



instituto politécnico de gestão e tecnologia

MESTRADO EM GESTÃO

***A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e
Responsabilidade Social Corporativa***

Andreia Valente Almeida

DISSERTAÇÃO

VILA NOVA DE GAIA

DEZEMBRO | 2023

Tese de Mestrado realizada sob a orientação do(a)s Prof^ª. Doutora Sandra Gomes e Prof^ª. Mestre Natália Costa apresentada ao ISLA - Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia de Vila Nova de Gaia para obtenção do grau de Mestre em Gestão, conforme o Despacho n.º 8476/2020



INSTITUTO POLITÉCNICO DE GESTÃO E TECNOLOGIA

A relação entre a felicidade no trabalho e a responsabilidade social corporativa

Andreia Valente Almeida

Aprovado em 27/03/2024

Composição do Júri

Prof. Doutor Marco Ribeiro Lamas

Presidente

Prof. Doutor Hugo Miguel Carvalho

Arguente

Prof. Sandra Gomes de Oliveira

Orientador/a

Prof. Mestre Natália Isabel Moreira Costa

Coorientador/a

Vila Nova de Gaia

2023

Agradecimentos

Desde de já gostaria de agradecer à minha orientadora, prof. Sandra Gome e coorientadora, prof. Natália Costa pelo apoio e acompanhamento no percorrer do semestre e pela disponibilidade para esclarecer as dúvidas que me iam surgindo.

Agradeço aos meus pais por todo o esforço e incentivo para continuar. Quero também agradecer aos meus familiares e amigos por todo o apoio nesta fase.

Resumo

É possível perceber que o termo felicidade nas organizações tem ganho mais destaque ao longo dos anos, pois isto deve-se ao facto de cada vez mais as organizações perceberem que é fundamental possuir um colaborador satisfeito e feliz no seu trabalho. Ao longo dos anos, a saúde mental tem ganho um grande destaque nas organizações. Carga horária em excesso, *stress* do dia a dia, entre outros fatores, são exemplos que explicam o porquê do incremento desta preocupação, uma vez que estes podem levar a um declínio do bem-estar a nível mental.

A responsabilidade social corporativa é outra das estratégias que está cada vez mais presente nas organizações demonstrando ser fundamental a aplicação da mesma. A perceção que os colaboradores têm em relação a esta estratégia é também relevante, sendo que os colaboradores são um dos elementos mais importantes dentro de uma organização.

Com isto, através deste estudo, pretendíamos compreender de que forma estas duas estratégias a felicidade no trabalho e responsabilidade social corporativa, se podem relacionar. Nesta dissertação foi realizado uma revisão da literatura onde se apresenta toda a teoria dos dois temas, também foi elaborado o estudo empírico onde se apresentou a metodologia e análise dos resultados obtidos. Por fim foi elaborado a discussão dos resultados em forma de conclusão.

Com esta investigação conclui-se que existe uma relação entre a felicidade no trabalho e as dimensões pertencentes à responsabilidade social corporativa. Sendo que a dimensão económica, legal e discricionária tem impacto nos níveis de felicidade, apenas a dimensão ética é que não apresenta uma relação com a felicidade. Tendo em conta o sexo, concluiu-se que não existem diferenças entre o sexo feminino e masculino, pelo que se conclui que ambos apresentam níveis de felicidade positivos.

Palavras – Chave: Felicidade no trabalho, responsabilidade social corporativa, colaboradores.

Abstract

We can see that the term happiness in organizations has gained more prominence over the years, because more and more organizations are realizing that it is essential to have a satisfied and happy employee at work. Over the years, mental health has gained great prominence in organizations. Excessive working hours, day-to-day stress, among other factors, are examples that explain why this concern has increased, since they can lead to a decline in mental well-being.

Corporate social responsibility is another strategy that is increasingly present in organizations, demonstrating that it is essential to apply it. The perception that employees have of this strategy is also relevant, as employees are one of the most important elements within an organization.

Therefore, through this study, we wanted to understand how these two strategies - happiness at work and corporate social responsibility - can be related. In this dissertation, a literature review was carried out, presenting all the theory on the two topics, as well as the empirical study, presenting the methodology and analyzing the results obtained. Finally, a discussion of the results was drawn up in the form of a conclusion.

This research concludes that there is a relationship between happiness at work and the dimensions of corporate social responsibility. The economic, legal and discretionary dimensions have an impact on happiness levels, while only the ethical dimension is not related to happiness. Taking gender into account, it was concluded that there are no differences between females and males, which means that both have positive levels of happiness.

Keywords: Happiness at work, corporate social responsibility, employees.

Índice

Introdução	1
Parte I – Revisão da Literatura.....	4
1 Revisão da literatura.....	5
1.1 Felicidade	5
1.1.1 Conceito de felicidade.....	5
1.1.2 Conceito de felicidade no trabalho.....	8
1.1.3 Medidas da felicidade no trabalho	11
1.2 Responsabilidade social corporativa	14
1.2.1 Conceito e evolução de responsabilidade social corporativa.....	14
1.2.2 Dimensões Responsabilidade Social Corporativa	18
1.2.3 Perspetiva dos colaboradores sobre a responsabilidade social	20
1.3 Relação entre a felicidade no trabalho e Responsabilidade Social Corporativa	24
Parte II – Estudo Empírico	28
2 Metodologia	29
2.1 Objetivos de investigação	29
2.2 Hipóteses.....	30
2.2.1 Hipótese 1 (H1)	30
2.2.2 Hipótese 2 (H2)	30
2.3 Modelo conceptual.....	31
2.4 Instrumentos de recolha de dados	31
2.4.1 Pré-teste	32
2.4.2 Construção do inquérito.....	32
2.5 Tratamento e análise de dados	34

2.6	Análise dos resultados	34
2.6.1	Caraterização da Amostra.....	34
2.6.2	Caraterização sociodemográfica.....	35
2.6.3	Caraterização Organizacional	36
2.6.4	Caraterização das dimensões em estudo	37
2.6.5	Verificação e validação das hipóteses em estudo	39
2.6.6	Hipótese 1	39
2.6.7	Hipótese 2.....	46
3	Conclusões e Discussão de Resultados.....	48
3.1	Principais conclusões.....	48
3.2	Limitações	49
3.3	Recomendações para estudos futuros.....	49
4	Referências Bibliográficas	50
	ANEXO A: Questionário	56

Índice de figuras

Figura 1 - Modelo conceptual	31
Figura 2 - Diagrama de trajetória	46

Índice de tabelas

Tabela 1 - Secções do questionário	33
Tabela 2 - Idades	35
Tabela 3 - Sexo	35
Tabela 4 - Habilitações literárias	36
Tabela 5 - Setor de atividade	36
Tabela 6 - Antiguidade	37
Tabela 7 - Escala da felicidade no trabalho	37
Tabela 8 - Escala da responsabilidade social corporativa	38
Tabela 9 - Variáveis excluídas	39
Tabela 10 - Média, desvio padrão e cargas fatoriais dos indicadores	42
Tabela 11 - Validade e fiabilidade dos constructos	43
Tabela 12 - Relações estruturais dos constructos	44
Tabela 13 - Validação das Hipóteses	45
Tabela 14 - Teste t para amostras independentes	47

Introdução

A presente dissertação foi elaborada no âmbito do mestrado em gestão ISLA-IPGT, este estudo teve como principal propósito perceber se responsabilidade social corporativa tem impacto na felicidade dos colaboradores.

Cada vez mais as organizações têm preocupação com os seus colaboradores e a importância que têm para a mesma, pois é um dos *stakeholders* mais relevantes dentro de uma empresa. Awada e Ismail (2019) consideram que o papel dos colaboradores numa organização é fundamental e por isso acresce a preocupação por parte das empresas o bem-estar e felicidade dos mesmos. O crescente interesse por este tema deve-se muito ao aumento da competitividade do mercado e às crises económicas.

O termo felicidade apresenta dois tipos de perspetivas clássicas, a perspetiva hedónica e a eudemónica. Sendo que a primeira, consiste nas vivências de cada indivíduo, como por exemplo o nível de satisfação que cada colaborador possui. Já a eudemónica, representa outro dos lados do conceito felicidade, encontrando-se interligado aos sentimentos de realização própria estando assim, dependentes do bem-estar de cada ser humano (Garcia, Perea & Junco, 2019).

A responsabilidade social corporativa tem sido também cada vez mais uma estratégia utilizada nas organizações trazendo diversas vantagens para a mesma. Para além disso, as empresas com o desenvolvimento de mais planos estratégicos ajudam na competitividade da sustentabilidade com os seus *stakeholders* internos e externos (Jeong, Kang & Choi, 2022).

A responsabilidade social corporativa o modelo de Carroll em que é constituído por quatro dimensões que se designam por económicas, éticas, legais e discricionárias, onde é demonstrada através de uma pirâmide que apresenta na base a dimensão económica, por sua vez nas posições médias encontram-se as dimensões legal e social, no topo está a dimensão filantrópica, todas as dimensões presentes na pirâmide terão que ser vistas como um todo na hora da aplicação do modelo, ou seja, de algum modo se interligarem umas com as outras e também deve-se ter em conta a sua ordem (Diez-Cañamero et al., 2020).

É importante ressaltar que os colaboradores devem ter uma perspectiva em relação à responsabilidade social para que se alcance ainda melhores resultados na aplicação desta estratégia dentro das organizações. E para além disso, as perspectivas que os colaboradores têm em relação à responsabilidade social corporativa pode condicionar de alguma forma outros fatores organizacionais como por exemplo o clima que se vive na empresa ou até a imagem que a sociedade pode ter, e por isso se torna fundamental analisar e investigar de forma profunda (Bauer, 2022).

Tendo em conta a relação entre os dois temas Chia, Kerne e Neville (2020) referem que o tema da felicidade no trabalho encontra-se interligado à responsabilidade social corporativa, há cada vez mais ações a incentivar as organizações e a investir na integração a nível social de forma geral, tendo como objetivo desenvolver e melhorar as vivências. As ações sociais corporativas têm de alguma forma vindo complementar diversos indicadores para que haja um progresso enquanto indivíduos, sentimentos, nas relações que têm entre as pessoas e também no âmbito da sustentabilidade do meio ambiente.

Deste modo, é de referir que a forma como se percebe a responsabilidade social corporativa nas organizações pode condicionar os níveis de felicidade no trabalho. A importância que dão a estratégia da responsabilidade social é fundamental trazendo diversos benefícios tanto para as empresas como para os colaboradores.

O objetivo deste trabalho passou por compreender de que modo a responsabilidade social corporativa impacta a felicidade dos colaboradores, e se o impacto que têm é ou não positivo.

Esta dissertação encontra-se dividida em 2 partes. A primeira parte é constituída pela revisão da literatura onde é realizado o enquadramento teórico dos dois temas centrais deste estudo, a felicidade no trabalho e a responsabilidade social corporativa.

Na segunda parte desta investigação foi realizada um estudo empírico onde se apresentou a metodologia. Foi também elaborado um questionário que contou com a participação de 105 indivíduos que se encontram no ativo, onde se procurou medir a

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

felicidade no trabalho e a sua perceção da responsabilidade social nas empresas onde trabalham. Neste mesmo formulário incluía também os dados sociodemográficos e organizacionais. Foi também elaborado a análise das hipóteses de forma a dar resposta aos objetivos a que este estudo se propõe a alcançar. Por fim foi feito a discussão dos resultados obtidos em jeito de conclusão.

Parte I – Revisão da Literatura

1 Revisão da literatura

A revisão da literatura será composta por 3 capítulos principais: a felicidade, a responsabilidade social corporativa e a relação entre os dois temas mencionados anteriormente. A partir destes tópicos são ainda explorados subcapítulos que abordam o conceito de felicidade e a felicidade no contexto de trabalho, formas de medição da felicidade e índices de felicidade. Já na responsabilidade social corporativa, explorar-se-á a história e o conceito do mesmo, bem como, as perspetivas dos colaboradores com a responsabilidade social.

1.1 Felicidade

Sabe-se que nos dias de hoje a felicidade no trabalho é considerada fundamental numa organização, ao longo desta revisão vai se perceber a relevância deste tema. O crescente interesse por este tema deve-se muito ao aumento da competitividade do mercado e às crises económicas que se tem vindo a passar (Awada & Ismail, 2019).

O presente tópico irá apresentar, inicialmente, uma revisão da literatura sobre o conceito da felicidade, explorando as possíveis conceptualizações sobre a felicidade aplicada ao contexto de trabalho, apresentação das principais formas de mensuração do conceito e culminando com uma súmula do posicionamento de Portugal relativamente ao índice da felicidade.

1.1.1 Conceito de felicidade

Não existe um consenso na definição da felicidade, pois isto deve-se à complexidade de integrar todas as variantes possíveis numa única função, uma vez que este conceito está dependente da subjetividade individual e que pode variar de acordo com múltiplos fatores externos e internos. Logo, o facto de ele ser tão variável, pessoal e subjetivo, torna difícil chegar a um consenso (Fidelís & Tisott, 2018).

Neste sentido, este conceito pode ser explicado de diversas formas tendo em conta que cada autor tem o seu ponto de vista, sendo que alguns estudiosos conceituam este termo como bem-estar subjetivo, para além disso o bem-estar é identificado como um dos construtos que a felicidade possui que por sua vez é visto como um elemento

abrangente e com um maior grau de complexidade. Portanto entende-se que o tema da felicidade é constituído por diversos construtos, mas que é vista de forma subjetiva pelas pessoas, dependendo de múltiplos fatos, incluindo as suas vivências e experiências ao longo da vida (Garcia, Perea & Junco, 2019).

