INSTITUTO SUPERIOR MIGUEL TORGA

Escola Superior de Altos Estudos

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SONANGOL NA ÁREA DA HABITAÇÃO E O SEU IMPACTO NA SATISFAÇÃO E MOTIVAÇÃO DOS SEUS TRABALHADORES

António Francisco Nolica Vieira

Dissertação de Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Coimbra, 2013

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SONANGOL NA ÁREA DA HABITAÇÃO E O SEU IMPACTO NA SATISFAÇÃO E MOTIVAÇÃO DOS SEUS TRABALHADORES

António Francisco Nolica Vieira

Dissertação Apresentada ao ISMT para a Obtenção do Grau de Mestre em Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Orientador: Professor Doutor Vasco Almeida

Coimbra, 2013

Dedicatória

Dedico este trabalho em memória do meu querido pai António Francisco Vieira.

Agradecimentos

Depois de uma longa caminhada, venho por este meio agradecer a Deus, todo-poderoso, que iluminou o meu caminho para que o mesmo tivesse um final feliz.

A minha família, de uma maneira geral, pelo apoio incomparável que me foi dado para que esta dissertação se tornasse uma realidade.

Ao meu orientador, Dr. Vasco Almeida, pelo profissionalismo, dedicação, disponibilidade e amizade que demonstrou e também pela forma sábia como foi orientando.

Às mestres Vanessa Azevedo e Mabi Soma e o Mestre Adulai Baldé, os meus agradecimentos pelo vosso empenho e envolvimento ativos, sobretudo na parte do tratamento e análise de dados da investigação.

À coordenação do ESAE, agradeço pelo apoio que me foi dado desde o início até ao término do curso.

Agradeço também aos trabalhadores e responsáveis da empresa Sonangol E.P do Lobito, participantes neste estudo empírico, principalmente, pelo acolhimento e pela colaboração nesta dissertação.

Siglas Utilizadas

PEMA – Companhia de Pesquisas de Minerais de Angola

PURFINA – Companhia de combustíveis do Lobito

SINCALIR – Consolidated Oil Corporation

SONANGOL E.P – Sociedade Nacional de Combustíveis Empresa Publica

Índice

Dedicatória

Agradecimentos

Siglas Utilizadas

Resumo

Abstract

1. Introdução 1
   1.1. Breve historial sobre a responsabilidade social nas empresas 3
   1.2. Impacto da responsabilidade social a nível interno – A importância da motivação 5
   1.3. Modelos de responsabilidade social 7
   1.4. Contextualização da responsabilidade social das empresas em Angola 11
   1.5. Enquadramento jurídico da RSE em Angola 12
   1.6. Surgimento e evolução da empresa Sonangol E.P 14
   1.7. Responsabilidade social a nível interno – Empresa Sonangol E.P 15
2. Enquadramento metodológico 16
   2.1. Procedimentos 16
   2.2. Instrumentos 17
   2.3. Participantes 17
   2.4. Análise estatística 18
3. Resultados 19
4. Discussão Crítica 25
5. Conclusão 27
6. Referências bibliográficas 29

ANEXOS 31

Anexo 1 - Inquerito por Questionário 32

Anexo 2 - Questionário Sociodemográfico 33

Índice das Tabelas

Tabela 1: Caraterização sociodemográfica dos participantes.....26
Tabela 2-A: Os participantes gostam de trabalhar na empresa Sonangol 28
Tabela 2-B: Por que é que os participantes gostam de trabalhar na empresa Sonangol .28
Tabela 3: Há quanto tempo reside na habitação fornecida pela Sonangol.....28
Tabela 4: Qual é a modalidade de pagamento..... 29
Tabela 5-A: Está satisfeito com a aquisição da casa 29
Tabela 5-B: Por que é que está satisfeito com a aquisição da casa…… 29
Tabela 6-A: Por que é que não está satisfeito com a aquisição da casa……. 29
Tabela 7: O que acha do projeto de aquisição de casa da empresa Sonangol…… 30
Tabela 8-A: Se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa…… 30
Tabela 8-B: Se sim, por que é que faria o mesmo em relação à compra de casa……... 30
Tabela 8-C: Se não, por que é que não faria o mesmo em relação à compra de casa……. 30
Tabela 9: A existência do projeto social de habitação da empresa influencia o seu nível de motivação no trabalho…… 31
Tabela 10: Teste do Qui-Quadrado para a independência (sexo e " se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa) ..…… 31
Tabela 11: Análise da variância entre a idade e o item "há quanto tempo trabalha na empresa" ……32

Índice de Figuras

Figura 1 - Modelo Piramidal de Carroll 9

Índice de Gráfico

Gráfico 1 – Histograma – Há quanto tempo os participantes trabalham na empresa...19

