fundamentais para o estudo e as variáveis que poderão não ser úteis para posteriores análises mais profundas. As variáveis a ser mantidas deverão apresentar correlações lineares entre si, valores de matriz anti-imagem elevados bem como valores (*loadings*) elevados na matriz de componentes antes da rotação e nas comunalidades (h^2) (Pestana & Gageiro, 2014).

A tabela das comunalidades permite verificar quais as variáveis mais influenciadas pelos fatores extraídos, representando a fidelidade do valor da variável. Assim as variáveis que apresentem valores baixos deverão ser eliminadas pois contribuem muito pouco para a formação dos fatores (Martinez & Ferreira, 2008). Ao observar a tabela de comunalidades obtida foram verificados itens com valores inferiores a 0,5, sendo eles o item 3 “Eu pago as minhas contas imediatamente de forma a evitar juros ou multas”, o item 6 “As pessoas praticam atos antiéticos para maximizar os seus ganhos monetários”, e o item 5 “O dinheiro corrompe as normas éticas e padrões de conduta”, sendo excluídos da análise.

No que respeita às medidas de adequação amostral (MAS) foram obtidos valores satisfatórios para cada variável na matriz anti-imagem. O valor obtido respeitante à medida de KMO foi de 0,618 verificando-se, deste modo, uma adequação da amostra para análise fatorial. Para além disso, o teste de esfericidade de Bartlett deteve um valor de 0,000, o que significa a existência de correlação entre os itens suficientes para a adequação do modelo de análise fatorial.

De acordo com Pereira & Patrício (2016), existem vários critérios que podem ser usados para determinar o número de componentes a incluir. Para este estudo, optou-se por incluir as componentes suficientes para explicar uma percentagem aceitável da variância. Existem bastantes divergências relativamente ao valor de limiar aceitável, mas este nunca deverá ser inferior a 60% (Pereira & Patrício, 2016). Assim, e de acordo com a tabela 9, foi apresentada uma solução com 4 componentes principais que explicam 76,610% da variância total, sendo o número de componentes mantido na análise final.

Tabela 9- Resultados da Análise Fatorial da escala LOM

| Itens da escala LOM | h^2 | Orçamento | Sucesso | Motivador | Maléfico |
|---|-------------------------|------------------|----------------|------------------|-----------------|
| 1.Eu orçamento o meu dinheiro muito bem. | 0,735 | 0,843 | | | |
| 2.Eu uso o meu dinheiro muito cuidadosamente. | 0,735 | 0,851 | | | |
| 3.Eu faço planeamento financeiro para o futuro. | 0,621 | 0,782 | | | |
| 7.O dinheiro é maléfico. | 0,782 | | | | 0,874 |
| 8.O amor pelo dinheiro é a raiz da maldade | 0,802 | | | | 0,893 |
| 12.O dinheiro é um símbolo do sucesso. | 0,784 | | 0,849 | | |
| 13.O dinheiro representa o que cada um alcança. | 0,834 | | 0,907 | | |
| 14.O dinheiro é um motivador. | 0,796 | | | 0,857 | |

| | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|
| 15.Eu estou motivado para trabalhar arduamente pelo dinheiro. | 0,806 | | 0,867 | |
| Variância total explicada | 23,261% | 18,052% | 17,751% | 17,546% |

No que respeita à escala PUB foi igualmente implementada uma análise de componentes principais respeitante aos 15 itens da escala utilizando, para o efeito, uma rotação ortogonal (varimax). A tabela das comunalidades não apresentou nenhum valor abaixo de 0,5 pelo que nenhuma variável foi retirada. No entanto, e ao observar a matriz de componentes antes de rotação foi detetado um item com baixos valores (*loadings*) para todos os componentes. De acordo com Pestana e Gageiro (2014), não são considerados significativos os *loadings* abaixo de 0,5, pois explicam pouca percentagem da variância. Assim o item 3 “Usar o tempo de trabalho para navegar na internet, jogar jogos de computador e socialização” foi retirado da análise. Para além disso e ao observar a matriz de componentes rotativa foi possível verificar que muitos itens apresentam bastantes correlações e boa definição relativamente ao fator a que pertencem. No entanto o item 10 “Abusar de contas de despesas da empresa e falsificar registos de contabilidade” apresentou cargas fatoriais com valores altos e próximos para mais que um componente, pelo que foi igualmente excluído.

Foram obtidos valores satisfatórios para cada variável na matriz anti-imagem e o valor obtido respeitante à medida de KMO foi de 0,868 verificando-se, deste modo, uma adequação da amostra para análise fatorial. Para além disso, o teste de esfericidade de Bartlett deteve um valor de 0,000, o que significa a existência de correlação entre os itens suficientes para a realização da análise fatorial.

Assim, e de acordo com a tabela 10, foi apresentada uma solução com 4 componentes principais que explicam 74,048% da variância total, sendo o número de componentes mantido na análise final. Uma vez que a escala PUB detém 5 fatores seria esperado que a solução da análise fatorial propusesse a presença de 5 componentes principais. No entanto foram gerados pela análise apenas 4 componentes principais, onde o fator “Corrupção” e “Engano” se encontram bastante correlacionados e associados ao mesmo componente. Assim foi criado um novo fator denominado “Corrupção e Engano” (Pekdemir & Turan, 2015).

Tabela 10- Resultados da Análise Fatorial da escala PUB

| Itens da escala PUB | h^2 | Corrupção e Engano | Não denúnciação | Roubo | Abuso de recursos |
|---|-------------------------|---------------------------|------------------------|--------------|--------------------------|
| 1. Uso de material de escritório (papel e caneta), máquina fotocopadora e selos para uso pessoal. | 0,791 | | | | 0,871 |
| 2. Realizar chamadas pessoais (telemóvel) de longa distância no trabalho. | 0,751 | | | | 0,814 |
| 4. Não tomar nenhuma ação contra furtos em loja por parte dos clientes. | 0,726 | | 0,798 | | |
| 5. Não tomar nenhuma ação contra empregados que roubam dinheiro/mercadoria. | 0,837 | | 0,866 | | |
| 6. Não tomar nenhuma ação contra cobranças fraudulentas realizadas pela empresa. | 0,692 | | 0,792 | | |
| 7. Tirar emprestado 20 euros de uma caixa registadora durante a noite sem pedir autorização. | 0,727 | | | 0,685 | |
| 8. Levar mercadoria e/ou dinheiro para casa. | 0,813 | | | 0,810 | |

| | | | | |
|--|-------|---------|---------|-----------------|
| 9. Entregar mercadoria a amigos pessoais (sem custos). | 0,693 | | 0,796 | |
| 11. Receber presentes, dinheiro e empréstimos (suborno) de outras pessoas devido ao seu cargo e poder. | 0,707 | 0,778 | | |
| 12. Demitir 500 empregados para salvar o dinheiro da empresa e aumentar prêmios pessoais. | 0,608 | 0,682 | | |
| 13. Cobrar em excesso a clientes para aumentar vendas e ganhar prêmios mais altos. | 0,766 | 0,828 | | |
| 14. Oferecer aos clientes “descontos” para mais tarde, secretamente, cobrar-lhes mais dinheiro (publicidade enganosa). | 0,729 | 0,819 | | |
| 15. Ganhar mais dinheiro através de, deliberadamente, não informar os clientes acerca dos seus benefícios. | 0,787 | 0,840 | | |
| Variância total explicada | | 28,049% | 17,687% | 15,995% 12,317% |

Para além da análise fatorial e como medida de consistência interna foi igualmente utilizado para este estudo a análise aos valores de Alfa de Cronbach, sendo uma das medidas mais comumente utilizadas para a análise da consistência interna, e cujo valor varia entre 0 e 1 (Pestana & Gageiro, 2014).

Deste modo, os valores do Alfa de Cronbach foram interpretados segundo a tabela abaixo de Pereira & Patrício (2016):

Tabela 11- Valores de referência do Alfa de Cronbach

| Alfa de Cronbach | Consistência interna |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1 – 0,90 | Muito boa |
| 0,70 – 0,90 | Boa |
| 0,60 – 0,70 | Aceitável |
| 0,50 – 0,60 | Fraca |
| <0,50 | Inaceitável |

Analisando a escala LOM verifica-se um valor de Alfa de Cronbach de 0,647, o que significa que tem uma consistência interna aceitável. No que respeita aos valores respeitantes a cada fator da escala, verifica-se que todos os fatores “Orçamento”, “Maléfico”, “Sucesso” e “Motivador” apresentam valores superiores a 0,70, considerada uma consistência interna boa.