Fisher (2010) refere que alguns investigadores sociais apresentaram variadas formas de conceituar o termo felicidade, para além disso, o autor afirma que o conceito felicidade caracteriza-se por o sentimento de alegria. É possível perceber através de diversas investigações o bem-estar pode estar ligado à felicidade através das investigações realizadas, para além disso muitos estudiosos consideram o termo bem-estar nos seus estudos em vez da felicidade. É considerado ainda que a junção dos temas bem-estar e felicidade na maioria das vezes, dão grande ênfase à forma como o colaborador se sentem demonstrando os fatores mais positivos (Paschoal, Torres & Porto, 2010).

Este termo apresenta diversos construtos, que são as vivências/experiências, a ausência de afetividade, as emoções fortes, entre outros fatores que estão na base da constituição dos níveis de felicidade de cada indivíduo (Salas-Vallina & Alegre, 2018). Os autores salientam ainda que na área das ciências sociais é mais comumente utilizado o termo bem-estar para conceptualizar e mensurar a felicidade, sendo que este encontra-se integrado no comportamento organizacional positivo.

É fundamentado que tanto a felicidade como a infelicidade são condições que de algum modo se encontram interligadas, pois ambos os estados de espírito têm de ser expostos, e cada indivíduo ou está feliz ou infeliz, isto é, não consegue demonstrar as duas condições em simultâneo. Contudo para que isso seja perceptível, cada pessoa deve estar ciente da condição que se apresenta, caso contrário significa que não houve uma observação de si próprio para concluir o estado que se encontra no momento, cabe a cada indivíduo perceber os seus sentimentos, por outro lado estes dois conceitos da felicidade e infelicidade conseguem ser calculados e medidos na ausência destes dois termos (Elpo & Lemos, 2022).

Monteiro e Paula (2022) alegam que o termo felicidade está relacionado com o modo com que cada indivíduo enfrenta a sua vida de forma otimista. Para estes, a felicidade surge através de diversos fatores como o bem-estar a nível psicológico e físico.

Indivíduos que se encontrem num relacionamento, que sejam mais sociais ou até mesmo pessoas com uma confiança em si própria, apresentam tendencialmente, maiores níveis de felicidade.

Noutro ponto de vista os autores Garcia, Perea e Junco (2019) referem que através dos resultados obtidos nos estudos realizados é possível concluir que o termo felicidade apresenta dois tipos de perspetivas clássicas, a perspetiva hedónica e a eudemónica. Sendo que a primeira, consiste nas vivências de cada indivíduo, como por exemplo o nível de satisfação que cada colaborador possui. Já a eudemónica, representa outro dos lados do conceito felicidade, encontrando-se interligado aos sentimentos de realização própria estando assim, dependentes do bem-estar de cada ser humano.

Ainda sobre estas duas abordagens da felicidade é referido que as duas perspetivas podem ser mensuradas da mesma forma, e possuem diversos aspetos em comum, sendo que diversos investigadores afirmam que não haverá a necessidade de distinguir a perspetiva eudemónica da hedónica (Fisher, 2010).

As perspetivas hedónicas e eudemónicas podem ser complementadas com os termos de bem-estar social e pelo florescimento que consiste numa vivência positiva da vida. Este último consiste na junção de sentimentos positivos e na obtenção de bons resultados. O termo florescimento integra outros temas como relações, alcance de objetivos de vida, responsabilidade e positividade (Garcia, Perea & Junco, 2019).

Apesar de as perspetivas clássicas da felicidade serem aplicadas ao bem-estar subjetivo contém distintas visões a nível filosófico, sendo que através da perceção hedónica consegue obter sentimentos positivos e pôr de parte os negativos, por outro lado, o eudemónico visa alcançar um bom desenvolvimento individual e uma determinada integração na sociedade que se encontra inserido. Estas duas perspetivas constituem uma ligação aos comportamentos que cada indivíduo tem no seu trabalho, à satisfação, ao compromisso, à responsabilidade e às tomadas de decisões assertivas (Turban & Yan, 2016). Posto isto, estas duas perspetivas apresentam distintas definições de bem-estar, sendo que ambas apresentaram classificações individuais, e conseguem estabelecer uma ligação cooperativa através dos resultados obtidos, pois quando a perspetiva eudemónica é mais robusta a hedónica também ela aumenta.

Tendo em conta Fidelis e Tisott (2018), em grande parte a felicidade encontra-se ligada ao conceito de bem-estar subjetivo. O termo do bem-estar subjetivo é analisado por meio da interpretação das atitudes, a nível emocional. Esta interpretação é realizada por cada indivíduo ou até mesmo pela forma como são julgados ao longo da vida. É referido ainda que tanto o sentimento de bem-estar e como o da felicidade são vistos de forma positiva ou negativa em detrimento do modo que cada indivíduo o entende ou relativo à forma como cada um classifica cada vivência, resultando em felicidade ou infelicidade. No ponto de vista da psicologia positiva tanto o bem-estar como a felicidade apresentam dissemelhanças, sendo que o bem-estar é visto como a oportunidade de cada pessoa compreender as suas conquistas e objetivos alcançados ao longo da sua existência, sendo que nem sempre os sentimentos que podem advir sejam favoráveis.

A felicidade pode ser definida através de três fatores. O primeiro denomina-se por emoções positivas que se caracteriza por a vivência de bons momentos e sensações. O segundo é o *engagement* que se define por uma total aplicação do indivíduo a uma determinada tarefa. Por último, o sentido da vida que é possuir algo que leve o indivíduo a seguir um caminho, que tenha a intenção de alcançar algo (Fidelis & Tisott, 2018).

No tópico seguinte, será apresentado, em específico, uma contextualização ao conceito de felicidade associada ao contexto laboral.

1.1.2 Conceito de felicidade no trabalho

Bataineh (2019) refere que a felicidade no trabalho encontra-se interligada com o modo que os indivíduos experienciam as suas vidas. Tendo em conta que, maioritariamente, dos indivíduos utilizam grande parte do seu dia em trabalho, tanto o local onde excuta as suas funções como o trabalho em si, estes fatores serão considerados fundamentais para a felicidade no trabalho, influenciando assim, positiva ou negativamente os colaboradores. Nestes últimos anos, as investigações desenvolvidas têm permitido afirmarem que a existência de felicidade no trabalho auxilia tanto no aumento da produtividade como no desempenho na organização, estes indicadores são relevantes para o crescimento do mercado de trabalho.

Como já foi referido anteriormente a palavra felicidade é cada vez mais aplicada em estudos científicos de carácter académico, pois há um crescente interesse pelo bem-estar e saúde mental dos indivíduos pelos investigadores. Durante alguns anos foi investigado um conjunto de concepções que demonstraram que o conceito de felicidade no trabalho é bastante abrangente. Ao longo destes anos as conclusões que se têm retirado destas recentes concepções é que de algum modo a felicidade gera resultados benéficos no contexto laboral. Estas novas concepções apresentam traços semelhantes, pois, todas estão interligadas a comportamentos positivos no meio organizacional (Fisher, 2010).

O termo felicidade no trabalho, pode ainda ser compreendido como a geração emoções positivas por parte dos colaboradores em meio laboral, como também a forma como cada colaborador idealiza e desempenha as suas funções realçando as suas competências, conseguindo assim obter as metas estipuladas (Sousa & Porto, 2015).

Já Bataineh (2019) demonstra que o termo felicidade no trabalho, que para além de representar diversas sensações ao ser humano, pode igualmente indicar a presença de uma boa carreira a nível profissional. É afirmado que a felicidade tem-se mostrado relevante para as empresas, pois uma maior produtividade traduz-se em colaboradores com nível de felicidade elevado e, posto isto, os mesmos obterão diversos benefícios. Alguns desses benefícios poderão ser o aumento do seu salário ou até mesmo o desenvolvimento da sua carreira, o que terá um contributo relevante na satisfação do colaborador (Monteiro & Paula, 2022).

Awada & Ismail (2020) diz que o termo felicidade social apresenta algumas dissimilaridades em relação à felicidade pessoal, ainda para mais este termo consiste num estado de espírito que cada indivíduo se apresenta, arcando assim sentimentos de segurança e conforto em qualquer meio, mesmo o laboral. O mesmo autor salienta ainda que para assegurar os patamares idealizados de felicidade é necessário que as organizações possuam ambientes adequados para o efeito dos mesmos.

É possível verificar que a felicidade no trabalho apresenta três indicadores, sendo eles a satisfação do trabalho, o empenho nas tarefas e o compromisso para com a organização. O primeiro indicador, a satisfação no trabalho, entende-se como todos os

comportamentos que um indivíduo pode ter, tendo em conta a situação laboral que vive, como por exemplo a remuneração ou até mesmo o desenvolvimento da carreira. O empenho refere-se há forma como o colaborador se encontra motivado e o sentimento de felicidade que passa aos outros no desenvolvimento das suas tarefas laborais. O compromisso organizacional, indica o comprometimento que cada indivíduo tem com a empresa onde trabalha (Atan, Ozgit & Silman, 2021).

Costa, Ferreira e Oliveira (2022) referem que a psicologia positiva se encontra interligada à felicidade no trabalho. O propósito desta associação, é perceber de que forma o estudo dos fatores afetivos impactam ou não o surgimento de alterações os mais diversos níveis de desenvolvimento humano, podendo assim utilizar estas análises para atuar de modo preventivo. A psicologia positiva é proveniente de uma ramificação da psicologia. O principal propósito é compreender as atitudes, assim como, os possíveis efeitos que podem advir das mesmas e o modo como se manifestam em cada indivíduo ou até mesmo na sociedade.

Ainda em relação à psicologia positiva, Salas-Vallina, Alegre e Guerrero (2018) afirmam que esta mesma perspetiva diz que cada indivíduo age de modo que se criem bons momentos ao longo das suas vidas. Para tal, é necessário que, primeiramente, se compreenda a verdadeira definição de boas experiências de vida.

A felicidade no trabalho é fundamental, visto que uma grande parte da população encontra-se a trabalhar por necessidade, mas também para se sentirem mais completos e concretizados ao longo da vida. O estudo deste tema pode-se analisar várias perspetivas, tendo em consideração o objetivo a alcançar, pode considerar-se colaborador, a organização, e o clima vivido no local de trabalho (Garcia, Perea e Junco, 2019).

Os colaboradores mais felizes estarão aptos para tomar decisões e até mesmo resolver problemas que podem surgir, sendo que o tema da motivação é um dos fatores mais relevantes para alcançar níveis de felicidade positivos. Estes resultados podem ser espelhados através de atitudes por parte da empresa, ou em termos monetários, progressão de carreira entre outros, tudo isto pode auxiliar no aumento da motivação

de cada colaborador que por sua vez vai ser mais feliz no seu local de trabalho (Awada & Ismail, 2019).

Podendo assim se concluir que tendo em conta ao sexo há variadas dissemelhanças com a felicidade no trabalho, os autores Salas-Vallina, Alegre e Fernandez, (2016) garantem que através de estudos realizados consegue se perceber que o sexo feminino apresenta níveis de felicidade no meio laboral mais elevados do que o sexo masculino, apesar de o sexo feminino tem menos benefícios no mundo do trabalho.

1.1.3 Medidas da felicidade no trabalho

A existência de uma ferramenta em concreto na mensuração da felicidade no trabalho, ainda gera uma grande controvérsia por parte dos investigadores. Não é fácil definir uma ferramenta capaz de cobrir todas as especificidades inerentes ao conceito. Principalmente porque se trata de um conceito que está dependente da perceção dos indivíduos e que, por isso, apresenta um carácter facilmente mutável. Logo, é grande a complexidade no que concerne ao desenvolvimento de uma forma de mensuração. Posto isto, a literatura apresenta múltiplas formas de medição do conceito quer através da felicidade, como com recurso a construtos similares sob os quais a literatura tem recorrido para procurar a melhor forma de medir os níveis de felicidade. Os desenvolvimentos de formas de mensuração deste conceito são extremamente relevantes para a evolução e desenvolvimento da felicidade no trabalho (Butke et al, 2022).

De acordo com Fisher (2010) a felicidade apresenta diversas medidas que podem mostrar-se variáveis, isto é, a felicidade pode ser constituída por medidas modernas e tradicionais direccionadas com o meio organizacional. Algumas delas são:

- **Satisfação no trabalho**

A satisfação no trabalho consiste numa agregação entre situações que ocorrem a nível mental, físico e ambiental que levam ou não o colaborador a se sentir feliz e satisfeito com o que faz a nível profissional (Sender & Fleck, 2017). Fisher (2010) diz que esta medida é considerada um tipo de comportamento que o individuo pode ter, em que possui indicadores a nível cognitivo e sentimental, e ainda estes autores consideram a

satisfação no trabalho como uma das mais analisadas pelos investigadores. Por outro lado, é referido que este termo pode ser considerado muito abrangente, sendo que se interliga, maioritariamente a estados emocionais favoráveis (Costa, Oliveira & Ferreira, 2022).

Alguns autores mencionam ainda que este conceito é apresentado como um dos conceitos mais estudados nesta área. Contudo a satisfação no trabalho é ainda um conceito de grande complexidade, tal como a felicidade. Porém, pode referir-se que é um estado que pode se manifestar em cada indivíduo de forma diferente, como também pode se alterar em determinados momentos, ou seja, há alturas da vida em que uma pessoa pode estar mais satisfeita do que outras, assim como pode, igualmente, estar dependente do ambiente que vivem no mundo laboral. Posto isto, podemos verificar que existem diversas condicionantes para a representação da satisfação no trabalho (Ribeiro et al, 2022).

