

COMO A AUTENTICIDADE PODE ATRAIR COLABORADORES

ARTIGO: A autenticidade no local de trabalho como um atributo da atratividade do empregador

HOW AUTHENTICITY CAN ATTRACT EMPLOYEES

ARTICLE: *Workplace authenticity as an attribute of employer attractiveness*

AUTORES | AUTHORS

Germano Glufke Reis, Maria Beatriz Braga, Jordi Trullen

REVISTA | JOURNAL

Personnel Review 46 (8): 1962-1976, 2017



RESUMO

O objetivo deste trabalho é investigar a relevância da autenticidade como um possível atributo da atratividade do empregador. Além disso, o estudo compara autenticidade com outros fatores de atratividade, como valores econômicos, de desenvolvimento, sociais, de interesse e de aplicação. Uma pesquisa foi realizada com um total de 937 entrevistados. O questionário consistiu na escala de atratividade do empregador desenvolvida por Berthon, Ewing e Hah (2005) e uma versão adaptada da escala de vida autêntica (Wood et al., 2008). Os resultados mostram que a autenticidade no local de trabalho é igualmente valorizada como um atributo de atratividade como ter oportunidades para o desenvolvimento econômico e pessoal e que é significativamente mais valorizado do que outras dimensões de atratividade do ambiente de trabalho, como valor de interesse, valor social e valor de aplicação. Os resultados também mostram que a autenticidade importa mais como um atributo de atratividade para a alta gerência, profissionais mais velhos e mulheres. As descobertas sugerem que as empresas se tornam mais competitivas na atração de talentos se suas estratégias de recrutamento colocar mais ênfase na autenticidade como um benefício psicológico que pode ser obtido através do trabalho na empresa. O uso de mídias sociais (por exemplo, testemunhos de funcionários, bate-papos e blogs) pode ajudar nesse fim. O tema da autenticidade no local de trabalho tem recebido cada vez mais atenção na literatura acadêmica, e os estudos revelam os benefícios que isso pode implicar para desenvolver e manter uma força de trabalho mais comprometida e produtiva. No entanto, pesquisas anteriores não consideraram como as percepções de autenticidade no local de trabalho também podem ajudar as organizações a se tornarem mais atraentes aos possíveis candidatos a emprego.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to investigate the relevance of authenticity as a possible attribute of employer attractiveness. Additionally, the study compares authenticity to other factors of attractiveness, such as economic, development, social, interest and application values. A survey was conducted with a total of 937 respondents. The questionnaire consisted of the employer attractiveness scale developed by Berthon, Ewing, and Hah (2005) and an adapted version of the authentic living scale (Wood et al., 2008). The results show that workplace authenticity is equally valued as an attractiveness attribute providing opportunities for economic and personal development and that it is significantly more highly valued than other attractiveness dimensions of the work environment, such as interest value, social value, and application value. The results also show that authenticity matters more as an attribute of attractiveness for top management, older professionals and women. The findings suggest that firms become more competitive in attracting talent if their recruitment strategies place more emphasis on authenticity as a psychological benefit that can be obtained through working in the company. The use of social media (e.g., employee testimonials, chats, and blogs) can help to this end. The subject of workplace authenticity has been receiving increasing attention in the academic literature, and studies reveal the benefits that it may entail for both developing and retaining a more engaged and productive workforce. However, previous research has not considered how perceptions of workplace authenticity may also help organizations become more attractive in the eyes of potential job applicants.



Autor para contato | *corresponding author*: **Germano Glufke Reis** germano.reis@fgv.br