No que diz respeito à escala PUB verificou-se um Alfa de Cronbach de 0,881, o que representa uma consistência interna considerada boa. No que respeita aos valores dos fatores da escala todos os fatores apresentam valores superiores a 0,70. Os valores descritivos para cada escala e seus respetivos fatores podem ser verificados na tabela seguinte:

Tabela 12- Valores de Alfa de Cronbach

| | Alfa de Cronbach |
|------------------------------------|-------------------------|
| LOM (9 itens) | 0,647 |
| Orçamento (3 itens) | 0,775 |
| Maléfico (2 itens) | 0,727 |
| Sucesso (2 itens) | 0,760 |
| Motivador (2 itens) | 0,732 |
| PUB (13 itens) | 0,881 |
| Fator abuso de recursos (2 itens) | 0,706 |
| Fator não denúncia (3 itens) | 0,824 |
| Fator roubo (3 itens) | 0,781 |
| Fator corrupção e engano (5 itens) | 0,900 |

4. Resultados

4.1. Estatísticas

Após o aperfeiçoamento e análise de qualidade das escalas foram analisadas as estatísticas descritivas referentes às escalas LOM e PUB. Os resultados podem ser verificados nas tabelas seguintes:

Tabela 13- Estatísticas descritivas da escala LOM

| Item | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---------------------------------------|--------|--------|-------|---------------|
| Fator 1: Orçamento | | | | |
| Eu orçamento o meu dinheiro muito bem | 1 | 5 | 3,66 | 0,905 |

| | | | | |
|---|---|---|------|-------|
| Eu uso o meu dinheiro muito cuidadosamente | 1 | 5 | 3,68 | 0,959 |
| Eu faço planeamento financeiro para o futuro | 1 | 5 | 3,67 | 0,989 |
| Total | 1 | 5 | 3,67 | 0,791 |
| Fator 2: Maléfico | | | | |
| O dinheiro é maléfico | 1 | 5 | 2,97 | 1,089 |
| O amor pelo dinheiro é a raiz da maldade | 1 | 5 | 3,20 | 1,154 |
| Total | 1 | 5 | 3,09 | 0,994 |
| Fator 3: Sucesso | | | | |
| O dinheiro é um símbolo do sucesso | 1 | 5 | 3,07 | 1,082 |
| O dinheiro representa o que cada um alcança | 1 | 5 | 2,90 | 1,121 |
| Fator 4: Motivador | | | | |
| O dinheiro é um motivador | 1 | 5 | 4,06 | 0,788 |
| Eu estou motivado para trabalhar arduamente pelo dinheiro | 1 | 5 | 3,35 | 0,985 |
| Total | 1 | 5 | 3,34 | 0,733 |

Tabela 14- Estatísticas descritivas da escala PUB

| Item | Mínimo | Máximo | Média | Desvio Padrão |
|--|--------|--------|-------|---------------|
| Fator Abuso de recursos | | | | |
| Uso de material de escritório (papel e caneta), máquina fotocopadora e selos para uso pessoal. | 1 | 5 | 2,77 | 1,137 |
| Realizar chamadas pessoais (telemóvel) de longa distância no trabalho. | 1 | 5 | 2,09 | 1,140 |
| Total | 1 | 5 | 2,43 | 1,001 |
| Fator Não denúncia | | | | |

| | | | | |
|--|---|---|------|-------|
| Não tomar nenhuma ação contra furtos em loja por parte dos clientes. | 1 | 5 | 1,74 | 0,963 |
| Não tomar nenhuma ação contra empregados que roubam dinheiro/mercadoria. | 1 | 5 | 1,68 | 0,910 |
| Não tomar nenhuma ação contra cobranças fraudulentas realizadas pela empresa. | 1 | 5 | 1,91 | 1,001 |
| Total | 1 | 5 | 1,78 | 0,824 |
| Fator Roubo | | | | |
| Tirar emprestado 20 euros de uma caixa registadora durante a noite sem pedir autorização. | 1 | 5 | 1,24 | 0,637 |
| Levar mercadoria e/ou dinheiro para casa. | 1 | 5 | 1,38 | 0,744 |
| Entregar mercadoria a amigos pessoais (sem custos). | 1 | 5 | 1,62 | 0,952 |
| Total | 1 | 5 | 1,41 | 0,657 |
| Fator Corrupção e Engano | | | | |
| Receber presentes, dinheiro e empréstimos (suborno) de outras pessoas devido ao seu cargo e poder. | 1 | 5 | 1,44 | 0,816 |
| Demitir 500 empregados para salvar o dinheiro da empresa e aumentar prémios pessoais. | 1 | 5 | 1,46 | 0,779 |
| Cobrar em excesso a clientes para aumentar vendas e ganhar prémios mais altos. | 1 | 5 | 1,62 | 0,897 |
| Oferecer aos clientes “descontos” para mais tarde, secretamente, cobrar-lhes mais dinheiro (publicidade enganosa). | 1 | 5 | 1,50 | 0,843 |
| Ganhar mais dinheiro através de, deliberadamente, não informar os clientes acerca dos seus benefícios. | 1 | 5 | 1,53 | 0,842 |
| Total | 1 | 5 | 1,51 | 0,707 |

4.2. Coeficiente de correlação de Pearson

O coeficiente de correlação de Pearson permite determinar o grau de associação entre as variáveis do estudo medindo a relação existente entre as mesmas. Os seus valores podem variar entre -1, quando se trata de uma associação negativa perfeita, e +1, quando se trata de uma associação positiva perfeita, sendo que o valor 0 representa a inexistência de relação linear entre as variáveis (Pereira & Patrício, 2016).

Observando os valores de correlação de Pearson é possível verificar que existem valores bastante significativos no que diz respeito à correlação entre fatores da mesma escala, demonstrando uma boa correlação entre os fatores da mesma escala. Relativamente às correlações significativas entre fatores de diferentes escalas é possível igualmente observar algumas relações significativas. Assim, foi possível verificar uma correlação negativa significativa entre o fator “Orçamento” da escala LOM e o fator “Abuso de recursos” da escala PUB, com um valor de -0,126, demonstrando que à medida que a capacidade para orçar o dinheiro aumenta poderá diminuir a existência de abuso de recursos, e vice-versa. Para além disso existe uma correlação negativa significativa entre o fator “Orçamento” e o fator “Roubo” de -0,196, o que indica que à medida que aumenta a capacidade de orçamentação poderá diminuir o roubo. Existe igualmente uma correlação negativa significativa de -0,161 entre o fator “Maléfico” e o fator “Corrupção e Engano”. Como foi descrito anteriormente o fator “Maléfico” tem como objetivo avaliar em que nível o indivíduo considera o dinheiro como a raiz de toda a maldade. Assim este valor demonstra que à medida que o fator “Maléfico” aumenta, diminui a corrupção e engano, sendo que ao não considerar o dinheiro a raiz da maldade aumenta a corrupção e o engano.

Para além disso é igualmente possível verificar a existência de correlações negativas significativas entre o PUB e o fator “Orçamento” e “Maléfico” da escala LOM.