- **Envolvimento**

Os autores referem que o envolvimento no trabalho está ligado à forma de como o colaborador se envolve nas atividades laborais, como também com o nível de interesse que possui em relação ao seu trabalho de forma a garantir a sua própria honra (Ribeiro et al, 2022).

- **Comprometimento organizacional**

É alegado, por alguns autores que o comprometimento organizacional consiste na relação que cada colaborador tem com a organização trabalhando assim por sua própria vontade em prol do alcance das metas estipuladas pela mesma (Sender & Fleck, 2017). Por outro lado, o compromisso organizacional baseia-se numa condição mental que pode explicar a ligação que o trabalhador terá com a empresa, fazendo assim com que o mesmo possa escolher o melhor para si, como por exemplo querer ou não ficar na empresa onde trabalha (Ribeiro et al, 2022).

- **Motivação**

De acordo com Sender e Fleck (2017) a motivação apresenta uma definição mais generalizada. Esta, relaciona-se com a forma de como as pessoas agem no meio laboral. Para além disso, os autores referem que a motivação pode se dividir em duas formas, a intrínseca que consiste no modo como as pessoas efetuam alguma coisa de forma natural e sem esperarem nada em troca pelas suas ações. Por outro lado, a extrínseca consiste na forma as atitudes/comportamentos que cada individuo podem ou não ser condicionadas através do seu trabalho.

- **Engagement**

Santhanam e Srinivas (2019) os autores citados consideram que o *engagement* é o sentido a nível mental que cada sujeito possui na realização das suas tarefas no meio laboral. O *engagement* é um tema amplamente estudado por parte de investigadores, pois oferece diversas vantagens ao meio organizacional, os estudiosos relatam ainda que este termo maioritariamente está acima do compromisso empresarial, comportamento social e empresarial e empenhamento laboral, por outro lado, há quem considere que existe uma ligação diferente destes indicadores abordados anteriormente.

Este termo pode ser classificado igualmente como uma visão a nível psicológico favorável em relação às atividades que realiza no meio laboral, sendo que o mesmo se encontra ligado ao compromisso que o sujeito tem com a empresa onde executa as suas tarefas (Costa & Oliveira, 2020). Por outro lado, o *engagement* define-se pela grande satisfação e interesse que cada colaborador tem pela função que executa (Ribeiro et al, 2022).

- **Bem-estar**

Sender e Fleck (2017) afirmam que este termo é visto de um modo muito generalizado, no mundo laboral. Este termo consiste na situação que cada pessoa se encontra tendo em conta a análise que cada sujeito faz através do que se vê. E este conceito pode ser também considerado como bem-estar afetivo, pois assim possibilita discriminar da saúde

física. Ainda é referido que este conceito se encontra relacionado com a perspetiva hedónica, sendo que o mesmo se encontra também ele ligado aos sentimentos afetuosos (Costa, Oliveira & Ferreira, 2022).

1.2 Responsabilidade social corporativa

A responsabilidade social corporativa é cada vez mais vista como um modelo estratégico aplicado nas organizações, para além disso, as empresas com o desenvolvimento de mais planos estratégicos ajudam na competitividade da sustentabilidade com os seus *stakeholders* internos e externos (Jeong, Kang & Choi, 2022). A responsabilidade social corporativa promove os benefícios competitivos dentro da organização (Bauer, 2022).

O presente tópico vai iniciar com uma breve revisão da literatura sobre o conceito da responsabilidade social analisando assim diversas definições do mesmo e a evolução que foi sofrendo ao longo dos anos, apresentando as dimensões que podem caraterizar a responsabilidade social corporativa e também as perspetivas dos colaboradores em relação à responsabilidade social.

1.2.1 Conceito e evolução de responsabilidade social corporativa

O tema responsabilidade social corporativa atualmente encontra-se presente em contexto organizacional, pois as organizações veem cada vez mais como uma estratégia que gera vantagens, contudo a responsabilidade social corporativa é ainda caraterizada por apresentar uma escassa teoria para a sua utilização. Portanto a informação dada não capacitava os gestores de a aplicar na prática, para contornar esta situação os investigadores promovem o uso de agendas de pesquisa descritiva, sendo um auxílio para as organizações focando-se na responsabilidade social corporativa e facilitar na perceção da sua teoria e para seguidamente a aplicar de forma correta (Martín, Duran-Heras & Sánchez, 2022).

A predominância do uso desta estratégia dentro das organizações tem se devido ao facto da crescente preocupação com temas relacionados com a sociedade,

enquadrando as dimensões que caracterizam a responsabilidade social corporativa (económicas, sociais e ambientais) (Ferreira & Lima, 2020).

Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas e Diaz-Carrion (2020) afirmam que a responsabilidade social corporativa demonstra ser fundamental para uma organização como um plano estratégico com o objetivo de gerar valor. O uso da estratégia da responsabilidade social corporativa torna ainda relevante, devido à forma como constrói os seus três indicadores: o corporativo (a estratégia cria meios e aptidões que se caracterizam como únicos); organizacional (através da responsabilidade social corporativa é criando mais benefícios favorecendo a organização distinguindo-se assim de todos os outros) e funcional (onde a responsabilidade social corporativa auxilia nas estratégias baseadas na mudança, clareza e qualidade).

No ponto de vista de Martín, Duran-Heras e Sánchez (2022) o tema responsabilidade social corporativa tem tido cada vez mais relevância nos estudos realizados a nível académico. Os autores referidos no parágrafo anterior afirmam que a responsabilidade social corporativa está interligada aos bons comportamentos que os indivíduos devem ter numa sociedade e que é muito mais que o cumprimento de regras, mas sim comportamentos corretos de modo voluntário, os mesmos salientam também que responsabilidade social corporativa já se encontra presente desde o ano 1930 nos estudos universitários.

É referido que a responsabilidade social nas empresas possui diversos princípios que podem ajudar na aplicação da responsabilidade social corporativa através dos indicadores económicos, sociais e ambientais também eles denominados por triple bottom linha (Martín, Duran-Heras & Sánchez, 2022).

Entende-se assim que a responsabilidade social corporativa é cada vez mais vista como um modelo estratégico aplicado nas organizações, para além disso as empresas com o desenvolvimento de mais planos estratégicos ajudam na competitividade da sustentabilidade com os seus *stakeholders* internos e externo (Jeong, Kang & Choi, 2022). A responsabilidade social corporativa promove os benefícios competitivos dentro da organização (Bauer, 2022).

Tendo em conta a evolução da responsabilidade social corporativa pode-se constatar através Berniak-Wozny et al. (2023) que foi na década de 1960 que se deu o maior avanço por parte dos estudiosos deste tema, desenvolvendo e aprofundando a definição da responsabilidade social corporativa, dando assim mais corpo nesta abordagem. A responsabilidade social corporativa na década de 1960, era aplicada em função das decisões tomadas pelos superiores recolhendo assim o maior proveito possível da responsabilidade a nível social (MO, 2019).

No percorrer da década de 1970 houve convenções sociais e surgimento de novas regras que ajudou numa melhor interpretação desta matéria a responsabilidade social corporativa, como já havia sido referido anteriormente no fim da década de 1960 (Agudelo & Davídsdóttir, 2019). De acordo com os mesmos autores através das informações dos investigadores foi possível oferecer às organizações formas de aplicar a responsabilidade social corporativa de modo que se incluía as diversas dimensões, como as ambientais, segurança e direitos dos colaboradores, dadas por meio das novas normas afixadas. Com isto esta década ofereceu uma maior robustez à definição do tema em relação à década anterior (Berniak-Wozny et al., 2023).

No ano de 1980 o autor Thomas M. Jones foi considerado o primórdio no estudo da definição da estratégia responsabilidade social corporativa, sendo assim vista com uma maior abertura para que fossem tomadas decisões que gerassem atitudes corporativas positivas, conseguiu também de um modo funcional gerar ferramentas e formas de calcular a responsabilidade social corporativa (Agudelo & Davídsdóttir, 2019). Esta década ficou marcada pelo aprofundamento das questões práticas da estratégia para que fosse encontrado formas corretas de aplicar esta estratégia (Berniak-Wozny et al., 2023).

Agudelo e Davídsdóttir (2019) referem que foi na década de 1990 onde houve um crescente aumento de interesse por a responsabilidade social corporativa, tendo ainda adquirido mais relevância a nível internacional, pois a existência de acontecimentos mundiais que invocavam uma maior preocupação desenvolvimento sustentável em conjunto com a crescente globalização. E por isso a responsabilidade social corporativa

tornou-se um componente fundamental na criação de planos estratégicos na década de 90 (Berniak-Wozny et al., 2023).

Agudelo e Davídsdóttir (2019) referem que a responsabilidade social corporativa na década de 2000 já apresentava um papel bastante presente dentro das organizações assumindo assim um novo significado a nível social, garantindo soluções consoante as necessidades que iam surgindo na sociedade, estas resoluções teriam que ser baseadas sustentabilidade, com isto as empresas tinham que idealizar já estratégias para o efetuar. Os anos 2000 foram marcados por um grande avanço a nível da informação corporativa, alcançando o objetivo de a organização progredir consoante o crescimento e desenvolvimento do mercado onde se encontra inserida, (Berniak-Wozny et al., 2023).

Já na década 2010 as organizações focaram-se no aperfeiçoamento da aplicação da estratégia de responsabilidade social corporativa como também nos efeitos que a mesma poderia ter em relação aos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) (Agudelo & Davídsdóttir, 2019). Ainda é importante referir que esta década foi constituída por um grande número ações corporativas sustentáveis (Berniak-Wozny et al., 2023).

Sendo assim, a responsabilidade social corporativa tem sido um tema cada vez mais desenvolvido e gerado interesse por parte das organizações (Neves & Albuquerque, 2018). Ainda é referido que responsabilidade social corporativa está cada vez mais presente no mundo laboral, pois, é considerada uma área em ascensão, é possível perceber que a atividade realizada neste ramo tem se desenvolvido em grande velocidade, estas atividades são maioritariamente centradas na parte interna da organização, com o objetivo de gerar algumas alterações a nível do procedimento de produtividade para que haja um menor efeito negativo ambiental.

Para além, disso há também as atividades a nível externo da organização que são constituídas pelo modo que executa os investimentos tanto em edifícios, em coletividades centralizadas como também eventos solidários (Singh, 2016).

1.2.2 Dimensões Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social corporativa pode ser conceituada através de quatro dimensões as económicas, éticas, legais e discricionárias (Jeong, Kang & Choi, 2022). As quatro dimensões mencionadas anteriormente são denominadas por o modelo de Carroll, onde é demonstrada através de uma pirâmide que apresenta na base a dimensão económica, por sua vez nas posições médias encontram-se as dimensões legal e social, no topo está a dimensão filantrópica, todas as dimensões presentes na pirâmide terão que ser vistas como um todo na hora da aplicação do modelo, ou seja, de algum modo se interligarem umas com as outras e também deve-se ter em conta a sua ordem. Portanto só se alcança a dimensão do topo quando as restantes estiverem concluídas, sem tirando importância a nenhuma delas (Diez-Cañamero, Bishara, Otegi-Olaso, Minguez & Fernández, 2020).

Mohammed & Rashid (2018) referem o modelo de Carroll é constituído por 4 dimensões (económica, legal, ética e discricionária) e que cada uma possui a sua especificidade. Os mesmos autores definem as quatro dimensões como:

- ✓ Dimensão económica: esta dimensão consiste nas responsabilidades que a organização tem para com os *stakeholders* a nível económico;
- ✓ Dimensão legal: consiste nas obrigações relacionadas com o acatamento de regras estipuladas pela entidade reguladora;
- ✓ Dimensão ética: esta dimensão representa as responsabilidades que a organização tem nas decisões que tomam de forma que sejam congruentes e vantajosas;
- ✓ Dimensão discricionária: esta dimensão está relacionada com as responsabilidades de se integrar e envolver-se em ações que impulsionam o bem-estar dos colaboradores;

Estas perspetivas existem para auxiliar a organização a alcançar os seus benefícios ou lucros através de ações comerciais reais e de forma ética, como também a prestação de serviços com o intuito de promover o bem-estar da sociedade (Jeong, Kang & Choi, 2022). Os mesmos autores clarificam que, para além de todos os objetivos referidos

anteriormente estas perspetivas auxiliam na questão da aprovação da sociedade onde se encontra inserida.

Pode-se dizer ainda que a responsabilidade social corporativa pode ser classificada através de três grandes dimensões sendo também denominada por Triple Bottom Line sendo elas a dimensão social, dimensão ambiental e a dimensão económica, por isso as organizações tem em conta estas três dimensões como fundamentais para as mesmas titulando-as como bases da responsabilidade social corporativa (MO, 2019).

- **Dimensão social**

Considerando que cada vez mais as organizações sentem necessidade de estarem integradas na sociedade transmitindo uma boa imagem da mesma, tendo como principal, propósito focarem-se mais na parte estratégica da responsabilidade social corporativa e não só na área negocial, criando mais interesse do mundo sustentável, com isto existirá uma maior oportunidade de se alcançar o sucesso na organização por um período de tempo alargado (MO, 2019). Este mesmo autor alega que a dimensão social tem como principal função cumprir obrigações para com os seus clientes, colaboradores e sociedade, sendo fundamental para gerar vantagens para a coletividade como também alcançar as metas criadas por a sociedade e o grupo que compõe a organização.

