

Práticas de Responsabilidade Social e *Engagement*: o Papel da Confiança Organizacional e do Significado do Trabalho

Teresa Pereira Esteves, Instituto Superior de Gestão Bancária

Sónia P. Gonçalves, Instituto Politécnico de Tomar, Centro de Investigação e Intervenção Social (CIS/ISCTE-IUL)

Manuela Faia Correia, Universidade Lusíada de Lisboa

Palavras – Chave: Práticas de Responsabilidade Social, Confiança Organizacional, Significado do Trabalho, *Engagement*.

O constructo de responsabilidade social das organizações (RSO) adquiriu relevância política, académica e empresarial nas últimas décadas. A investigação sobre o tema, realizada no âmbito de várias áreas disciplinares, inicialmente focalizou-se nos níveis institucional e organizacional, analisando os fatores que contribuem para a adoção de práticas de RS e no impacto destas em indicadores de desempenho das organizações e nos *stakeholders* externos das empresas.

A análise dos resultados da RSO ao nível micro é mais recente, mas existe evidência empírica de que as práticas de RSO se relacionam positivamente com as atitudes e comportamentos dos empregados (e.g., implicação organizacional afetiva, identificação com a organização, comportamentos de cidadania organizacional e confiança organizacional), todavia são ainda raros os estudos que analisam as variáveis mediadoras e moderadoras desta relação. Neste âmbito pretende-se realizar um estudo exploratório, junto de uma amostra diversificada de trabalhadores de empresas de serviços a operar em Portugal para analisar a influência da confiança organizacional e do significado do trabalho na relação entre perceção de práticas de RSO e *engagement* dos trabalhadores.

A literatura no âmbito do Marketing e do Comportamento Organizacional revela que a confiança organizacional é uma variável mediadora na relação entre práticas de RSO e atitudes e comportamentos de clientes e empregados, sendo considerada um determinante para as relações interpessoais bem sucedidas. Tradicionalmente o significado do trabalho tem sido estudado no âmbito da estruturação de funções, mas são raros os estudos que analisam como as práticas de responsabilidade social ao sinalizarem que a empresa se preocupa com o “bem comum” podem contribuir para os empregados atribuírem significado e propósito ao trabalho que realizam.

Tal como a responsabilidade social, o *engagement* no trabalho adquiriu relevância na investigação académica e a nível empresarial na área da gestão e desenvolvimento de recursos humanos em virtude das evidências da sua importância para a qualidade de vida e para o desempenho do trabalhador. A literatura sobre os preditores do *engagement* tem sido focada especialmente em variáveis de natureza individual (e.g., auto-eficácia, personalidade), nas características do trabalho (e.g., função e condições de trabalho) e no suporte social (e.g., liderança), contudo escasseiam os estudos que analisam a relação que as práticas de RSO através da confiança organizacional e do significado no trabalho são suscetíveis de ter no *engagement* dos trabalhadores.

Com este trabalho pretende-se contribuir para a investigação no âmbito da relação entre práticas de RSO e indicadores de bem-estar dos trabalhadores, analisando o impacto global e diferenciado das práticas de RSO no *engagement* no trabalho. Adicionalmente contribui-se para o desenvolvimento de uma escala de RSO adaptada ao contexto português.

Os resultados do estudo serão apresentados e serão também discutidas as implicações teóricas e práticas do mesmo.

- Christian, M., Garza, A., Slaughter, J., (2011). Work engagement: A quantitative review and test of its relation with task and contextual performance. *Personnel Psychology*, 64, 89 -136.
- Glavas, A., Kelley, K., (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes. *Business Ethics Quarterly*. .May 1.
- Schaufeli, W., Bakker, A., Salanova. M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66,4, 701-716.