Os valores referentes às correlações de Pearson entre as escalas LOM e PUB e os seus respetivos fatores podem ser consultados na tabela 15:

Tabela 15- Correlações de Pearson

| | | Correlações | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|
| | | Escala LOM | Orçamento (LOM) | Maléfico (LOM) | Sucesso (LOM) | Motivador (LOM) |
| Escala PUB | Correlação de Pearson | -0,100 | -0,155** | -0,115* | 0,075 | -0,001 |
| | Sig. (bilateral) | 0,084 | 0,007 | 0,048 | 0,200 | 0,990 |
| | N | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |
| Abuso de recursos (PUB) | Correlação de Pearson | 0,017 | -0,126* | 0,029 | 0,035 | 0,121* |
| | Sig. (bilateral) | 0,768 | 0,030 | 0,623 | 0,546 | 0,037 |
| | N | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |
| Não denúncia (PUB) | Correlação de Pearson | -0,053 | -0,039 | -0,032 | 0,028 | -0,068 |
| | Sig. (bilateral) | 0,361 | 0,506 | 0,580 | 0,635 | 0,244 |
| | N | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |
| Roubo (PUB) | Correlação de Pearson | -0,162** | -0,196** | -0,014 | 0,011 | -0,110 |
| | Sig. (bilateral) | 0,005 | 0,001 | 0,808 | 0,848 | 0,058 |
| | N | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |
| Corrupção e Engano (PUB) | Correlação de Pearson | -0,017 | -0,006 | -0,161** | 0,069 | 0,048 |
| | Sig. (bilateral) | 0,766 | 0,921 | 0,005 | 0,238 | 0,410 |
| | N | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

* . A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

É igualmente apresentado, na tabela seguinte as correlações de Pearson referentes aos dados demográficos dos indivíduos do estudo:

Tabela 16- Correlações de Pearson com variáveis demográficas

| Correlações | | |
|-----------------------------|---------------|--------------|
| | Gênero | Idade |
| Escala LOM | -0,112 | -0,034 |
| Orçamento (LOM) | -0,066 | 0,002 |
| Maléfico (LOM) | -0,058 | -0,066 |
| Sucesso (LOM) | -0,064 | 0,063 |
| Motivador (LOM) | -0,034 | -0,078 |
| Escala PUB | 0,101 | -0,022 |
| Abuso de recursos (PUB) | 0,056 | -0,101 |
| Não denúnciação (PUB) | -0,049 | -0,037 |
| Roubo (PUB) | -0,009 | -0,008 |
| Corrupção e Engano (PUB) | 0,162** | 0,069 |

** .A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

*.A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

Como é possível verificar na tabela 16 verifica-se a existência de apenas uma correlação significativa e positiva demonstrando uma relação entre a fator “Corrupção e Engano” da escala PUB com o gênero dos indivíduos.

4.3. Regressão Linear

A regressão pode ser definida como um modelo estatístico que permite realizar uma previsão do comportamento de uma determinada variável quantitativa (y) a partir de uma ou mais variáveis relevantes (x). A regressão linear simples permite analisar a relação entre duas variáveis, sendo que a sua tendência é aproximadamente representada por uma linha reta (Pestana e Gageiro, 2014).

De seguida serão apresentados os resultados da regressão linear referentes às hipóteses do estudo:

H1: Existe relação entre o amor ao dinheiro e a propensão para a prática de comportamentos antiéticos (variáveis de controlo género e idade dos indivíduos).

No que respeita ao pressuposto da normalidade dos resíduos e através do histograma é possível verificar que as barras vão acompanhado, de forma geral, a curva normal, podendo concluir-se que existe uma distribuição normal dos resíduos. Para além disso verifica-se que não existe muita dispersão entre os pontos e a reta de equação ($y=x$).

Figura 1- Histograma de resíduos hipótese 1

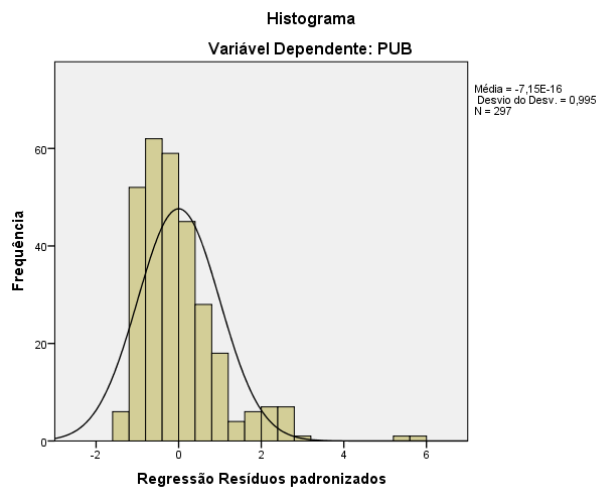
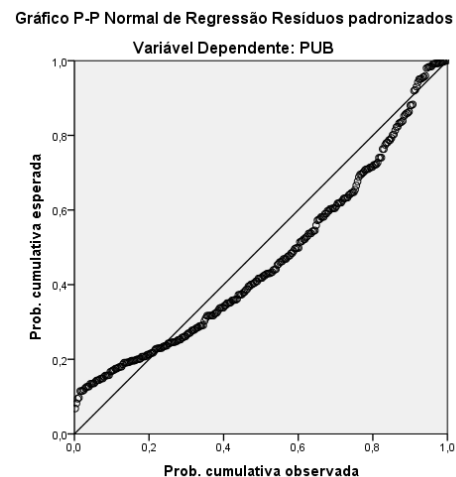
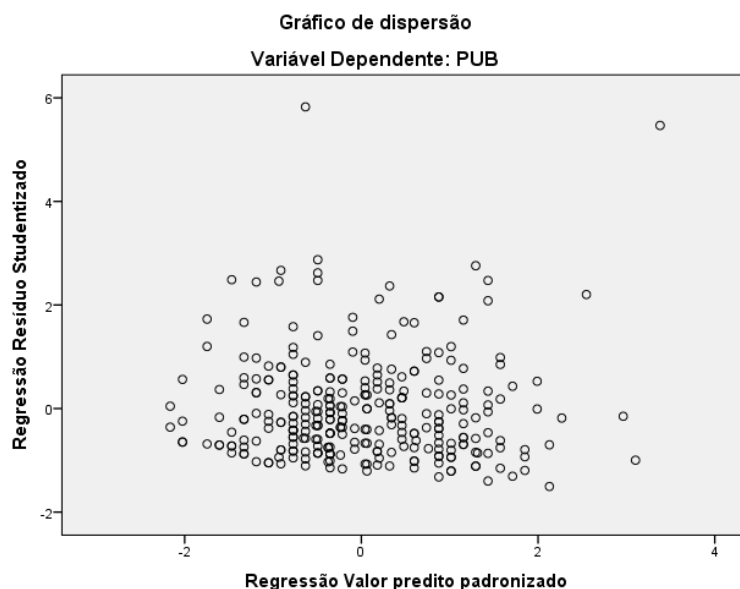


Figura 2- Gráfico de resíduos hipótese 1



No que diz respeito ao pressuposto da homocedasticidade é possível verificar que a variância dos resíduos apresenta uma distribuição aleatória relativamente à linha horizontal zero, confirmando-se a validação do pressuposto da homocedasticidade.

Figura 3- Gráfico de dispersão hipótese 1



Relativamente ao pressuposto da autocorrelação de resíduos e observando o teste de Durbin-Watson observa-se um valor de 1,543. Este valor, aproximando-se do valor 2, verifica-se a não existência de autocorrelação de resíduos.

Neste modelo é possível observar no teste ANOVA um valor F de 1,954 com um nível de significância correspondente a 0,121. Para além disso na sumarização do modelo observa-se um valor de R^2 ajustado de 0,010. Assim os resultados indicam que não existe uma relação significativa entre o LOM e o PUB, não sendo suportada a hipótese 1.

Tabela 17- Regressão linear hipótese 1

| Variável dependente: PUB | | | |
|---|-------------|----------|----------|
| Variável independente: | Beta | t | p |
| LOM | -0,091 | -1,562 | 0,119 |
| Género | 0,096 | 1,630 | 0,104 |
| Idade | -0,037 | -0,633 | 0,527 |
| R = 0,140; R^2 ajustado = 0,010; F = 1,954; p = 0,121 | | | |

H2: O fator orçamento encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

No que respeita ao pressuposto da normalidade dos resíduos e através do histograma da figura 4 é possível verificar que as barras vão acompanhado a curva normal, podendo concluir-se que existe uma distribuição normal dos resíduos. Para além disso, e de acordo com o gráfico de resíduos, verifica-se que não existe muita dispersão entre os pontos e a reta de equação ($y=x$).