A dimensão social apresenta duas perspetivas a interna e a externa. Tendo em conta a Comissão Europeia (2001) a dimensão interna foca-se mais em questões relacionadas com o mundo organizacional como atividades sociais que atuam de forma responsável por meio dos colaboradores aplicando estas mesmas ações com investimento do capital humano, saúde, proteção e administração das alterações que podem vir a surgir. Por outro lado, a dimensão social externa focaliza-se em tudo o que está fora da organização, ou seja, tudo que se encontra ligado à comunidade local de integração dos colaboradores, e dos restantes *stakeholders* (ex. fornecedores, clientes, etc.).

- **Dimensão económica**

Na perspetiva económica é possível compreender que esta dimensão auxilia as organizações a alcançar alguns benefícios do negócio para os seus *stakeholders* como também consegue ajudar nas questões de oferecimento de trabalho, na criação de diversos bens e serviços adquirindo o maior lucro possível. Posto isto, pode-se constatar que as organizações têm como objetivo procurar estratégias eficazes de modo que se consiga desenvolver e crescer a todos os níveis nos negócios que possuem (Mohammed & Rashid, 2018).

- **Dimensão ambiental**

No ano de 1970 a dimensão ambiental tornou-se um fator muito relevante para a área empresarial revelando-se uma das dimensões que mais suscitava interesse no âmbito da responsabilidade social corporativa. O tema da sustentabilidade ambiental é cada vez mais visto como um assunto relevante para os indivíduos gerado alguma preocupação, pois as organizações são uma das maiores causadoras de efeitos negativos no meio ambiente com os níveis altos de poluição, portanto as empresas devem ao máximo proteger o meio ambiente aplicando estratégias mais sustentáveis (MO, 2019).

1.2.3 Perspetiva dos colaboradores sobre a responsabilidade social

Os colaboradores fazem parte dos *stakeholders* com um nível de relevância grande sendo assim considerados um dos fatores que geram sucesso na empresa. Neste sentido é dito que os colaboradores são de facto relevantes sendo os maiores motivadores pela aplicação contínua de um plano estratégico de responsabilidade social de determinada empresa. É fundamental a existência e aplicação de ferramentas de responsabilidade social corporativa, sendo que os objetivos e classificações da aplicação dos mesmos também é considerada relevante, é igualmente importante referir que o colaborador poderá auxiliar no uso desta estratégia, pois, os mesmo podem assim retirar algum proveito deste método de forma direta ou indireta (Duarte & Neves, 2011).

De acordo com Jeong, Kang e Choi (2022) uma empresa que revela demonstrar grande importância nas diversas questões tanto sociais, económicas e ambientais consegue obter mais facilmente colaboradores integrados. A organização que se mostra

empenhada em aplicar a responsabilidade social corporativa, vai apresentar uma diminuição na rotatividade que por sua vez, a motivação dos colaboradores irá se tornar positiva e igualmente poderá eventualmente auxiliar nas questões de entre ajuda. Os mesmos autores explicam que os fatores positivos que podem ser gerados por meio do uso da responsabilidade social corporativa irão fornecer informações para que os colaboradores tenham uma favorável visão da aplicação desta estratégia na organização.

Os colaboradores conseguem de alguma forma analisar e classificar a aplicação da estratégia da responsabilidade social corporativa nas empresas, apesar de tudo, isto não possibilita uma compreensão concreta e profunda desta matéria por parte dos mesmos, sendo interpretado de forma mais superficial, ou seja, não veem do ponto de vista empresarial. Com isto os autores pretendem demonstrar que os colaboradores têm variadas perspectivas que são as visões mais focadas neles próprios como nos casos dos horários de trabalho mais flexíveis, formações, ambiente de trabalho entre outros, isto tendo em conta a responsabilidade social a nível interno. Por outro lado, a visão que o colaborador obtém através da perspectiva da responsabilidade social externa é mais concentrada nos *stakeholders* externos como a criação de incentivos, aumento das ajudas a nível social. Já nas tarefas da responsabilidade social corporativa relacionadas com o plano estratégico da organização os colaboradores associam mais a normas ligadas à sustentabilidade (Bauer, 2022).

É importante ressaltar que a visão que os colaboradores têm em relação à responsabilidade social corporativa pode ser considerada fundamental na forma como é realizada a abordagem para com os seus *stakeholders* tanto internos como externos, podendo ter efeitos positivos ou negativos, dependendo da perspectiva que os trabalhadores possuem (Bauer, 2022). O mesmo autor refere ainda, que através de diversas investigações do tema, as perspectivas que os colaboradores têm em relação à responsabilidade social corporativa pode condicionar de alguma forma outros fatores organizacionais como por exemplo o clima que se vive na empresa ou até a imagem que a sociedade pode ter, e por isso se torna fundamental analisar e investigar de forma profunda.

Caso os colaboradores, através dos seus pontos de vista, entendam que a empresa onde realizam as suas funções age de modo equitativo entre todos os que trabalham, e consequentemente ainda tem preocupação com a saúde mental e bem-estar dos colaboradores, os mesmos irão ter atitudes e comportamentos que favoreça a empresa tendo como benefícios a satisfação e um maior empenho por parte dos trabalhadores na execução das suas tarefas. Por isso tanto as atitudes como o empenho nas tarefas são elementos fundamentais e muito influenciadores da responsabilidade social corporativa, sendo assim relevante perceber e interpretar este tema (Cunha, Proença & Ferreira, 2022). Referem igualmente, que no momento em que a organização demonstra ser preocupada e cuidadosa com o colaborador através da responsabilidade social corporativa automaticamente irá ajudar nas questões de integração na organização, um maior compromisso com a mesma e também as relações entre o meio laboral e os colaboradores melhora, ou seja, veem de modo positivo as tarefas que realizam e fazem na com prazer.

Sarfraz et al., (2018) afirmam que a responsabilidade social corporativa pode ser perspectivada como um elemento fundamental para os colaboradores considerando assim como uma preocupação por parte da organização, sendo que os colaboradores compõem uma das peças mais relevantes dentro de uma organização. Tendo em conta que a perceção da responsabilidade social corporativa pode ajudar a criar bons comportamentos por parte dos colaboradores, e no aumento da satisfação dos indivíduos.

Os envolvimento dos colaboradores nas ações interligadas à responsabilidade social corporativa podem criar diversas vantagens para o mesmo, através de tarefas criadas ou até partilha de opiniões. Os resultados obtidos através deste tema podem variar consoante a interpretação e importância que cada indivíduo dá ao mesmo (Cunha, Proença & Ferreira, 2022). Os mesmos autores garantem que a responsabilidade social corporativa a nível organizacional é caracterizada por *bottom-up*, tudo isto leva os colaboradores a criar um caminho guiando-se desse modo. E ainda referem que este

tema ao ser aplicado através de um sistema começando pela base até ao topo, conduz a uma maior relevância por parte dos colaboradores.

O uso desta estratégia nas organizações ajuda de alguma forma alcançar o sucesso em relação às que não aplicam este método, portanto a utilização da responsabilidade social corporativa possibilita então uma diminuição na rotatividade, admissão de novos talentos, um maior compromisso entre outros (Bauer, 2022). O mesmo autor afirma que as condutas e ações dos colaboradores condiciona em grande parte as organizações, por isso é necessário que haja uma clareza e interpretação da ligação da responsabilidade social corporativa com colaboradores, sendo assim a conduta e visão dos colaboradores podem ser persuadidos pelo desempenho social corporativo. Posto isto, através desta estratégia as organizações conseguem obter colaboradores satisfeitos, promovendo uma boa ligação com a empresa que por sua vez, vai ajudar a salvaguardar o bem-estar dos trabalhadores.

Cunha, Proença e Ferreira (2022) consideram que o desempenho dos colaboradores vai de alguma forma impactar os resultados da responsabilidade social corporativa e o modo que os indivíduos a perspetivam. É referido ainda que colocar em prática esta estratégia auxilia na ligação que os colaboradores podem obter com a organização.

A responsabilidade social corporativa se encontra maioritariamente interligada a questões sociais no âmbito da notoriedade empresarial ou até a imagem que faz passar para o exterior como também o favorecimento da autoestima de cada indivíduo. É importante ressaltar que a responsabilidade social corporativa pode gerar por parte dos colaboradores uma grande satisfação por as organizações criarem uma visão do mundo empresarial em que os trabalhadores são considerados um elemento social de grande valor (Singh, 2016).

1.3 Relação entre a felicidade no trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

No presente tópico será realizada uma breve abordagem da relação que existe entre a felicidade no trabalho e a responsabilidade social corporativa, e como ambas em conjunto tornam-se fundamentais para o crescimento da organização e para o bem-estar dos colaboradores. A responsabilidade social corporativa tem efeitos benéficos a nível social, tudo isto deve-se à evolução que as empresas têm tido ao longo dos anos no relacionamento que mantinham com as suas partes interessadas e sociedade, tendo em conta que as organizações nos tempos atuais aplicam diversas ferramentas a nível social de forma consciente tendo como intuito garantir uma maior satisfação por parte das suas partes interessadas internas (Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas & Diaz-Carrion, 2020).

Portanto, a parte da responsabilidade social corporativa interna traz vários benefícios tanto para cada sujeito como para a empresa e a sociedade (Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas & Diaz-Carrion, 2020). Os mesmos autores garantem que a parte interna do tema que está a ser abordado, auxilia no desenvolvimento de questões relacionadas com a motivação, comprometimento, a honestidade dos colaboradores, satisfação dos colaboradores e bem-estar dos mesmos. Com isto percebe-se que a parte interna da responsabilidade social corporativa pode cooperar no bem-estar e satisfação dos colaboradores como também auxiliar de forma vantajosa as organizações no seu desenvolvimento e crescimento.

Sabe-se que existe uma relação evidente entre o tema da responsabilidade social corporativa e a felicidade no trabalho sendo as mesmas caracterizadas por fatores elucidativos como uma perspetiva de justiça que pode ser criada para os colaboradores por parte da responsabilidade social corporativa. Como se pode ver a perspetiva de justiça dentro da empresa condiciona os comportamentos dos colaboradores, levando os mesmos a sentirem-se injustiçados por algo que aconteceu e o levar a ter comportamentos menos corretos, para além disso, pode levar alguma insatisfação e infelicidade no trabalho. Por exemplo em situações que há uma falta de valorização por parte da empresa para com um colaborador e que o mesmo dá o máximo de si, irá

considerar injusto gerando revolta e tristeza (Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas & Diaz-Carrion, 2020).

É referido por autores que o tema da felicidade no trabalho encontra-se interligado à responsabilidade social corporativa, há cada vez mais ações a incentivar as organizações e a investir na integração a nível social de forma geral, tendo como objetivo desenvolver e melhorar as vivências. As ações sociais corporativas têm de alguma forma vindo complementar diversos indicadores para que haja um progresso enquanto indivíduos, sentimentos, nas relações que têm entre as pessoas e também no âmbito da sustentabilidade do meio ambiente (Chia, Kerne & Neville, 2020).

Gorovei (2020) garante que uma das formas de combate aos problemas relacionados com a saúde mental dos colaboradores, é maioritariamente através de eventos e ações de responsabilidade social corporativa. As organizações que optam por este tipo de estratégias têm como principal objetivo melhorar a saúde mental dos indivíduos e com isso leva as empresas a alcançarem grandes margens de lucros demonstrando assim à sociedade que se preocupam com estes temas, cativando ainda mais. O mesmo autor refere que este tipo de ações beneficia a responsabilidade social corporativa e igualmente os restantes envolvidos.

Posto isto, é perceptível que existência de colaboradores satisfeitos e felizes na organização será mais um ponto positivo para a mesma pois, os colaboradores que nela trabalham apontaram a empresa como uma boa referencia para os seus conhecidos e família. Sendo assim a satisfação dos colaboradores pelas atitudes benéficas da RCS gera um crescimento na produtividade da organização, acrescentando assim vantagens para ambas as partes (Gorovei, 2020). O mesmo autor alega que a integração em ações de carácter interno da responsabilidade social corporativa oferece algum apreço para com os colaboradores por o clima organizacional que pode ser gerado.

Os colaboradores ao ter uma boa perceção da responsabilidade social corporativa torna-os mais satisfeitos a nível profissional, por isso pode-se dizer que os mesmos conseguem assim vivenciar bons estados emocionais e conseqüentemente aumentado os níveis de felicidade no meio laboral (Jeong, Kang & Choi, 2022). Os autores referidos

anteriormente garantem ainda que a responsabilidade social corporativa de alguma forma persuade beneficemente a ligação das emoções do colaborador com a empresa onde executam as suas funções e assim, criam uma forte união entre eles fazendo aumentar os níveis de felicidade no trabalho.

Através de outros estudos sabe-se que as organizações que se entregam de modo eficaz nas tarefas relacionadas com a responsabilidade social corporativa e felicidade no trabalho irão aumentar de alguma forma a felicidade social holística, tendo em conta as perspetivas hedónicas, eudemónicas, concretas e abrangentes. Com isto, vão conseguir obter indivíduos mais felizes, pois eles irão tirar o maior partido de vivências que geram felicidade (Chia, Kerne & Neville, 2020).

