

BETTER LIFE INDEX: APLICAÇÃO EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Sílvia Luís (1) & Susana Dias (2)

(1) Centro de Administração e Políticas Públicas do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa; sluis@iscsp.ulisboa.pt

(2) Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa; maria_canelas@iscte-iul.pt

Palavras-chave: Bem-estar; Indicadores; Organizações; *Better Life Index*; *Beyond GDP*

Resumo

Em 2007, a Comissão Europeia promoveu uma conferência denominada *beyond GDP* com o objetivo de esclarecer quais os índices mais apropriados para medir o progresso, e como estes poderiam ser integrados no processo de tomada de decisão. Os governos têm uma grande responsabilidade e vários meios pelos quais podem melhorar a vida das pessoas, contudo, a sociedade civil e o setor empresarial desempenham um papel crucial na melhoria do bem-estar das pessoas. Uma postura pró-ativa das empresas em antecipar as implicações deste novo paradigma poderá trazer-lhes vantagens, em vez de uma postura reativa a novos regulamentos, que poderão provocar constrangimentos e incerteza em torno de mudanças políticas (Durand & Boarini, 2016). Efetivamente, existe um número crescente de análises do impacto das empresas no bem-estar e na criação de valor para além da riqueza financeira. Não existe, contudo, um acordo sobre como medir esses impactos, sendo difícil a análise e obtenção de conclusões (OCDE, 2018). Shinwell e Shamir (2018) apresentaram um estudo onde foram analisados 35 quadros e iniciativas empresariais que medem o impacto das empresas no bem-estar e sustentabilidade das pessoas, sugerindo que existe ainda um longo caminho a percorrer.

O projeto Better Life Initiative, liderado pela OCDE (2011), identificou domínios e dimensões relevantes para a caracterização e monitorização do bem-estar, com características de comparabilidade internacional, o que levou a que institutos de estatística de diferentes países tenham vindo a desenvolver iniciativas para a produção de indicadores sobre o bem-estar e qualidade de vida com base neste quadro, o Better Life Index (BLI). De relevância, este indicador é aplicável em contexto organizacional. O objetivo deste trabalho é explorar se as organizações, em contexto Português, medem e valorizam o bem-estar dos seus colaboradores e se teriam intenção de aplicar indicadores de bem-estar como o BLI de futuro. Mais ainda, apresentou-se uma breve informação sobre as atitudes do público em geral quanto ao bem-estar nas empresas. As atitudes do público são extremamente positivas pelo que se esperava que a apresentação desta informação promovesse as atitudes quanto ao BLI e a sua intenção de utilização.

O estudo consistiu num inquérito online por questionário. Foram contactadas por email e convidadas a participar elementos da Gestão e dos Recursos Humanos de aproximadamente 720 empresas, tendo 131 acedido ao link. Os participantes foram distribuídos aleatoriamente pelas condições da investigação: condição experimental, em que eram apresentadas as atitudes do público quanto ao bem-estar na empresa; e condição de controlo.

Foram considerados válidos os questionários respondidos na totalidade ou mais do que 80% (68 exclusões), e que respondiam corretamente a uma questão de controlo de manipulação (1 exclusão). A amostra final é constituída por 62 representantes de empresas: 30 na condição experimental e 32 na condição de controlo.

A análise dos dados recolhidos indica que apenas uma minoria das empresas produz algum tipo de indicador de bem-estar (35%), sendo os indicadores utilizados muito variados e pobres na reflexão do conceito de bem-estar (por exemplo, relatório de satisfação). Os principais motivos indicados para não a utilização de indicadores foram a ausência de dados suficientes (29%) e de diretrizes para a produção de indicadores (21%).

A atitude dos representantes das organizações relativamente ao bem-estar dos colaboradores foi medida através de 7 itens numa escala tipo Likert que variava entre 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente) que foram agregados numa escala compósita com consistência interna adequada ($\alpha = .85$). O seu valor médio encontrava-se ligeiramente acima do ponto médio da escala ($M = 3.79$).

As atitudes e intenções dos representantes quanto à utilização de indicadores como o BLI foram medidas antes e após a apresentação das atitudes do público quanto ao bem-estar nas organizações (ou controlo) utilizando o mesmo tipo de escala, tendo a escala de atitudes 8 itens ($\alpha = .82$) e a de intenção 3 itens ($\alpha = .90$). Para testar se houve um aumento nestas variáveis na condição experimental realizou-se uma análise mista de variância com 2 fatores, um fator inter-participantes (condição: experimental vs. controlo) e outro fator intra-participantes (antes da apresentação das atitudes vs. após) para testar se a média da atitude e da intenção aumentava após a apresentação. No que diz respeito à atitude, verificou-se um efeito principal significativo do tempo, $F(1, 60) = 8.80, p = .004, \eta_p^2 = .128$, e um efeito de interação entre o tempo e a condição que corroborava a hipótese, $F(1, 60) = 5.98, p = .017, \eta_p^2 = .09$. Tal como esperado, na condição experimental havia um maior aumento da atitude após a apresentação das atitudes do público quanto ao bem-estar nas organizações. Contudo, no que diz respeito à intenção, não se verificou um efeito principal significativo do tempo nem um efeito de interação entre o tempo e a condição. A média da intenção não mudou significativamente entre condições nem ao longo do tempo. Estes dados sugerem que a breve apresentação de informação das atitudes do público quanto ao bem-estar na empresa teve sucesso na promoção das atitudes quanto a utilização de um indicador de bem-estar como o BLI. Não o teve no aumento da intenção provavelmente porque esta informação não versava sobre “como” implementar o BLI, sendo que a ausência de diretrizes é um dos motivos mais indicados para a não utilização de indicadores. Este estudo sugere que o investimento na promoção do BLI poderá associar-se ao aumento da sua utilização, sendo este um dos primeiros passos na promoção do bem-estar dos colaboradores.