Figura 4- Histograma de resíduos hipótese 2

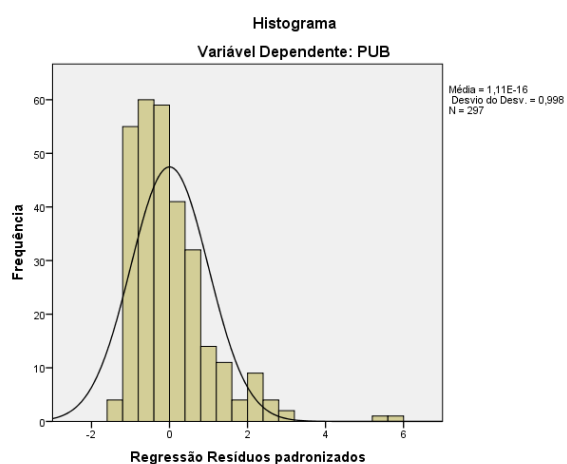
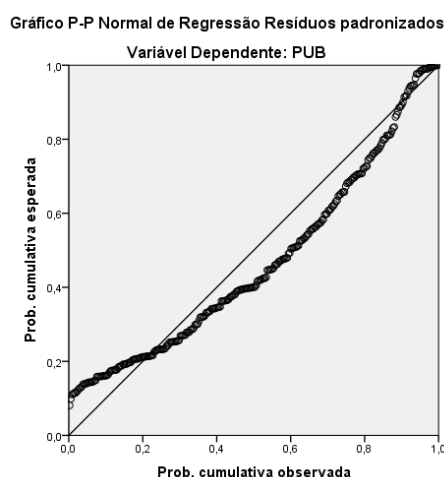
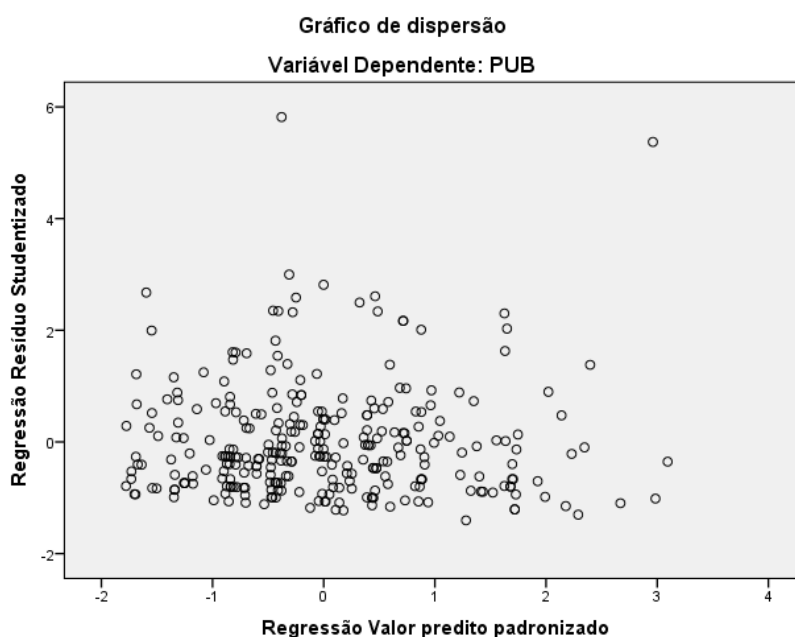


Figura 5- Gráfico dos resíduos hipótese 2



No que diz respeito ao pressuposto da homocedasticidade é possível verificar que a variância dos resíduos apresenta uma distribuição aleatória relativamente à linha horizontal zero, confirmando-se a validação do pressuposto da homocedasticidade.

Figura 6- Gráfico de dispersão hipótese 2



Relativamente ao pressuposto da autocorrelação de resíduos e ao observar o teste de Durbin-Watson foi observado um valor de 1,496, verificando-se a não existência de autocorrelação de resíduos.

Neste modelo é possível observar no teste ANOVA um valor F de 7,300 com um nível de significância correspondente a 0,007. Para além disso na sumarização do modelo observa-se um valor de R^2 ajustado de 0,021 o que significa que 2,1% da variância total da variável PUB pode ser explicada pelo modelo, ou seja, pela variável independente “Orçamento”. Os resultados indicam, deste modo, que o fator “Orçamento” da escala LOM tem uma influência negativa no PUB ($\beta = -0,155$, $p < 0,01$), suportando a hipótese 2.

Tabela 18- Regressão linear hipótese 2

| Variável dependente: PUB | | | |
|--|-------------|----------|----------|
| Variável independente: | Beta | t | p |
| Orçamento (LOM) | -0,155 | -2,702 | 0,007 |
| R = 0,155 R²ajustado = 0,021; F = 7,300; p = 0,007 | | | |

H3: O fator maléfico encontra-se negativamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

Relativamente ao pressuposto da normalidade dos resíduos e através do histograma de resíduos é possível constatar que as barras vão acompanhado a curva normal, podendo concluir-se que existe uma distribuição normal dos resíduos. Para além disso verifica-se que não existe muita dispersão entre os pontos e a reta de equação ($y=x$).

Figura 8- Histograma de resíduos hipótese 3

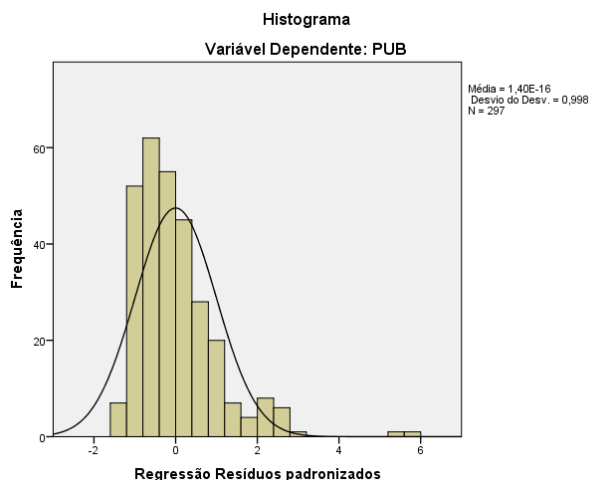
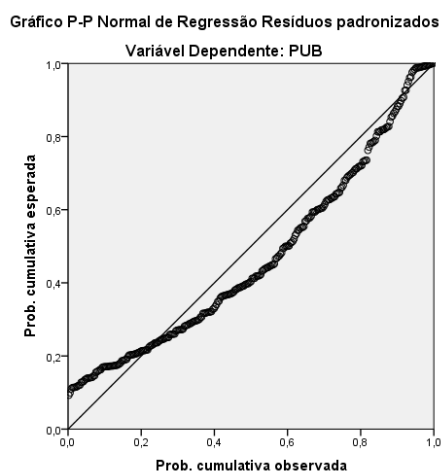
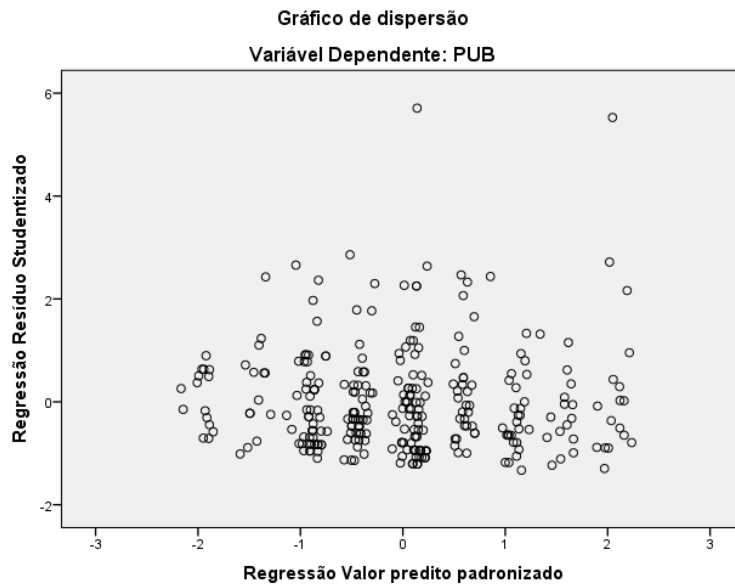


Figura 7- Gráfico de resíduos hipótese 3



No que diz respeito ao pressuposto da homocedasticidade verifica-se que a variância dos resíduos apresenta uma distribuição aleatória relativamente à linha horizontal zero, confirmando-se a validação do pressuposto da homocedasticidade.

Figura 9- Gráfico de dispersão hipótese 3



Relativamente ao pressuposto da autocorrelação de resíduos e observando o teste de Durbin-Watson observa-se um valor de 1,545, comprovando-se a não existência de autocorrelação de resíduos.

Neste modelo é possível observar no teste ANOVA um valor F de 3,942 com um nível de significância correspondente a 0,048. Para além disso na sumarização do modelo observa-se um valor de R^2 ajustado de 0,010, o que significa que 1% da variância total da variável PUB pode ser explicada pelo modelo, ou seja, pela variável independente “Maléfico”. Os resultados indicam, deste modo, que o fator “Maléfico” da escala LOM tem uma influência negativa no PUB ($\beta = -0,115$, $p < 0,05$), suportando a hipótese 3.