Um colaborador que vive feliz possibilita uma maior ligação com o sítio onde trabalha, leva a um maior equilíbrio entre os indivíduos, também quando há um colaborador numa empresa com níveis positivos de felicidade existe uma maior probabilidade de empenhar-se mais nas tarefas que lhe são impostas trazendo vantagens para a organização. As empresas que consideram fundamental a criação de eventos ou ações que impulsionam a felicidade, e a estratégia da responsabilidade social corporativa, irão criar uma imagem mais positiva perante a sociedade demonstrando preocupação pelos seus colaboradores gerando também uma maior afetividade que os trabalhadores tem para com a empresa (Cunha, Proença & Ferreira, 2019).

A relação dos termos felicidade e responsabilidade social corporativa estimula os pressupostos para criar um maior destaque, onde o principal objetivo é desenvolver e potenciar o negócio ao máximo obtendo um maior rendimento, através de diversas investigações acerca do tema é possível entender que a utilização destas práticas nas organizações irá potenciar efeitos positivos nos seus *stakeholders* mais em concreto colaboradores e clientes. (Chia & Kern, 2021). Os mesmos autores alegam que para os próximos estudos realizados deste tema é necessário entender e interpretar os efeitos da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho aplicando de um modo mais abrangente tendo em consideração todos os seus *stakeholders*, para além disso

consideram que seja relevante estabelecer várias suposições e modos de utilização do sistema de responsabilidade social corporativa com a felicidade.

O envolvimento das empresas ao proporcionar sistemas que criam bem-estar entre os colaboradores encontra-se interligado à responsabilidade social corporativa, esta ferramenta atua de modo favorável o ponto de vista da sociedade demonstrando assim preocupação e interesse por estas práticas, um dos propósitos da responsabilidade social corporativa é potenciar os efeitos positivos e reduzir os negativos de uma organização (Juchnowicz & Kinowska, 2021). Alegam ainda as ações criadas pela responsabilidade social corporativa, faz com que os seus *stakeholders* consigam ver que a empresa realmente se esforça e se empenha nestas questões relacionadas com os colaboradores, sustentabilidade do ambiente e sociedade, para além disso estas ações integram a realização de métodos que geram condições de trabalho e por sua vez ter colaboradores se sintam satisfeitos.

Os autores Ahmad et al. (2023) esclarecem que o bem-estar subjetivo estimula na proteção da saúde mental dos colaboradores revertendo indicadores desfavoráveis. É possível compreender que a responsabilidade social corporativa tem um papel preponderante sobre a visão que os colaboradores podem ter do bem-estar subjetivo. Os autores clarificam ainda que a aplicação da estratégia responsabilidade social corporativa auxilia no bem-estar dando resposta às necessidades dos colaboradores, para além disso esta estratégia leva os colaboradores a sentirem-se mais felizes contrariando a ideia de trabalhar por obrigação. Portanto tudo isto faz perceber a felicidade, empenho e motivação advém dos níveis positivos de felicidade consequentemente levará a sentirem-se mais satisfeitos.

Sendo assim, é possível verificar através de alguns investigadores a ação executada pela responsabilidade social corporativa mostra-se fundamental e tem cada vez mais um papel preponderante nas organizações tendo assim, efeitos positivos e benéficos para os colaboradores apresentando índices de felicidade positivos e dando a conhecer a organização à sociedade de modo favorável para a mesma (Gorovei, 2020).

Parte II – Estudo Empírico

2 Metodologia

No presente capítulo é realizado a investigação, sendo apresentado o problema de investigação e consequentemente as hipóteses. Posteriormente será feito o estudo metodológico, o instrumento de recolha de dados, público-alvo, os processos aplicados para a realização da investigação e também a análise dos dados recolhidos.

Estabelecer um problema de investigação no estudo é fundamental para obtenção de respostas. Com isto a questão inicial, no qual se procura uma resposta através deste estudo é:

A responsabilidade social corporativa tem impacto na felicidade dos colaboradores?

Esta questão inicial irá auxiliar neste estudo de modo que se compreenda o impacto que responsabilidade social corporativa tem na felicidade dos colaboradores.

2.1 Objetivos de investigação

Para este estudo é necessário estabelecer objetivos para alcançar as respostas ao problema estipulado nesta investigação. Por isso foi estabelecido um objetivo geral neste estudo e os objetivos específicos de forma a dar resposta ao problema.

Objetivo geral para este estudo será:

- Compreender de que modo a responsabilidade social corporativa impacta a felicidade dos colaboradores.

Os objetivos definidos para este estudo serão os seguintes:

- Compreender qual das dimensões da responsabilidade social corporativa tem mais impacto na felicidade.
- Compreender se as perceções sobre responsabilidade social corporativa dos colaboradores é um conceito multidimensional.
- Verificar se as características sociodemográficas podem impactar a forma como os colaboradores avaliam a felicidade.

2.2 Hipóteses

Depois de definir os objetivos do estudo é necessário estabelecer as hipóteses de investigação. Estas hipóteses apresentadas estão em consonância com a revisão da literatura e pretendem dar resposta aos objetivos definidos.

2.2.1 Hipótese 1 (H1)

Tendo em consideração a hipótese abaixo definida, “se os trabalhadores tiverem a perceção de que a sua organização distribui de forma justa os rendimentos e as promoções com base em critérios objetivos, oferece oportunidades iguais a todos os trabalhadores, etc., é provável que tenham atitudes positivas em relação ao empregador e níveis mais elevados de felicidade no trabalho” (Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas & Diaz-Carrion, 2020, p.6).

H1: Existe impacto positivo entre cada uma das dimensões da responsabilidade social corporativa e a felicidade no trabalho.

- ✓ H1a: Existe impacto positivo da dimensão económica da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.
- ✓ H1b: Existe impacto positivo da dimensão ética da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.
- ✓ H1c: Existe impacto positivo da dimensão legal da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.
- ✓ H1d: Existe impacto positivo da dimensão discricionária da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.

2.2.2 Hipótese 2 (H2)

H2: O sexo feminino apresenta níveis de felicidade no meio laboral mais elevados do que o sexo masculino.

Salas-Vallina, Alegre e Fernandez (2016) garantem que através de estudos realizados consegue-se perceber que o sexo feminino apresenta níveis de felicidade no meio laboral mais elevados do que o sexo masculino.

2.3 Modelo conceptual

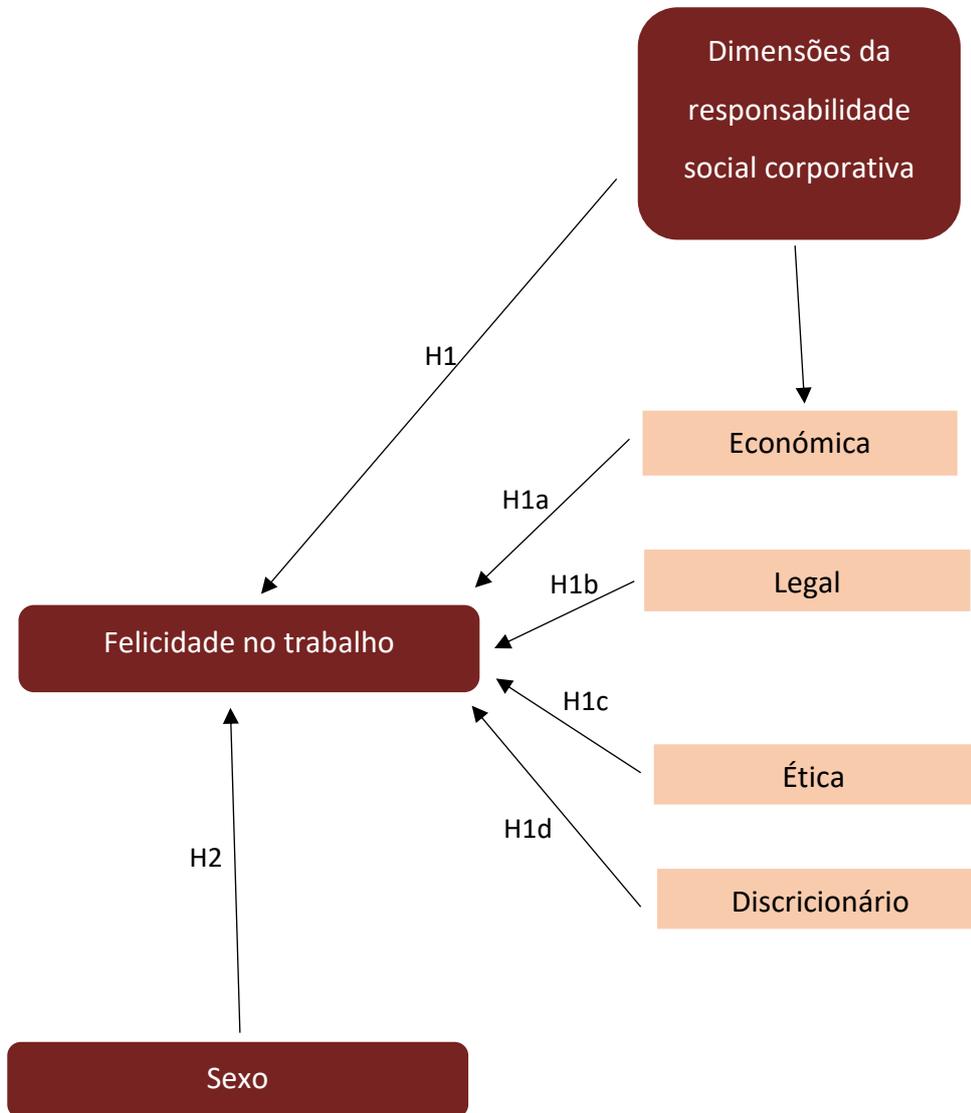


Figura 1 - Modelo conceptual

2.4 Instrumentos de recolha de dados

A realização desta investigação terá como principal objetivo obter dados da felicidade no trabalho e da responsabilidade social corporativa e de que forma estes dois temas se podem impactar. Por isso e tendo em conta o tema da dissertação, decidimos

desenvolver um inquérito por questionário de forma recolher os dados para a realização deste estudo. O inquérito realizado teve como principal foco alcançar o maior número de dados, para conseqüentemente se realizar uma análise profunda da informação obtida, podendo assim, perceber se a responsabilidade social corporativa pode ter algum impacto e relação com a felicidade no trabalho nos colaboradores.

2.4.1 Pré-teste

O pré-teste foi feito depois da construção e análise do formulário, sendo realizado por 5 pessoas dia 10 de outubro de 2023. O pré teste teve como principal função verificar a existência de lacunas que pudesse criar dúvidas aos inquiridos e para perceber se as questões que se encontravam no inquérito eram compreendidas de forma clara. Depois da realização do pré-teste não foi necessário fazer qualquer alteração, pois os indivíduos compreenderam tudo com clareza.

2.4.2 Construção do inquérito

O inquérito foi construído tendo por base duas escalas, sendo uma delas dos autores Salas-Vallina e Alegre (2018) que mede a felicidade no trabalho e Maignan e Ferrell (1998) que medem a percepção da responsabilidade social corporativa.

O questionário que se encontra no anexo A, é composto por três secções com um total de 27 questões. A seguinte tabela apresenta em consiste cada secção do questionário:

Secções do questionário

1ª secção

- As questões são baseadas numa versão reduzida da escala de Happiness at work (HAW), dos autores Salas-Vallina & Alegre (2018) e traduzida na tese de Carneiro (2021). Esta é uma escala constituída por nove itens, com o intuito de medir dimensões tais como, o *engagement*, a satisfação com o trabalho e o compromisso organizacional afetivo.
- Os nove itens desta escala subdividem-se em três dimensões que são as seguintes:

	<ul style="list-style-type: none">• <i>Engagement</i>: 1, 2 e 3;• Satisfação no trabalho: 4, 5 e 6;• Compromisso: 7, 8 e 9; <p>- O questionário apresenta uma escala de Liker de cinco pontos, variando de 1 (discordo totalmente), 2 (discordo) , 3, (Não concordo nem discordo), 4 (concordo) e 5 (concordo totalmente).</p>
2ª secção	<p>- As questões são fundamentadas pela escala de percepção da responsabilidade social empresarial de Maignan e Ferrell (1998), que inclui 12 itens baseados em questões éticas, legais, económicas e discricionárias.</p> <p>- Esta dimensões encontram-se subdivididas nas 12 questões:</p> <ul style="list-style-type: none">• Económica: 1, 2 e 4;• Legal: 3, 5 e 6;• Ética:7, 8 e 9;• Discricionária: 10, 11 e 12; <p>- A escala varia de 1(discordo totalmente), 2(discordo), 3 (Não concordo nem discordo), 4 (concordo), 5 (concordo totalmente).</p>
3ª secção	<p>- É composto por 6 questões que pretendem aferir o sexo, idades, habilitações literárias, setor de atividade, cargo/função que exerce e antiguidade.</p>

Tabela 1 - Secções do questionário

2.5 Tratamento e análise de dados

A obtenção dos resultados irá ser quantitativa de forma a obter maior certeza nos dados que se pretende alcançar pois, esses mesmos resultados deverão ser tratados por meios de informática específica. O formulário foi construído na plataforma Microsoft Forms, a escolha desta ferramenta deveu-se à sua facilidade e eficácia.

As ferramentas utilizadas neste estudo foram a análise descritiva da caracterização sociodemográfica, bem como da escala da felicidade no trabalho e da responsabilidade social corporativa. De seguida foi elaborado o modelo de equações estruturais e o teste não paramétrico de forma a validar as hipóteses formuladas para o estudo. No tratamento e análise dos dados usou-se *Jamovi* (v.2.3.21).

2.6 Análise dos resultados

Esta etapa consiste em analisar toda a informação recolhida, tendo que interpretar e compreender os dados obtidos, com o propósito de verificar se a responsabilidade impacta positivamente na felicidade no trabalho.