Resumo

Ao longo do tempo, foram realizados debates sobre as responsabilidades sociais que as empresas devem assumir. Por ser uma temática atual e pertinente, o objetivo principal deste estudo visa analisar o nível de satisfação e motivação dos trabalhadores da empresa Sonangol em Angola, relativamente ao projeto habitacional da respetiva empresa na cidade do Lobito. No presente estudo, utilizou-se uma metodologia de investigação quantitativa, visto que a pesquisa se centra na análise de fatos e fenómenos observáveis e na medição ou avaliação de variáveis comportamentais ou sócio/afetivas passíveis de serem medidas ou relacionadas. Assim, esta investigação baseia-se num paradigma exploratório de natureza empirista, sendo correlacional, na medida em que procura explicar determinados conceitos, através da análise de relações entre as variáveis. Foi utilizada amostragem probabilística simples, onde qualquer funcionário da empresa teve a oportunidade de participar na investigação através do questionário. Com esta investigação, pretendemos encontrar resultados sobre o impacto da prática de responsabilidade social na motivação e satisfação dos trabalhadores. Concluímos, que através desta prática, o trabalhador estará motivado em relação às suas funções na empresa, dando respostas eficazes e eficientes nas suas atividades profissionais.

Palavra-chave: Responsabilidade social, motivação nos trabalhadores, Sonangol E.P.

Abstract

Over the time, discussions have been held about the social responsibilities that companies should undertake. Because it is a contemporary and relevant topic, the main purpose of this study is to analyze the level of satisfaction and motivation of the employees of the Sonangol, in Angola Lobito, relatively to the housing project of this company. We used a quantitative research methodology, since the research centers in the analysis of phenomena and observable facts, such as the measurement and evaluation of behavioral or socio affective variables that can be measured or related. This research is based in an empiricist nature exploratory paradigm, being correlated as it seeks to explain certain concepts through the relations among variables. It was made using simple probabilistic samples in which any of the employees had the opportunity to participate in this investigation through the questionnaire. With this research, we expect to find the results on the impact of the social responsibility practice and its influence in motivation and satisfaction at work. We conclude that with this practice the employee is motivated in his function, giving an effective and efficient response in his professional activities.

Key words: Social responsibility, motivation in employees, Sonangol E.P.

1. Introdução

Nas últimas décadas do século XX, a responsabilidade social das empresas impôs-se como um dos temas mais amplamente debatidos no campo da gestão, envolvendo académicos, políticos, empresários e sociedade, em geral. Ao mesmo tempo, existe um debate envolvendo por parte dos responsáveis dessas mesmas empresas sobre os benefícios, os obstáculos, os apoios e as motivações que encontram para desenvolverem práticas de responsabilidade social nas suas empresas.

Assim, a principal função de uma empresa consiste em criar valor através da produção de bens e serviços que a sociedade exige, gerando assim lucros para os seus proprietários e acionistas e o bem-estar para a sociedade, em especial, através de um processo contínuo de criação de emprego. Num mundo globalizado as questões políticas, económicas e sociais estão cada vez mais interligadas e têm cada vez maior impacto. Por isso, e segundo Teixeira (2011), o sucesso de empresa deveria ser avaliado pelo grau de satisfação entre todos os seus *stakeholders*.

O conceito de responsabilidade social é baseado no reconhecimento que as empresas são parte da sociedade, e que têm o potencial de fazer uma contribuição positiva para beneficiar a atividade comercial e o desenvolvimento. Uma organização socialmente responsável tem em consideração, nas decisões que toma, a comunidade onde se insere e o ambiente onde opera. As organizações, como motor de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, só se realizam plenamente quando consideram na sua atividade o respeito pelos direitos humanos. Atuando desta forma estão a pôr em prática a melhor abordagem na formação e desenvolvimento das suas estratégias e, assim, conseguem atingir um maior valor de longo prazo para os acionistas e simultaneamente aumentar a satisfação de todos os seus *stakeholders* (Teixeira, 2011). Referindo-se a este fato, Cunha, Rego, Cunha & Cardoso (2007) defendem que a responsabilidade se manifesta em relação aos trabalhadores, e mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados. Ao mesmo tempo, contribui para o cumprimento de objetivos sociais, mediante a integração da responsabilidade social enquanto investimento estratégico, no núcleo da sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações (Livro Verde, 2010).

Assim, dentro deste quadro teórico, a problemática deste trabalho assenta no fato de saber qual o impacto que o projeto de habitacional da empresa Sonangol, na região do Lobito, teve na satisfação e motivação dos seus trabalhadores.

Assim sendo, e em função da problemática levantada, o presente pesquisa tem como objetivo: analisar o nível de satisfação dos trabalhadores da empresa Sonangol em Angola relativamente ao projeto habitacional da respetiva empresa; Os objetivos específicos são os seguintes: analisar as opiniões dos trabalhadores em relação ao projeto habitacional da empresa Sonangol; compreender as diferenças inerentes às opiniões dos trabalhadores em função das variáveis sexo e idade; avaliar a relação entre os itens do questionário e o seu resultado global.