Tabela 19- Regressão linear hipótese 3

| Variável dependente: PUB | | | |
|---|-------------|----------|----------|
| Variável independente: | Beta | t | p |
| Maléfico (LOM) | -0,115 | -1,986 | 0,048 |
| R = 0,115; R^2 ajustado = 0,010; F = 3,942; p = 0,048 | | | |

H5: O fator Sucesso encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

No que respeita ao pressuposto da normalidade dos resíduos e através do histograma é possível verificar que as barras vão acompanhado a curva normal, podendo concluir-se que existe uma distribuição normal dos resíduos. Para além disso verifica-se que não existe muita dispersão entre os pontos e a reta de equação ($y=x$).

Figura 10- Histograma de resíduos hipótese 5

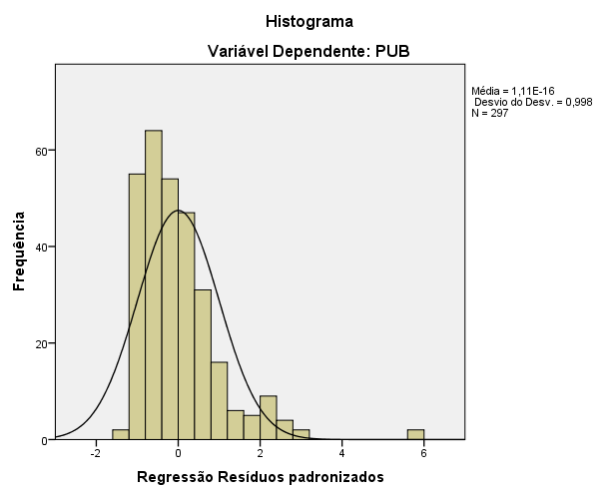
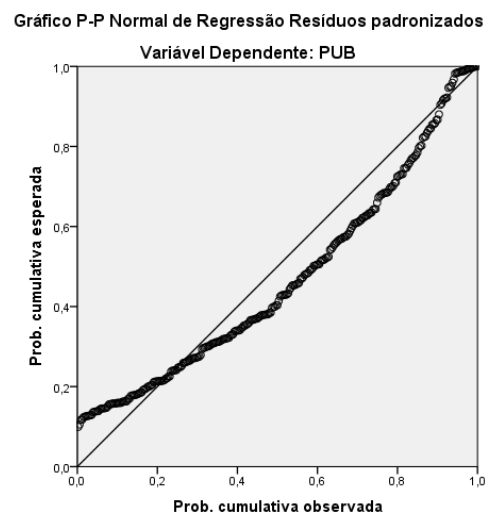
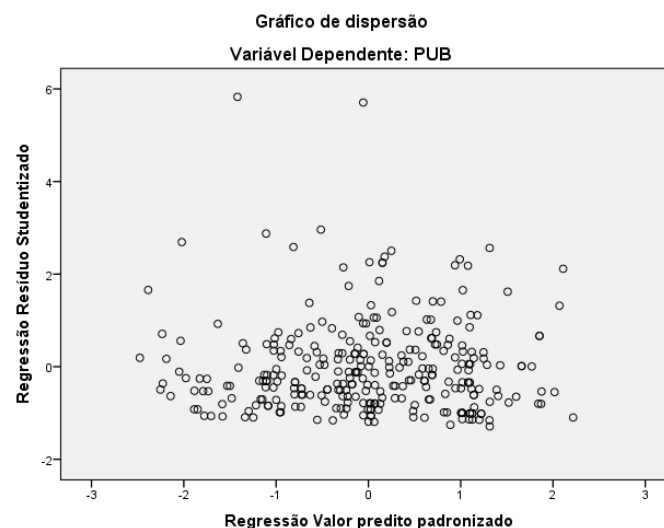


Figura 11- Gráfico de resíduos hipótese 5



No que diz respeito ao pressuposto da homocedasticidade é possível verificar que a variância dos resíduos apresenta uma distribuição aleatória relativamente à linha horizontal zero, confirmando-se a validação do pressuposto da homocedasticidade.

Figura 12- Gráfico de dispersão hipótese 5



Relativamente ao pressuposto da autocorrelação de resíduos e observando o teste de Durbin-Watson observa-se um valor de 1,516. Assim, e aproximando-se do valor 2, verifica-se a não existência de autocorrelação de resíduos.

Neste modelo é possível observar no teste ANOVA um valor F de 1,651 com um nível de significância correspondente a 0,200. Para além disso na sumarização do modelo observa-se um valor de R^2 ajustado de 0,002. Assim os resultados indicam que não existe uma relação significativa entre o fator “Sucesso” e o PUB, não sendo suportada a hipótese 5.

Tabela 20- Regressão linear hipótese 5

| Variável dependente: PUB | | | |
|---|-------------|----------|----------|
| Variável independente: | Beta | t | p |
| Sucesso (LOM) | 0,075 | 1,285 | 0,200 |
| R = 0,075; R^2 ajustado = 0,002; F = 1,651; p = 0,200 | | | |

H6: O fator Motivador encontra-se positivamente relacionado com a propensão para a prática de comportamentos antiéticos.

No que respeita ao pressuposto da normalidade dos resíduos e através do histograma de resíduos é possível verificar que as barras vão acompanhado a curva normal, podendo concluir-se que existe uma distribuição normal dos resíduos. Para além disso verifica-se que não existe muita dispersão entre os pontos e a reta de equação ($y=x$).

Figura 13- Histograma de resíduos hipótese 6

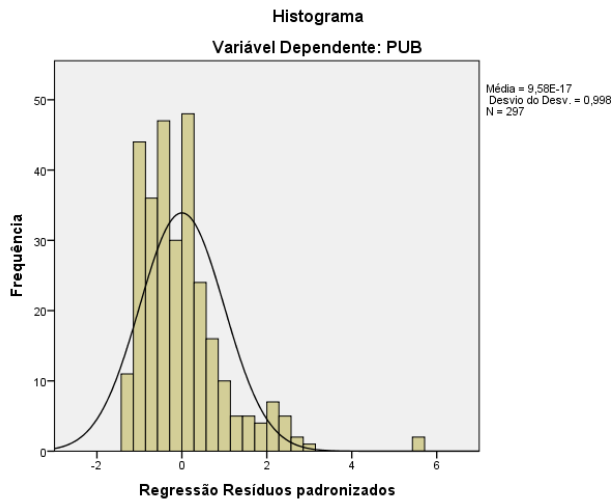
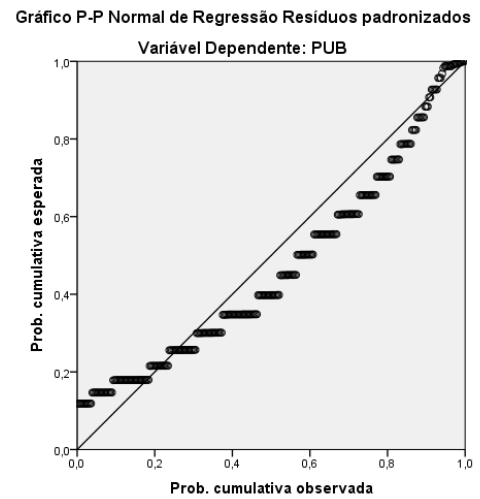
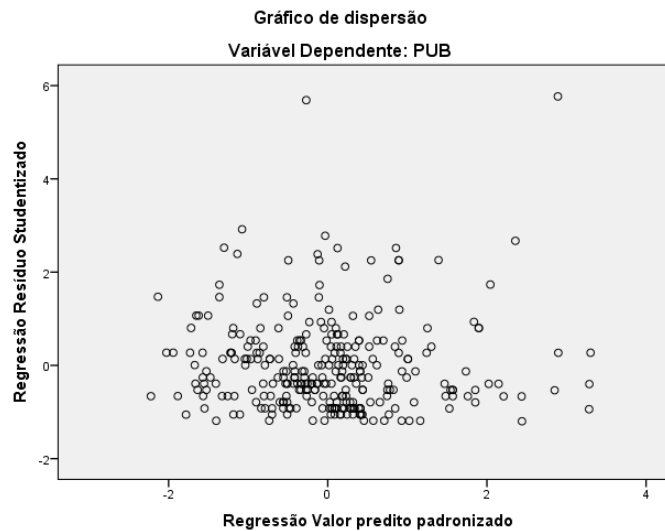


Figura 14- Gráfico de resíduos hipótese 6



No que diz respeito ao pressuposto da homocedasticidade é possível verificar que a variância dos resíduos apresenta uma distribuição aleatória relativamente à linha horizontal zero, sendo deste modo validado o pressuposto da homocedasticidade.