Nesta fase começamos por realizar uma análise descritiva da caracterização sociodemográfica e, conseqüentemente, a caracterização organizacional. Foi elaborada uma tabela com todas as médias das duas escalas presentes no questionário (felicidade no trabalho e responsabilidade social corporativa). Posteriormente, foi realizada o modelo de equações estruturais de forma analisar as hipóteses formuladas. Por último, é realizado o teste de hipóteses de forma a validar ou não as hipóteses.

2.6.1 Caracterização da Amostra

Os questionários serão feitos de forma anónima e só será possível identificar as idades, sexo e habilitações do colaborador para o estudo em causa. A população estudada é referente a todos os indivíduos que se encontram no ativo, abrangendo várias empresas de diversos setores de atividade. Foi obtido neste questionário cerca de 105 respostas.

2.6.2 Caracterização sociodemográfica

Tendo em conta aos grupos etários percebe-se que a idade que mais se destaca é entre os 36-50 anos com 42 respostas tendo uma percentagem de 40%. Por outro lado, o que apresenta a menor significância é o grupo etário com idade superior a 50 anos com 9 respostas, apresentando uma percentagem 8,6%.

Idade		
Idades	Contagem	% do Total
18 - 25	18	17.1%
26 - 30	19	18.1%
31 - 35	17	16.2%
36 - 50	42	40.0%
50+	9	8.6%

Tabela 2 - Idades

Tendo em conta aos grupos etários percebe-se que a idade que mais se destaca é entre os 36-50 anos com 42 respostas tendo uma percentagem de 40.0%. Por outro lado, o que apresenta a menor significância é superior a 50 anos com 9 respostas, apresentando uma percentagem 8,6%.

Sexo	Frequência absoluta	% do Total
Feminino	53	50.5%
Masculino	52	49.5%

Tabela 3 - Sexo

Verificando os dados obtidos na tabela 3 do sexo dos inquiridos e sendo que a amostra é de 105 indivíduos, 49,5% (52) são do sexo feminino e 50,5% (53) são do sexo masculino.

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

Habilitações literárias	Contagem	% do Total
Ensino Básico – 3º ciclo (9º ano)	5	4.8%
Ensino secundário ou equivalente	19	18.1%
Curso técnico superior	6	5.7%
Licenciatura	42	40.0%
Mestrado	29	27.6%
Doutoramento	4	3.8%

Tabela 4 - Habilitações literárias

Relativamente às habilitações literárias, é possível verificar através da tabela 4 que o grau de licenciatura é o que mais se destaca com 42 respostas (representado 40% da amostra), seguido do grau de mestrado (27,6%). Por outro lado, o que menos se evidenciou foi o ensino básico (9º ano) com 4,8% e o doutoramento 3,8%.

2.6.3 Caracterização Organizacional

Setor de atividade	Frequência absoluta	% do Total
Indústria	50	47.6%
Serviços	29	27.6%
Comércio	14	13.3%
Construção civil	7	6.7%
Turismo	5	4.8%

Tabela 5 - Setor de atividade

Através dos inquéritos realizados verifica-se pela tabela acima indicada que o setor predominante é a indústria com 50 respostas (47,6%), seguindo os serviços com 29 respostas (27,6%).

Antiguidade	Frequência absoluta	% do Total
<1 ano	19	18.1%
1 ano – 5 anos	40	38.1%

5 anos – 10 anos	17	16.2%
+ 10 anos	29	27.6%

Tabela 6 - Antiguidade

Tendo em conta a antiguidade pode-se concluir através da tabela acima apresentada que a grande parte dos inquiridos encontram-se a trabalhar numa organização entre 1 ano a 5 anos com 40 respostas.

2.6.4 Caracterização das dimensões em estudo

Escala da felicidade no trabalho

Afirmação	Média
1. No meu trabalho sinto-me com força e energia.	3.96
2. Estou entusiasmado/a com o meu trabalho.	3.80
3. Quando estou a trabalhar “deixo-me ir” e o tempo “voa”	3.96
4. Estou satisfeito/a com o tipo de trabalho que executo	3.79
5. Estou satisfeito/a com o salário que recebo pelo meu trabalho.	2.91
6. Estou satisfeito/a com as oportunidades de carreira (promoção) que existem no meu trabalho.	3.15
7. Seria muito feliz se passasse o resto da minha carreira nesta empresa.	3.22
8. Sinto-me emocionalmente ligado a esta empresa.	3.58
9. Tenho um forte sentimento de pertença a esta empresa.	3.50

Tabela 7 - Escala da felicidade no trabalho

Verificando a tabela acima percebemos que de todas as afirmações da escala da felicidade no trabalho a que mais se destaca pela média é as afirmações “No meu trabalho sinto-me com força e energia” e “Quando estou a trabalhar “deixo-me ir” e o tempo “voa”” com uma média de 3.96, este valor indica que grande parte dos inquiridos concordaram com as afirmações. Por outro lado, a afirmação que apresenta a média

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

mais baixa é a “Estou satisfeito/a com o salário que recebo pelo meu trabalho” com 2.91, ou seja, percebe-se que a maioria dos inquiridos não concordava, nem discordavam com a afirmação.

Escala da responsabilidade social corporativa

Afirmação	Média
1. A nossa empresa dispõe de um procedimento para responder a todas as queixas dos colaboradores.	3.50
2. Melhoramos continuamente a qualidade dos nossos produtos.	3.84
3. Os gestores desta organização tentam cumprir a lei e os regulamentos.	4.10
4. A direção de topo estabelece estratégias de longo prazo para o negócio.	3.96
5. A nossa empresa procura cumprir todas as leis que regulam a contratação e os benefícios dos empregados.	3.99
6. Temos programas que incentivam a diversidade da nossa força de trabalho.	3.52
7. A nossa empresa tem um código de conduta abrangente.	3.84
8. Os membros da nossa organização seguem padrões profissionais.	3.92
9. Os gestores de topo monitorizam os potenciais impactos negativos das nossas atividades na nossa comunidade.	3.56
10. A nossa empresa incentiva os funcionários a aderirem a organizações cívicas que apoiam a nossa comunidade.	3.40
11. As políticas flexíveis da empresa permitem que os funcionários coordenem melhor a vida profissional e pessoal.	3.59
12. A nossa empresa efetua contribuições adequadas para instituições de caridade.	3.51

Tabela 8 - Escala da responsabilidade social corporativa

Tendo em conta a tabela acima indicada da escala da responsabilidade social corporativa observa-se que a afirmação com a média mais elevada é “Os gestores desta organização tentam cumprir a lei e os regulamentos” com 4.10, este valor indica que a maioria dos inquiridos responderam que concordavam totalmente com a afirmação. Logo em seguida temos a afirmação “A nossa empresa procura cumprir todas as leis que regulam

a contratação e os benefícios dos empregados” com 3.99, este valor indica que a maior parte dos indivíduos responderam que concordavam com a afirmação. Contudo a que menos se destaca pela sua média é a afirmação “A nossa empresa incentiva os funcionários a aderirem a organizações cívicas que apoiam a nossa comunidade” com 3.40, tendo em conta o valor apresentado percebe-se que a maioria dos inquiridos responderam que não concordavam nem discordavam.

2.6.5 Verificação e validação das hipóteses em estudo

Depois da análise dos dados, passa-se para a verificação das hipóteses para que seja possível tirar uma conclusão dos resultados obtidos e perceber se as mesmas são válidas.

2.6.6 Hipótese 1

H1: Existe impacto positivo entre cada uma das dimensões da responsabilidade social corporativa e a felicidade no trabalho.

O modelo de equações estruturais consiste numa análise das ligações com os construtos do estudo em causa, sendo uma técnica fiável quando há uma ausência de normalidade (Bido & Silva, 2019). De forma a analisar estas hipóteses, optou-se por aplicar o modelo de equações estruturais de forma que se possa criar uma relação entre as dimensões da responsabilidade social corporativa com a felicidade no trabalho, este modelo foi elaborado no PLS.

Variáveis excluídas				
Construtos	Itens	Média	Desvio-padrão	Loading
Felicidade	FTE3 - Quando estou a trabalhar “deixo-me ir” e o tempo “voa”	3.962	0.847	0.659
	FTJS2 - Estou satisfeito/a com o salário que recebo pelo meu trabalho.	2.914	0.992	0.634

Tabela 9 - Variáveis excluídas

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

Começamos por excluir dois itens FTE3 e FTJS2, esta exclusão deveu-se ao facto de as cargas fatoriais (*loadings*) serem inferiores a 0.7 com valores de 0.659 e 0.634.

Média, desvio-padrão e cargas fatoriais dos indicadores							
Construtos	Itens	Média	Desvio-padrão	Loading	Estatística (O/STDEV)	p-value	VIF
Felicidade	FTE1 - No meu trabalho sinto-me com força e energia.	3.962	0.868	0.799	17.002	0.000	3.640
	FTE2 - Estou entusiasmado/a com o meu trabalho.	3.800	1.012	0.849	22.043	0.000	4.991
	FTE3 - Quando estou a trabalhar “deixo-me ir” e o tempo “voa”	3.962	0.847	0.659	7676	0.000	1847
	FTJS1 - Estou satisfeito/a com o tipo de trabalho que executo	3.790	0.971	0.839	25.346	0.000	3.794
	FTJS2 - Estou satisfeito/a com o salário que recebo pelo meu trabalho.	2.914	0.992	0.634	7.240	0.000	1.780
	FTJS3 - Estou satisfeito/a com as oportunidades de carreira (promoção) que existem no meu trabalho.	3.152	1.122	0.823	27.804	0.000	3.016
	FTCP1 - Seria muito feliz se passasse o resto da minha carreira nesta empresa.	3.219	1.100	0.775	14.424	0.000	2.360
	FTCP2 - Sinto-me emocionalmente ligado a esta empresa.	3.581	1.098	0.765	13.985	0.000	4.957
	FTCP3 - Tenho um forte sentimento de	3.505	1.077	0.815	19.797	0.000	5.308

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

	pertença a esta empresa.						
RSC- Dimensão Económica	RSCE1 - A nossa empresa dispõe de um procedimento para responder a todas as queixas dos colaboradores.	3.505	1.156	0.820	22.584	0.000	1.612
	RSCE2 - Melhoramos continuamente a qualidade dos nossos produtos.	3.838	0.849	0.829	19.855	0.000	1.673
	RSCE4 - A direção de topo estabelece estratégias de longo prazo para o negócio.	3.962	0.917	0.880	27.718	0.000	2.054
RSC- Dimensão Legal	RSCL3 - Os gestores desta organização tentam cumprir a lei e os regulamentos.	4.105	0.826	0.865	28.496	0.000	2.187
	RSCL5 - A nossa empresa procura cumprir todas as leis que regulam a contratação e os benefícios dos empregados.	3.990	0.832	0.899	36.043	0.000	2.556
	RSCL6 - Temos programas que incentivam a diversidade da nossa força de trabalho.	3.524	0.974	0.847	22.417	0.000	1.714
RSC – Dimensão ética	RSCET7 - A nossa empresa tem um código de conduta abrangente.	3.838	0.818	0.832	16.601	0.000	1.638
	RSCET8 - Os membros da nossa organização seguem padrões profissionais.	3.924	0.835	0.892	37.854	0.000	2.112

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

	RSCET9 - Os gestores de topo monitorizam os potenciais impactos negativos das nossas atividades na nossa comunidade.	3.562	0.964	0.859	21.327	0.000	2.109
RSC – Dimensão Discricionária	RSCD10 - A nossa empresa incentiva os funcionários a aderirem a organizações cívicas que apoiam a nossa comunidade.	3.400	1.031	0.804	13.985	0.000	1.554
	RSCD11 - As políticas flexíveis da empresa permitem que os funcionários coordenem melhor a vida profissional e pessoal.	3.590	1.006	0.853	29.949	0.000	1.375
	RSCD12 - A nossa empresa efetua contribuições adequadas para instituições de caridade.	3.514	0.938	0.744	10.925	0.000	1.445

Tabela 10 - Média, desvio padrão e cargas fatoriais dos indicadores

Verificando a carga fatorial (*loadings*) da tabela acima, percebe-se que todos os valores são superiores a 0.7 exceto os itens FTE3 e FTJS2 como já foi referido anteriormente sendo os mesmos excluídos. Com isto conclui-se que as fiabilidades das dimensões apresentam uma validade convergente. Marôco (2011) refere que os valores de referência para as cargas fatoriais superiores a 0.7 são consideradas fiáveis.

Validade e fiabilidade dos construtos

Construtos	Alpha de Cronbach	de	Fiabilidade composta (rho_a)	Fiabilidade composta (rho_c)	Variância Média Extraída (AVE)
Felicidade	0.916		0.921	0.931	0.603
RSC- Dimensão económica	0.796		0.796	0.881	0.711
RSC – Dimensão legal	0.840		0.841	0.904	0.758
RSC – Dimensão ética	0.827		0.839	0.896	0.742
RSC – Dimensão discricionária	0.730		0.776	0.843	0.643

Tabela 11 - Validade e fiabilidade dos construtos

Tendo em conta aos valores referência descritas por Marôco (2018) o alpha de cronbach pode ser considerada:

- Muito bom – Valores superiores a 0.9;
- Bom – Valores entre os 0.8 e 0.9;
- Razoável – Valores entre os 0.7 e 0.8;
- Aceitável – Valores entre os 0.6 a 0.7;
- Inaceitável – Valores inferiores a 0.6;

Em conformidade com a tabela, podemos verificar que todos de alpha de cronbach são superiores a 0.7. Sendo que os construtos da felicidade e discricionários são considerados valores razoáveis e o económico, legal e ético são classificados como bons.