Figura 15- Gráfico de dispersão hipótese 6



Relativamente ao pressuposto da autocorrelação de resíduos e observando o teste de Durbin-Watson observa-se um valor de 1,516. Este valor aproximando-se do valor 2 verifica-se a não existência de autocorrelação de resíduos.

Neste modelo é possível observar no teste ANOVA um valor F de 0,000 com um nível de significância correspondente a 0,990. Para além disso na sumarização do modelo observa-se um valor de R^2 ajustado de -0,003. Assim os resultados indicam que não existe uma relação significativa entre o fator “Motivador” e o PUB, não sendo suportada a hipótese 6.

Tabela 21- Regressão linear hipótese 6

| Variável dependente: PUB | | | |
|--|-------------|----------|----------|
| Variável independente: | Beta | t | p |
| Motivador (LOM) | -0,001 | -0,013 | 0,990 |
| R = 0,001; R^2 ajustado = -0,003; F = 0,000; p = 0,990 | | | |

5. Discussão de resultados e Conclusões

O estudo teve como intuito comprovar a existência de uma relação entre o nível de propensão para a prática de comportamentos antiéticos e os níveis de amor ao dinheiro dos indivíduos. Procurou-se também apurar a existência de relação entre os comportamentos antiéticos e a capacidade de orçamentação dos indivíduos, a forma como percebem o dinheiro (mais ou menos maléfico), bem como, se associam o dinheiro a um símbolo do sucesso ou um motivador. Assim, o intuito seria o de comprovar que o amor ao dinheiro e as atitudes relacionadas ao dinheiro podem refletir-se numa maior propensão para comportamentos pouco éticos. De fato segundo a teoria do comportamento planeado de Ajzen (1991) o comportamento humano pode ser explicado tendo como base contextos específicos, sendo que determinadas atitudes e pensamentos relacionados a determinada temática poderão antever intenções para certos tipos de comportamento.

Por outro lado e tal como foi possível constatar anteriormente, são já inúmeros os estudos que concernem temas aqui estudados e que relacionam os níveis de amor ao dinheiro com a propensão dos indivíduos para a prática de comportamentos antiéticos (Tang & Chiu, 2003; Pekdemir & Turan, 2015; Sardzoska & Tang, 2015) embora não

exista muita investigação diretamente relacionada a estas temáticas em Portugal. No entanto, na presente investigação, não foi possível comprovar a existência de uma relação entre o amor ao dinheiro e os comportamentos antiéticos, não sendo deste modo validada a H1 do estudo. Com base na literatura exposta seria expectável e previsível a comprovação desta relação. No entanto, e tendo em consideração a complexidade das temáticas cujas suas explicações poderão estar associadas a múltiplas variáveis e relações aliado à escassa literatura desenvolvida em Portugal, o presente estudo demonstra que será bastante importante, em estudos futuros, a inclusão de variáveis moderadoras desta relação e que poderão complementar e tornar os resultados mais reveladores.

Existem igualmente outros estudos que, de forma mais direta ou indireta, comprovam a existência de uma relação entre o fator “Orçamento” da escala LOM com as questões éticas, demonstrando que os indivíduos com maior capacidade de orçamentar os seus rendimentos demonstram menor propensão para a prática de comportamentos antiéticos (Luna-Arocas & Tang, 2004; Sardzoska & Tang, 2015). Os resultados obtidos neste estudo comprovam a existência desta ligação, demonstrando uma relação significativa entre o fator “Orçamento” da escala LOM e o PUB, sendo, deste modo, validada a H2 do estudo.

No que concerne ao fator “Maléfico” este teve como intuito avaliar a perceção dos indivíduos ao dinheiro, procurando compreender em que medida os indivíduos consideram o amor ao dinheiro como a raiz de toda a maldade. Assim, indivíduos com altos níveis neste fator poderão apresentar sentimentos negativos em relação ao dinheiro e considerar o amor ao dinheiro como algo prejudicial e que poderá originar comportamentos desviantes. De fato, e de acordo com os resultados obtidos neste estudo, é possível comprovar a existência de uma relação significativa e negativa entre o fator “Maléfico” e o PUB, demonstrando que os indivíduos que consideram o dinheiro como algo mau e negativo irão apresentar menor tendência para a prática de comportamentos antiéticos, ao contrário do que acontece com os indivíduos que associam o dinheiro a algo positivo. Assim os indivíduos que tem sentimentos positivos e uma admiração em relação ao dinheiro podem demonstrar uma maior vulnerabilidade para a prática de comportamentos antiéticos (Luna-Arocas & Tang, 2004), uma vez que para eles o dinheiro não é associado a algo maléfico (Monteiro, Peñaloza, & Pinheiro, 2011). Deste modo os resultados deste estudo vão ao encontro da literatura existente referente a estas temáticas. A H3 é, deste modo corroborada nesta investigação.

Para além disso, não foi possível validar a H4, que procurava confirmar a existência de uma relação entre o fator “Equidade” da escala LOM e o PUB uma vez que o fator “Equidade” apresentava baixos valores relativos à confiabilidade da escala e que poderiam prejudicar a restante escala. Uma vez que se encontra inserido numa escala anteriormente validada e que apresentou resultados em outras investigações procurou-se realizar uma tradução o mais próximo possível da original, mantendo a máxima facilidade de compreensão sem alterar o significado de cada item. No entanto, e ao analisar os itens correspondentes e os resultados de estatística descritiva dos mesmos é possível deduzir pouca compreensão dos itens específicos deste fator por parte dos inquiridos uma vez que abrangem significados muito próximos e de fácil confusão. No entanto trata-se de um fator de estudo interessante no que respeita às temáticas aqui abordadas, sendo que a sua avaliação deverá ser repensada em estudos futuros.

No que respeita às restantes dimensões da escala LOM são vários os exemplos de investigações que, de forma mais ou menos direta comprovam uma relação entre o PUB e o fator “Sucesso” (Wong, 2008) e o fator “Motivador” (Fatoki, 2015). No entanto, e na presente investigação não foi possível obter os mesmos resultados, não sendo corroborada a H5 e H6 do estudo.

6. Contributos da investigação

Tal como referido anteriormente existe ainda muita pouca investigação no que concerne às temáticas aqui abordadas relativamente a Portugal. O presente estudo veio, deste modo, fazer crescer a investigação do mesmo bem como alertar para a importância do mesmo e da influência que o amor ao dinheiro e os comportamentos antiéticos poderão ter na sociedade e no seio das organizações.

Foi igualmente possível constatar que a prática de comportamentos antiéticos poderá comprometer o correto funcionamento de uma organização e apresentar graves consequências e escândalos financeiros. É deste modo bastante importante e essencial que os gestores empresariais enfatizem o amor ao dinheiro numa perspetiva ética (Fatoki, 2015). Poderá ser igualmente importante a implementação de uma maior oferta educativa no que respeita às questões éticas nas universidades (Pekdemir & Turan, 2015).

Assim, e apesar de não ter sido possível comprovar grande parte das hipóteses aqui testadas, o estudo aumenta a bibliografia existente e incita outros investigadores a desenvolverem trabalho relativo a estas temáticas em Portugal implementando outras variáveis mediadoras da relação amor ao dinheiro e comportamentos antiéticos que poderão explicar de forma interessante estas temáticas e permitir o desenvolvimento de estratégias e métodos que visem um melhor funcionamento das organizações, promovendo uma correta motivação dos colaboradores, e afastando a prática de comportamentos antiéticos.

7. Limitações da investigação e Futuras investigações

Existem diversas limitações que devem ser tidas em consideração na interpretação dos resultados do presente estudo.

A primeira limitação do estudo caracteriza-se pelo fato de este ser constituído por uma amostra não aleatória por conveniência de 297 indivíduos, que não poderá representar uma generalidade de toda a população portuguesa.

Para além disso, e uma vez que os dados foram recolhidos apenas num determinado período de tempo poderá não existir relações fortes e claras de causa-efeito entre as variáveis do estudo. Uma investigação com um período de estudo de longa duração e que dure anos ou décadas será idealmente muito mais representativo e com relações fortes de causa-efeito (Tang & Liu, 2012).