Tendo em conta a variância média extraída (AVE) podemos observar que todas as variáveis latentes (económica, legal, ética, discricionária e felicidade) apresentam valores superiores a 0.5. Bido e Da Silva (2019) referem que os valores referência do AVE

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

é >0.5. com isto conclui-se que os resultados obtidos dizem que há uma validação elevada convergente.

Relações estruturais dos constructos

Relações estruturais	Hipótese	VIF	F2	Coefficiente estrutural	Erro de padrão	t-value	p-value	R2 ajustado
Dimensão económica ↔ Felicidade no trabalho	H1a	3.725	0.053	0.299	0.136	2.202	0.028	0.531
Dimensão legal ↔ Felicidade no trabalho	H1b	4.348	0.053	0.324	0.154	2.096	0.036	
Dimensão ética ↔ Felicidade no trabalho	H1c	4.298	0.002	-0.054	0.136	0.401	0.688	
Dimensão discricionária ↔ Felicidade no trabalho	H1d	2.650	0.046	0.325	0.106	2.207	0.027	

Tabela 12 - Relações estruturais dos constructos

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

Verificando as relações estruturais é possível perceber que o único *p-value* que é superior a 0.5 é a H1c onde relaciona a dimensão ética com a felicidade no trabalho. Já as restantes hipóteses apresentam um valor inferior a 0.5. Já os valores do *t-value* mais uma vez a H1c apresenta um valor inferior a 1.96, sendo assim, esta hipótese não é considerada válida.

Conclui-se assim que todas as outras hipóteses são válidas (H1a,H1b, H1d), pois a relação entre as dimensões económicas, legais e discricionárias com a felicidade no trabalho são positivas e significativas.

Na tabela seguinte, é apresentado as hipóteses formuladas para o este estudo.

Hipótese	Decisão
H1a: Existe impacto da dimensão económica da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.	Validada (+)
H1b: Existe impacto da dimensão legal da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.	Validada (+)
H1c: Existe impacto da dimensão ética da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.	Não validada (-)
H1d: Existe impacto da dimensão discricionária da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho.	Validada (+)
H2: O sexo feminino apresenta níveis de felicidade no meio laboral mais elevados do que o sexo masculino	Não validada (-)

Tabela 13 - Validação das Hipóteses

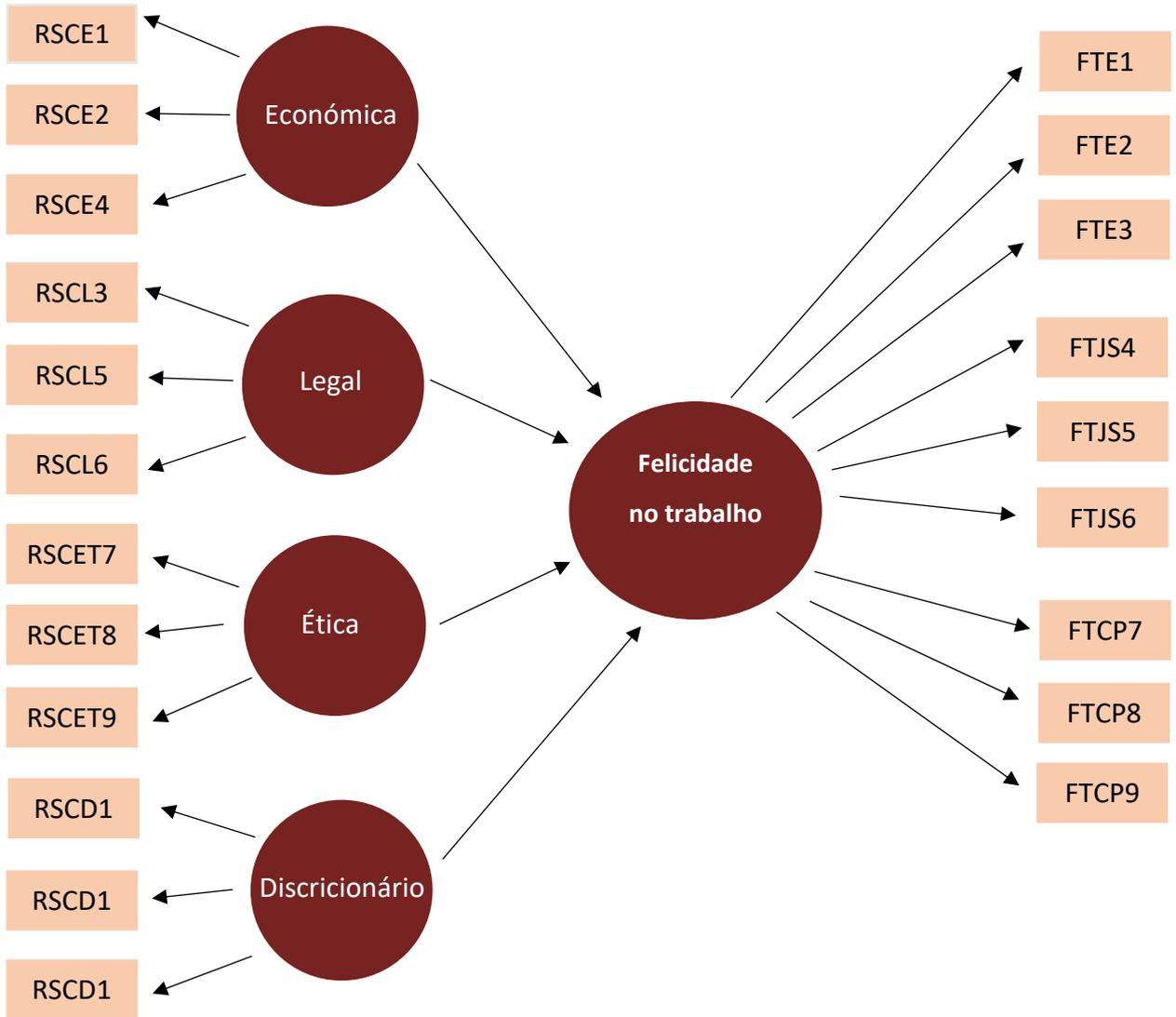


Figura 2 - Diagrama de trajetória

2.6.7 Hipótese 2

Na hipótese 2 relacionou-se o construto da felicidade no trabalho com o sexo dos colaboradores. A aplicação do teste não-paramétrico U de Mann-Whitney deveu-se ao facto da normalidade da felicidade no trabalho não apresentar uma distribuição normal como também a falta de homogeneidade.

- **H0:** A média da felicidade no trabalho do sexo feminino é igual ao masculino.
- **Ha:** A média da felicidade no trabalho do sexo feminino difere do masculino.

Teste t para amostras independentes		Estatística	p
Felicidade no trabalho	U de Mann-Whitney	1288	0.564

Nota: $H_a \mu_{\text{feminino}} \neq \mu_{\text{masculino}}$

Tabela 14 - Teste t para amostras independentes

Tendo em conta a tabela percebemos que a média da felicidade no trabalho entre o sexo feminino e masculino é igual, podendo se verificar através do teste de Mann-Whitney U com valor de 1288 e um *p-value* de 0.564

$p\text{-value} = 0.564 > \alpha = 0,05 \rightarrow$ rejeita-se a H_a

Com isto conclui-se que a hipótese H_2 não é validada, pois não há diferenças entre os sexos com os níveis de felicidade no trabalho registados.

3 Conclusões e Discussão de Resultados

3.1 Principais conclusões

A elaboração deste estudo teve como principal objetivo compreender de que forma a responsabilidade social corporativa impacta a felicidade no trabalho, e se os seus resultados são ou não positivos, tendo por base colaboradores de diversos setores de atividade.

Os resultados obtidos neste estudo seguiram a linha do que foi sustentado na revisão da literatura “se os trabalhadores tiverem a perceção de que a sua organização distribui de forma justa os rendimentos e as promoções com base em critérios objetivos, oferece oportunidades iguais a todos os trabalhadores, etc., é provável que tenham atitudes positivas em relação ao empregador e níveis mais elevados de felicidade no trabalho” (Espasandin-Bustelo, Ganaza-Vargas & Diaz-Carrion, 2020, p.6), formulando assim, a hipótese 1 “Existe impacto positivo entre cada uma das dimensões da responsabilidade social corporativa e a felicidade no trabalho”.

Considerando então a primeira hipótese pretendeu-se compreender se cada uma das dimensões (económica, legal, ética e discricionária) podem impactar positivamente a felicidade no trabalho. Sendo que pode-se concluir que através dos resultados obtidos neste estudo todas as dimensões da responsabilidade social corporativa foram confirmadas à exceção da (H1c: Existe impacto positivo da dimensão ética da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho). Posto isto, percebe-se que a (H1a: Existe impacto positivo da dimensão económica da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho); (H1b: Existe impacto positivo da dimensão legal da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho); (H1d: Existe impacto positivo da dimensão discricionária da responsabilidade social corporativa na felicidade no trabalho), foram validadas.

Para analisar o sexo com a felicidade dos colaboradores foi elaborada uma hipótese onde se pretendia perceber se o sexo feminino apresenta níveis de felicidade no meio laboral mais elevados do que o sexo masculino (Sallas- Vallina & Alegre, 2018). Através

dos resultados obtidos neste estudo entendeu-se que não existem diferenças entre o sexo feminino e masculino, pois ambos apresentam níveis positivos de felicidade no trabalho.

De um modo geral, depois da análise do presente estudo, conclui-se que as dimensões da responsabilidade social corporativa de alguma forma impactam positivamente a felicidade dos colaboradores. Sendo assim podemos ainda concluir que a felicidade no trabalho apresenta encontra-se interligada com a responsabilidade social corporativa.

3.2 Limitações

No decorrer da elaboração desta investigação foram sentidas algumas limitações e dificuldades. Uma das maiores dificuldades sentidas nesta dissertação a escassez de literatura relaciona-se os dois temas centrais deste estudo, a felicidade no trabalho com a responsabilidade social corporativa. Também houve algumas dificuldades em encontrar informação que sustenta-se os aspetos sociodemográficos (sexo, idade e habilitações literárias) com a felicidade no trabalho.

Foi igualmente uma limitação a divulgação dos inquéritos, pois o público alvo era toda a população que se encontrava no ativo, sendo contactados por redes sociais de forma informal, demonstrando pouca adesão na resposta ao questionário.

3.3 Recomendações para estudos futuros

As recomendações dadas para estudos futuros, seria realizar um estudo que relaciona-se os aspetos sociodemográficos com felicidade no trabalho, pois na elaboração desta dissertação percebemos que não existia literatura que sustenta-se alguns aspetos sociodemográficos como a idade e habilitações literárias com a felicidade. Outra das recomendações seria elaborar mais estudos científicos sobre a relação entre os dois temas a felicidade no trabalho e a responsabilidade social corporativa, pois são temas cada vez mais atuais.

4 Referências Bibliográficas

Agudelo, M. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3-23. DOI:10.1186/s40991-018-0039-y

Ahmad N, Ullah Z, Ryu HB, Ariza-Montes A & Han H. (2023). From Corporate Social Responsibility to Employee Well-Being: Navigating the Pathway to Sustainable Healthcare. *Psychology Research and Behavior Management*, 1079-1095. DOI:10.2147/PRBM.S398586

Atan, A.; Ozgit, H.; Silman, F. (2021). Happiness at Work and Motivation for a Sustainable Workforce: Evidence from Female Hotel Employees. *Sustainability*, 1-17. DOI:10.3390/su13147778

Awada, F. I. N. I. (2019). Happiness in the Workplace. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 1496-1500. DOI:10.35940/ijitee.I3313.0789S319

Bataineh, K. a. (2019). Impact of Work-Life Balance, Happiness at Work, on Employee Performance. *International Business Research*, 99-112. DOI:10.5539/ibr.v12n2p99

Bauer, E. L. (2022). Linking Perceived Corporate Social Responsibility and Employee Well-Being—A Eudaimonia Perspective. *Sustainability*, 1-23. DOI:10.3390/su141610240

Berniak-Wozny, J., Kwasek, A., Gasinski, H., Maciaszczyk, M., Kocot, M. (2023). Business Case for Corporate Social Responsibility in Small and Medium Enterprises—Employees' Perspective. *Sustainability*, 1-17. DOI:10.3390/su15021660

Bido, D., & Silva, D. (2019). SmartPLS 3: especificação, estimação, avaliação e relato. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 20(2), 1-31.

Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). Routledge. DOI:10.4324/9780203805534

Butke, J. C. S., Oliveira, A. M. B., & Zarelli, P. R. (2022). Escalas para medição do nível de felicidade no trabalho: uma revisão sistemática de literatura [Conference Paper].