Uma outra limitação do estudo prende-se com a sensibilidade e delicadeza das temáticas que poderão influenciar a sinceridade dos inquiridos. Ao depararem-se com questões algo invasivas e pessoais relativamente aos seus comportamentos e possíveis atos antiéticos e graves no seio da sua organização torna-se previsível que, embora de forma um pouco inconsciente, os indivíduos se sintam relutantes a apresentarem o seu máximo de sinceridade.

Relativamente a sugestões de estudos futuros, poderá ser adequado o desenvolvimento de investigações onde sejam implementadas mais variáveis de estudo e

uteis na explicação da relação entre o amor ao dinheiro e os comportamentos antiéticos, tais como a satisfação no trabalho ou os níveis de maquiavelismo. Seria também pertinente o foque em determinados grupos de indivíduos, como por exemplo a aplicação do estudo a áreas académicas ou regimes laborais específicos, em Portugal.

No que respeita à sensibilidade das temáticas já referida anteriormente poderá ser igualmente interessante e eficaz a implementação de outros métodos de recolha de dados para além dos inquéritos, tais como experimentos e criação de cenários reais onde será possível observar comportamentos e reações a estímulos criados pelo investigador.

Bibliografia

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [http://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Askew, O. A., Beisler, J. M., & Keel, J. (2015). Current Trends Of Unethical Behavior Within Organizations. *International Journal of Management & Information Systems*, 19(3), 107–114.
- Chen, J., Tang, T. L. P., & Tang, N. (2014). Temptation, Monetary Intelligence (Love of Money), and Environmental Context on Unethical Intentions and Cheating. *Journal of Business Ethics*, 123(2), 197–219. <http://doi.org/10.1007/s10551-013-1783-2>
- Chen, Y.-J., & Tang, T. L.-P. (2006). Attitude toward and propensity to engage in unethical behavior: Measurement invariance across major among University students. *Journal of Business Ethics*, 69(1), 77–93. <http://doi.org/10.1007/s10551-006-9069-6>
- Chiu, R. K., Tang, T. L.-P., & Luk, V. W.-M. (2001). Hong Kong and China: The Cash Mentality Revisited. *Compensation & Benefits Review*, 33(3), 66–72. <http://doi.org/10.1177/08863680122098324>
- Cichorzewska, M., Walczewski, M., & Zińczuk, B. (2013). The Analysis of Unethical Behavior Among Employees in Enterprises – a Pilot Study in the Automotive Industry. In *Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013* (pp. 207–212).
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278–321. <http://doi.org/10.1006/obhd.2001.2958>

- Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. C., Cardoso, C. C., Marques, C. A., & Gomes, J. F. S. (2012). *Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano* (2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Dogan, V., & Torlak, Ö. (2014). The Relationship Between Symbolic Money Meanings and Materialism. *Business and Economics Research Journal*, 5(2), 1–17. Retrieved from <http://search.proquest.com/openview/dab0d22c02ca14cc5cfd99f831de67/1?pq-origsite=gscholar>
- Elias, R. Z. (2013). The impact of Machiavellianism and Opportunism on Business Students' Love of Money. *Southwestern Business Administration Journal*, 13(1&2), 1–22.
- Fatoki, O. (2015). Gender , Academic Major and the Love of Money by University Students in South Africa. *Gender & Behaviour*, 13(1), 6632–6639.
- Galperin, B. L., Bennett, R. J., & Aquino, K. (2011). Status Differentiation and the Protean Self: A Social-Cognitive Model of Unethical Behavior in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 407–424. <http://doi.org/10.1007/s10551-010-0556-4>
- Gilmartin, S. R., & Marques, T. (2017). *A RELAÇÃO ENTRE OS VALORES CULTURAIS E O AMOR AO DINHEIRO : UM ESTUDO EM PORTUGAL E ESPANHA*. Instituto Politécnico de Leiria.
- Gupta, N., & Shaw, J. D. (1998). Let the Evidence Speak:: Financial Incentives are Effective!! *Compensation & Benefits Review*, 30(2), 26–32. <http://doi.org/10.1177/088636879803000205>
- Jones, T. M. (1991). Ethical Decision Making by Individuals in Organizations : An Issue-Contingent Model. *The Academy of Management Review*, 16(2), 366–395. <http://doi.org/10.5465/AMR.1991.4278958>

- Kilduff, G. J., Galinsky, A. D., Gallo, E., & Reade, J. J. (2016). Whatever it takes to win: Rivalry increases unethical behavior. *Academy of Management Journal*, *59*(5), 1508–1534. <http://doi.org/10.5465/amj.2014.0545>
- Kish-Gephart, J. J., Harrison, D. A., & Treviño, L. K. (2010). Bad apples, bad cases, and bad barrels: meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. *The Journal of Applied Psychology*, *95*(1), 1–31. <http://doi.org/10.1037/a0017103>
- Kouchaki, M., Smith-Crowe, K., Brief, A. P., & Sousa, C. (2013). Seeing green: Mere exposure to money triggers a business decision frame and unethical outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *121*(1), 53–61. <http://doi.org/10.1016/j.obhdp.2012.12.002>
- Langevin, P., & Mendoza, C. (2013). How can management control system fairness reduce managers' unethical behaviours? *European Management Journal*, *31*(3), 209–222. <http://doi.org/10.1016/j.emj.2012.12.001>
- Lawrence, E. R., & Kacmar, K. M. (2017). Exploring the Impact of Job Insecurity on Employees' Unethical Behavior. *Business Ethics Quarterly*, *27*(1), 39–70. <http://doi.org/10.1017/beq.2016.58>
- Lemrová, S., Reiterová, E., Fatěnová, R., Lemr, K., & Tang, T. L. P. (2014). Money is Power: Monetary Intelligence—Love of Money and Temptation of Materialism Among Czech University Students. *Journal of Business Ethics*, *125*, 329–348. <http://doi.org/10.1007/s10551-013-1915-8>
- Luna-Arocas, R., & Tang, T. L.-P. (2004). The Love of Money, Satisfaction, and the Protestant Work Ethic: Money Profiles Among University Professors in the U.S.A. and Spain. *Journal of Business Ethics*, *50*(4), 329–354. <http://doi.org/10.1023/B>
- Malhotra, N. k., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach* (3rd ed). England: Prentice Hall.

- Maroco, J. (2003). *Análise Estatística - Com Utilização do SPSS* (2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Martinez, L. F., & Ferreira, A. I. (2008). *Análise de Dados com SPSS, Primeiros Passos* (2ª edição). Lisboa: Escolar Editora.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. (1999). The Meaning Of Money: An Individual-Perspective Difference. *Academy of Management Review*, 24(3), 568–578. <http://doi.org/10.2307/259143>
- Monteiro, D. L. C., Peñaloza, V., & Pinheiro, L. V. de S. (2011). *A relação existente entre a atitude ao dinheiro e a orientação motivacional para o trabalho*. Rio de Janeiro.
- Pekdemir, I. M., & Turan, A. (2015). The Relationships Among Love of Money , Machiavellianism and Unethical Behavior. *Canadian Social Science*, 11(6), 48–59. <http://doi.org/10.3968/7112>
- Pereira, A., & Patrício, T. (2016). *Guia Prático de Utilização do SPSS - Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia* (8ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais - A Complementaridade do SPSS* (6ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Sardzoska, E. G., & Tang, T. L. P. (2015). Monetary Intelligence: Money Attitudes - Unethical Intentions, Intrinsic and Extrinsic Job Satisfaction, and Coping Strategies Across Public and Private Sectors in Macedonia. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 93–115. <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2197-5>
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Lee, D. J., Nisius, A. M., & Yu, G. B. (2013). The Influence of Love of Money and Religiosity on Ethical Decision-Making in Marketing. *Journal of Business Ethics*, 114(1), 183–191. <http://doi.org/10.1007/s10551-012-1334-2>