Conference: XIV CASI - Congresso de Administração, Sociedade e Inovação, Brasil.
https://www.researchgate.net/publication/361017376_Escalas_para_medicao_do_nivel_de_felicidade_no_trabalho_uma_revisao_sistemica_de_literatura

Carneiro, M. T. S. M. (2021). Felicidade No Trabalho E Interação Familiar: Um Estudo Com Enfermeiros De Um Agrupamento De Centros De Saúde [Master's thesis, Escola Superior De Enfermagem Do Porto]. <http://hdl.handle.net/10400.26/38949>

Chia, A., & Kern, M. L. (2021). When Positive Psychology and CSR Collide. Joan Marques (1ª ed.), Business With a Conscience (pp.395-407). Routledge. DOI:10.4324/9781003139461-33

Chia, A., Kern, M. L., & Neville, B. A. (2020). CSR for Happiness: Corporate determinants of societal happiness as social responsibility. Business Ethics, the Environment & Responsibility, DOI: 1-16. 10.1111/beer.12274

Comissão Europeia (2001). Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Livro Verde. https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20020416/doc05a_pt.pdf

Costa, N., & Oliveira, C. M. (2020). RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO COM A VIDA, ENGAGEMENT E O BURNOUT—Aplicação aos Docentes do Ensino Superior em Portugal [Conference Paper]. VI Encontro Científico da UI&D, Santarém. https://www.researchgate.net/publication/359415723_RELACAO_ENTRE_SATISFACAO_COM_A_VIDA_ENGAGEMENT_E_O_BURNOUT-Aplicacao_aos_Docentes_do_Ensino_Superior_em_Portugal

Costa, N., Oliveira, C., & Ferreira, P. (2022). How to Measure the Happy-Productive Worker Thesis. IntechOpen. DOI:10.5772/intechopen.107429

Cunha, S.; Proença, T.; Ferreira, M.R. (2022). Employees Perceptions about Corporate Social Responsibility—Understanding CSR and Job Engagement through Meaningfulness, Bottom-Up Approach and Calling Orientation. Sustainability 1-24. DOI:10.3390/su142114606

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

Diez-Cañamero, B.; Bishara, T.; Otegi-Olaso, J.R.; Minguez, R.; Fernández, J.M. (2020). Measurement of Corporate Social Responsibility: A Review of Corporate Sustainability Indexes, Rankings and Ratings. *Sustainability* 1-36. DOI:10.3390/su12052153

Duarte, A. P., & Neves, J. (2011). Relação entre a responsabilidade social percebida e a satisfação no trabalho: O papel mediador da imagem organizacional. M. Roberto, M. Batista, R. Morais, R. Costa, L. Lima, *Percursos da investigação em psicologia social e organizacional* (pp.105-118). Colibri.

https://www.researchgate.net/publication/235428476_Relacao_entre_responsabilidade_social_percebida_e_satisfacao_no_trabalho_O_papel_mediador_da_imagem_organizacional

Elpo, P. S. & Lemos, D. C. (2022). Felicidade no Trabalho: Conceitos, Elementos Antecessores e Temas Transversais. *Perspetivas Contemporâneas*, 17(1), 1–19. DOI:10.54372/pc.2022.v17.3253

Espasandín-Bustelo, F., Ganaza-Vargas, J. and Diaz-Carrion, R. (2021). Employee happiness and corporate social responsibility: the role of organizational culture. *The International Journal*. 609-629. DOI:10.1108/ER-07-2020-0343

Fidelis, A. C. F., Fernandes, A. J., & Tisott, P. B. (2017). A Relação entre Felicidade e Trabalho: Um Estudo Exploratório com Profissionais Ativos e Aposentados. *Revista do Departamento de Psicologia*, 2(1), 19-23. DOI:10.18226/35353535.v4.2015.83

Fisher, C. D. (2010). Happiness at Work. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), 384–412. DOI:10.1111/j.1468-2370.2009.00270.x

Garcia, C. R., Perea, J. G., & Junco, J. (2019). La Felicidad en el Trabajo: Validacion de una Escala de Medida. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 59(5), 327-340. DOI:10.1590/s0034-759020190503

Gorovei, A. A. (2020). How CSR Programs Affect Employees Happiness. A Literature Survey [Conference Paper]. *BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption*, Itália.

https://www.researchgate.net/publication/342124082_BASIQ_2020_Conference_proceedings

Jeong, J. G.; Kang, S. W.; Choi, S.B. (2022) A Multilevel Study of the Relationship between CSR Promotion Climate and Happiness at Work via Organizational Identification: Moderation Effect of Leader. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 1-19. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116637>

Juchnowicz, M.; Kinowska, H. (2021). Employee Well-Being and Digital Work during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*. 1-23. DOI:10.3390/info12080293

Maignan, I., & Ferrell, O. (1998). Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of French businesses. *Journal of Business Research*, 37-51. DOI:10.1016/S0148-2963(99)00042-9

Marôco, J. (2018). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. Lisboa: ReportNumber.

Martin, R. G., Duran-Heras, A., & Sánchez, K. R. (2022). Analysis of the Main Corporate Social Responsibility Drivers and Barriers and Their Foreseeable Evolution—Evidence from Two Leading Multinationals: The Airbus and TASL Cases. *Sustainability*, 1-23. DOI:10.3390/su14138167

Mo, S. (2019). Exploring the Corporate Social Responsibility Dimensions that Affect Customer Satisfaction and Loyalty [Master's thesis, KDI School of Public Policy and Management].

<https://archives.kdischool.ac.kr/bitstream/11125/32848/1/Exploring%20the%20corporate%20social%20responsibility%20dimensions%20that%20affect%20customer%20satisfaction%20and%20loyalty.pdf>

Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). A conceptual model of corporate social responsibility dimensions, brand image, and customer satisfaction in Malaysian hotel industry. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 358-364. DOI:10.1016/j.kjss.2018.04.001

Monteiro, T. M. C., & Paula, A. V. (2022). A Felicidade no Contexto do Trabalho: Uma Revisão Sistemática. *Revista FSA*, 19(12), 280-294. DOI:10.12819/2022.19.12.14

Neves, J., & Albuquerque, F. (2018). Imposto de renda de empresas portuguesas de capital aberto em relatórios financeiros e de Responsabilidade Social Corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 21(3), 464-485. DOI:10.7819/rbgn.v21i3.4009

Oliveira, M., Ferreira, M. R., & Lima, V. (2015). Responsabilidade Social Corporativa: Conceito, Instrumentos De Gestão E Normas. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 6(2), 161-172. DOI:10.6008/1115

Paschoal, T., Torres, C. V., & Porto, J. B. (2010). Felicidade no trabalho: Relações com Suporte Organizacional e Suporte Social. *Revista Administrativa Contemporânea*, 14(6), 1054-1072. DOI:10.1590/S1415-65552010000700005

Ribeiro, A. S. P., Araújo, P., Nascimento, L., Fernandes, R., & Ferreira, M. (2022). Felicidade Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho numa indústria joalheira. *Research, Society and Development*, 11(4), 1-22. DOI:10.33448/rsd-v11i4.26965

Santhanam, N., & Srinivas, S. (2019). Modeling the impact of employee engagement and happiness on burnout and turnover intention among blue-collar workers at a manufacturing company. *Benchmarking: An International Journal*, 499-516. 10.1108/BIJ-01-2019-0007

Sarfraz, M., Qun, W., Ibrahim Abdullah, M., & Alvi, A. T. (2018). Employees' Perception of Corporate Social Responsibility Impact on Employee Outcomes: Mediating Role of Organizational Justice for Small and Medium Enterprises (SMEs). *Sustainability*, 10(7). DOI:10.3390/su10072429

Salas-Vallina, A., & Alegre, J. (2018). Happiness at work: Developing a shorter measure. *Journal of Management & Organization*. *Journal of Management & Organization*, 460-480. DOI:10.1017/jmo.2018.24

Salas-Vallina, A., Alegre, J., & Guerrero, R. F. (2018). Happiness at work in knowledge-intensive contexts: Opening the research agenda. *European Research on Management and Business Economics*, 149-159. DOI:10.1016/j.iiedeen.2018.05.003

Sender, G., & Fleck, D. (2017). As Organizações e a Felicidade no Trabalho: Uma Perspetiva Integrada. *Revista de Administração contemporânea*, 21(6), 764-787. DOI:10.1590/1982-7849rac2017160284

Singh, J. (2016). Study of Relation between CSR and Employee Engagement in Hotel Industry. IGI Global. DOI:10.4018/978-1-4666-9902-1.ch005

Sousa, J. M., & Porto, J. B. (2015). Happiness at work: Organizational values and person-organization fit impact. *Paidéia*, 25(61), 211–220. DOI:10.1590/1982-43272561201509

Turban, D., & Yan, W. (2016). Relationship of eudaimonia and hedonia with work outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 1006 - 1020. DOI:10.1108/JMP-07-2015-0271

ANEXO A: Questionário

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

O presente questionário é desenvolvido no âmbito da dissertação para obtenção do grau de Mestre em Gestão pelo ISLA - Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA-IPGT).

A população em estudo é toda a comunidade que se encontra no ativo.

Para o efeito, solicitamos a vossa participação no preenchimento de um breve questionário, com uma duração total de aproximadamente 5 **minutos**. Não existem respostas certas ou erradas, o que se pretende é obter uma opinião objetiva, honesta e pessoal.

É importante que leia atentamente e responda a todas as questões. A participação neste estudo tem um carácter voluntário, pelo que pode negá-la ou decidir interromper o preenchimento do questionário, a qualquer momento, se assim o entender. Todos os dados recolhidos são anónimos e confidenciais.

O questionário foi desenvolvido de forma a não solicitar dados sensíveis, dando cumprimento ao previsto no regulamento Geral de Proteção de Dados Pessoais.

O questionário foi validado pela Comissão de Ética do ISLA - IPGT. Se pretender algum esclarecimento sobre este estudo, por favor contacte Andreia Almeida (andrea_almeida7@hotmail.com; 913722475) ou as suas orientadoras Sandra Oliveira (sandra.oliveira@islaia.pt) e Natália Costa (natalia.costa@islaia.pt).

Contamos com a vossa colaboração!

Secção 1

Bem-vindo/a

Ao clicar continuar declaro ter tomado conhecimento sobre a informação acerca deste estudo e que aceito participar no mesmo.

1. 1. Encontra-se neste momento a trabalhar a tempo inteiro numa empresa?

Sim

Não

Secção 2

Felicidade no trabalho

As afirmações apresentadas abaixo pretendem medir a felicidade no trabalho. Para isso, a escala selecionada é a versão reduzida da escala de Happiness at work (HAW), dos autores Salas-Vallina & Alegre (2018) e traduzida na tese de Carneiro (2021). Esta é uma escala constituída por nove itens, com o intuito de medir dimensões tais como, o *engagement*, a satisfação com o trabalho e o compromisso organizacional afetivo. O questionário compreende nove itens, variando de 1, "discordo totalmente", a 5, "concordo totalmente".

2. Indique de que forma se sente face a cada uma das nove afirmações que se apresentam abaixo, considerando a escala de cinco pontos.

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1. No meu trabalho sinto-me com força e energia					
2. Estou entusiasmado/a com o meu trabalho					
3. Quando estou a trabalhar					

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

“deixo-me ir” e o tempo “voa”					
4. Estou satisfeito/a com o tipo de trabalho que executo					
5. Estou satisfeito/a com o salário que recebo pelo meu trabalho					
6. Estou satisfeito/a com as oportunidades de carreira (promoção) que existem no meu trabalho					
7. Seria muito feliz se passasse o resto da minha carreira nesta empresa.					
8. Sinto-me emocionalmente ligado a esta empresa.					
9. Tenho um forte sentimento de pertença a esta empresa.					

Secção 3

A perceção dos colaboradores em relação à responsabilidade social corporativa

As questões apresentadas abaixo foram baseadas a partir da escala de perceção da responsabilidade social empresarial de Maignan e Ferrell (1998), que inclui 12 itens baseados em questões éticas, legais, económicas e discricionárias.

5. Indique de que forma se sente face a cada uma das doze afirmações que se apresentam abaixo, considerando a escala de cinco pontos.

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1. A nossa empresa dispõe de um procedimento para responder a todas as queixas dos colaboradores.					
2. Melhoramos continuamente a qualidade dos nossos produtos.					
3. Os gestores desta organização tentam cumprir a lei e os regulamentos.					
4. A direção de topo estabelece estratégias de longo prazo para o negócio.					
5. A nossa empresa procura cumprir todas as leis que regulam a contratação e os benefícios dos empregados.					
6. Temos programas que incentivam a diversidade da nossa força de trabalho.					

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

7. A nossa empresa tem um código de conduta abrangente.					
8. Os membros da nossa organização seguem padrões profissionais.					
9. Os gestores de topo monitorizam os potenciais impactos negativos das nossas atividades na nossa comunidade.					
10. A nossa empresa incentiva os funcionários a aderirem a organizações cívicas que apoiam a nossa comunidade.					
11. As políticas flexíveis da empresa permitem que os funcionários coordenem melhor a vida profissional e pessoal.					
12. A nossa empresa efetua contribuições adequadas para instituições de caridade.					

Secção 4

Dados Pessoais e Profissionais

4. Sexo *

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não responder

5. Idade *

- 18-25
- 26-30
- 31-35
- 36-50
- 50+

A Relação Entre a Felicidade no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa

6. Habilitações literárias *

- Ensino Básico - 1º ciclo (4ºano)
- Ensino Básico - 2º ciclo (6ºano)
- Ensino Básico - 3º ciclo (9ºano)
- Ensino Secundário ou Equivalente
- Curso Técnico Superior (CTeSP)
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

7. Qual é o setor de atividade onde trabalha? *

8. Qual o cargo/função que exerce na empresa? *

9. Há quanto tempo se encontra a trabalhar nesta empresa? *

- < 1 ano
- 1 ano - 5 anos
- 5 anos - 10 anos
- + 10 anos

Secção 5

Obrigada pelo tempo dispensado!

A sua colaboração foi muito importante para o desenvolvimento deste estudo. Grata pela cooperação.