- Szelényi, K. (2013). The Meaning of Money in the Socialization of Science and Engineering Doctoral Students: Nurturing the Next Generation of Academic Capitalists? *Journal of Higher Education*, 84(2), 266–294. <http://doi.org/10.1353/jhe.2013.0008>
- Tang, N., Chen, J., Zhang, K., & Tang, T. L. (2017). Monetary Wisdom : How Do Investors Use Love of Money to Frame Stock Volatility and Enhance Stock Happiness? *Journal of Happiness Studies*, 1–32. <http://doi.org/10.1007/s10902-017-9890-x>
- Tang, T. L. (2010). Money, the meaning of money, management, spirituality, and religion. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 7(2), 173–189. <http://doi.org/10.1080/14766081003746448>
- Tang, T. L.-P. (2007). Income and quality of life: Does the love of money make a difference? *Journal of Business Ethics*, 72(4), 375–393. <http://doi.org/10.1007/s10551-006-9176-4>
- Tang, T. L.-P. (2016). Theory of Monetary Intelligence: Money Attitudes—Religious Values, Making Money, Making Ethical Decisions, and Making the Grade. *Journal of Business Ethics*, 133(3), 583–603. <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2411-5>
- Tang, T. L.-P., & Chen, Y.-J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 1–26. <http://doi.org/10.1007/s10551-007-9559-1>
- Tang, T. L.-P., & Chiu, R. K. (2003). Income, Money Ethic, PaySatisfaction, Commitment, and Unethical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hong Kong Employees? *Journal of Business Ethics*, 46(1), 13–30. <http://doi.org/10.1023/A:1024731611490>
- Tang, T. L.-P., Luna-Arocas, R., & Sutarso, T. (2005). From Income To Pay Satisfaction: The Love of Money and Pay Equity Comparison as Mediators and Culture (the

- United States and Spain) and Gender as Moderators. *Management Research*, 3(1), 7–26. <http://doi.org/10.1108/15365430580001311>
- Tang, T. L. P., & Liu, H. (2012). Love of Money and Unethical Behavior Intention: Does an Authentic Supervisor's Personal Integrity and Character (ASPIRE) Make a Difference? *Journal of Business Ethics*, 107(3), 295–312. <http://doi.org/10.1007/s10551-011-1040-5>
- Tang, T. L., Tang, T. L., & Homaifar, B. Y. (2006). Income , the love of money , pay comparison , and pay satisfaction: Race and gender as moderators. *Journal of Managerial Psychology*, 21(5), 476–491. <http://doi.org/10.1108/02683940610673988>
- Trevino, L. K., Weaver, G. R., & Reynolds, S. J. (2006). Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management*, 32(6), 951–990. <http://doi.org/10.1177/0149206306294258>
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314(5802), 1154–6. <http://doi.org/10.1126/science.1132491>
- Wang, Y.-D., & Yang, C. (2016). How Appealing are Monetary Rewards in the Workplace? A Study of Ethical Leadership, Love of Money, Happiness, and Turnover Intention. *Social Indicators Research*, 129(3), 1277–1290. <http://doi.org/10.1007/s11205-015-1160-x>
- Wong, H. M. (2008). Religiousness, love of money, and ethical attitudes of Malaysian evangelical Christians in business. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 169–191. <http://doi.org/10.1007/s10551-007-9487-0>
- Zuber, F. (2015). Spread of Unethical Behavior in Organizations: A Dynamic Social Network Perspective. *Journal of Business Ethics*, 131(1), 151–172. <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2270-0>

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Anexos

Anexo 1: Questionário

A Relação entre o "Love of Money" e os Comportamentos Antiéticos

O meu nome é Filipa Oliveira e sou aluna do Mestrado em Gestão pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria. Encontro-me a realizar a minha dissertação de mestrado com o intuito de analisar a relação entre o amor ao dinheiro e os comportamentos antiéticos, em contexto laboral.

Neste sentido venho solicitar a sua colaboração no preenchimento do seguinte questionário, com a máxima sinceridade, sendo importante realçar que se tratam de respostas completamente anónimas, destinadas unicamente a tratamento estatístico.

Agradeço, desde já, a sua participação neste estudo.

Filipa Oliveira

PRÓXIMA

Página 1 de 4

A Relação entre o "Love of Money" e os Comportamentos Antiéticos

*Obrigatório

Por favor responda às seguintes questões com a maior sinceridade, avaliando a sua concordância com cada item numa escala de 5 níveis distintos (discordo totalmente a concordo totalmente).

*

| | Discordo totalmente | Discordo | Neutro | Concordo | Concordo totalmente. |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Eu orçamento o meu dinheiro muito bem. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Eu uso o meu dinheiro muito cuidadosamente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Eu pago as minhas contas imediatamente de forma a evitar juros ou multas. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Eu faço planeamento financeiro para o futuro. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dinheiro corrompe as normas éticas e padrões de conduta. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| As pessoas praticam atos antiéticos para maximizar os seus ganhos monetários. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dinheiro é maléfico. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O amor pelo dinheiro é a raiz da maldade. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| As pessoas que desempenham o mesmo trabalho devem ser pagas igualmente (igualdade) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| As pessoas que desempenham o mesmo trabalho devem ser pagas baseando-se no mérito (equidade). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Um trabalho de nível inferior, com pouca responsabilidade, deve ser pago inferiormente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dinheiro é um símbolo do sucesso. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dinheiro representa o que cada um alcança. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| O dinheiro é um motivador. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Eu estou motivado para trabalhar arduamente pelo dinheiro. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

VOLTAR

PRÓXIMA

 Página 2 de 4

A Relação entre o "Love of Money" e os Comportamentos Antiéticos

*Obrigatório

Por favor responda às seguintes questões com a maior sinceridade avaliando, para tal, qual considera ser a probabilidade de apresentar o comportamento descrito em cada item, numa escala de 5 níveis (muito baixa probabilidade a muito alta probabilidade).

*

| | Muito baixa probabilidade | Baixa probabilidade | Probabilidade média | Alta probabilidade | Muito alta probabilidade |
|--|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Uso de material de escritório (papel e caneta), máquina fotocopadora e selos para uso pessoal. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Realizar chamadas pessoais (telemóvel) de longa distância no trabalho. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Usar o tempo de trabalho para navegar na internet, jogar jogos de computador e socialização. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Não tomar nenhuma ação contra furtos em loja por parte dos clientes. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Não tomar nenhuma ação contra empregados que roubam dinheiro/mercadoria. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Não tomar nenhuma ação contra cobranças fraudulentas realizadas pela empresa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tirar emprestado 20 euros de uma caixa registadora durante a noite sem pedir autorização. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Levar mercadoria e/ou dinheiro para casa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Entregar mercadoria a amigos pessoais (sem custos). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Abusar de contas de despesas da empresa e falsificar registos de contabilidade. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Receber presentes, dinheiro e empréstimos (suborno) de outras pessoas devido ao seu cargo e poder. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Demitir 500 empregados para salvar o dinheiro da empresa e aumentar prémios pessoais. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Cobrar em excesso a clientes para aumentar vendas e ganhar prémios mais altos.

Oferecer aos clientes "descontos" para mais tarde, secretamente, cobrar-lhes mais dinheiro (publicidade enganosa).

Ganhar mais dinheiro através de, deliberadamente, não informar os clientes acerca dos seus benefícios.

VOLTAR

PRÓXIMA

Página 3 de 4

A Relação entre o "Love of Money" e os Comportamentos Antiéticos

*Obrigatório

Por favor responda às seguintes questões com a maior sinceridade, tendo em consideração que as mesmas não pretendem identificá-lo, destinando-se unicamente a tratamento estatístico.

Género *

- Feminino
- Masculino

Idade *

- De 18 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- De 51 a 60
- 61 ou mais

Estado civil *

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

Habilitações *

- Ensino básico
- Ensino secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

Área de formação *

- Economia
- Gestão
- Contabilidade
- Finanças
- Línguas
- História
- Negócios internacionais
- Marketing
- Saúde
- Artes
- Desporto
- Educação
- Outro: _____

Situação profissional *

- Trabalhador por conta de outrem
- Trabalhador por conta própria
- Trabalhador-estudante
- Estudante
- Desempregado

Área profissional *

- Gestão
- Marketing
- Artes e Design
- Desporto
- Indústria/produção
- Restauração
- Comercial/vendas
- Educação/formação
- Informática
- Saúde/medicina/enfermagem
- Contabilidade/finanças
- Engenharia
- Relações públicas
- Secretariado/administrativo
- Outro: _____

Experiência profissional *

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Mais de 11 anos

Média de gastos anuais no seu agregado familiar

- Até 5.000 euros
- Entre 6.000 euros e 10.000 euros
- Entre 11.000 euros e 15.000 euros
- Entre 16.000 euros e 20.000 euros
- Mais de 21.000 euros

VOLTAR

ENVIAR

 Página 4 de 4

Esta página foi intencionalmente deixada em branco