No presente estudo, fez-se recursos à pesquisa exploratória, utilizando o método de questionário sendo assim, usando amostragem probabilística simples onde qualquer funcionário teve a oportunidade de participar na investigação (Coutinho, 2011). Este estudo utiliza uma metodologia de investigação quantitativa, sendo correlacional na medida em que procura explicar determinados conceitos, através da análise de relações entre as variáveis (Hill & Hill, 2012).

Para atingir o objetivos acima enunciados, estruturou-se o trabalho da seguinte forma. O primeiro capítulo está dividido em duas seções. Na primeira, faz-se um breve historial sobre a responsabilidade social e o seu contexto em Angola, focando-se ainda a importância da motivação. Depois de se destacarem os modelos piramidal de Carrol e de Wartick e Cochran, explica-se o surgimento e a evolução da Sonangol E.P, sendo dada atenção particular à responsabilidade social a nível interno da empresa. O segundo capítulo consiste na apresentação e análises dos dados estatísticos. Este capítulo encontra-se divido em três partes. Na primeira, apresenta-se a metodologia usada na investigação. Em seguida, na segunda, expõem-se os resultados obtidos relativamente à satisfação e motivação dos trabalhadores Sonangol E.P, resultantes da aquisição de habitação através das ações de responsabilidade social da empresa. Na terceira parte, à luz do quadro teórico analisado, discutem-se estes resultados fazendo uma discussão crítica. Por último na conclusão, apresentam-se algumas limitações do trabalho e fazem-se recomendações para investigações futuras.

1.1. Breve historial sobre a responsabilidade social nas empresas

A responsabilidade social empresarial (RSE) é uma prática que existe há muitas décadas, sendo por vezes polémica. A discussão em torno da responsabilidade social é, por vezes, associada a uma estratégia que procura demonstrar a preocupação da empresa em participar ativamente nos programas sociais, que são direcionados para o bem-estar da comunidade onde está inserida e da sociedade, em geral. Essa noção acerca da inserção da empresa na sociedade e respetivas responsabilidades tem sido a base dos vários conceitos que existem sobre a responsabilidade social empresarial (Motta, Pimenta & Tavares, 2008).

Para melhor caracterizarmos o aparecimento e o desenvolvimento histórico da RSE, dividiremos a análise em dois períodos distintos: o primeiro estende-se desde o início do século XX até à década de 50 e o segundo representa a fase que se estende da década de 50 até aos nossos dias, incluindo a discussão do conceito de desenvolvimento sustentável (Tenório, 2007).

Assim, no primeiro período, as empresas recorriam simplesmente à maximização dos lucros, expressando a vontade dos acionistas, dado que este era o principal objetivo da empresa. Entretanto, o liberalismo não estimulava a prática de ações sociais pelas empresas e até as condenava, pois entendia que a caridade não contribuía para o desenvolvimento da sociedade nem era da responsabilidade das empresas. Assim, limitava-se apenas ao ato filantrópico, que inicialmente assumia um caráter pessoal, representado pelas doações efetuadas por empresários ou pela criação de fundações. Posteriormente, com as pressões da sociedade, a ação filantrópica passou a ser promovida pela própria empresa, passando a simbolizar o início da incorporação da temática social na gestão empresarial. Portanto, com os problemas decorrentes da industrialização, o entendimento das obrigações da empresa em relação aos agentes sociais começou a evidenciar mudanças (Tenório, 2007).

No segundo período, a RSE intensificou-se sobretudo nos anos 60, nos Estados Unidos da América, sendo movida por uma maior consciência da sociedade em relação à responsabilidade das empresas, nomeadamente na preservação dos direitos dos consumidores. Estas questões de caráter social revelaram problemas na sociedade como um todo e, por consequência, abrangeu uma sucessão de outros problemas de ordem social em função das transformações ocorridas no contexto económico vivenciado neste século (Alessio, 2004). Posteriormente, com a alteração do processo produtivo,

originado pela evolução tenológica e pela aplicação da ciência na organização do trabalho, ampliou-se a discussão do conceito de RSE. As consequências desta evolução afetaram as relações de trabalho existentes na época, gerando debates a respeito das obrigações empresariais em relação aos seus trabalhadores (Tenório, 2007).

Dada a complexidade que caracterizou o segundo período, nota-se uma mudança de consciência no contexto empresarial, no qual a responsabilidade social passou a ser descrita pelo conjunto de ações que visam o interesse do desenvolvimento da sociedade, não estando diretamente relacionadas com os resultados da empresa (Lisboa, 2004). Nesta nova conceção, compreende-se que as empresas estão inseridas em ambientes complexos, onde as suas atividades têm impacto sobre diversos agentes. Consequentemente, a orientação que visa atender apenas aos interesses dos acionistas tornou-se insuficiente, sendo necessário a incorporação de objetivos sociais no plano de negócios, como forma de integrar as empresas na sociedade (Tenório, 2007). Referindo-se a este fato, Costa & Glaman, (2007) explicam que as empresas para evoluírem também devem ter em conta a necessidade de ter uma clara visão a longo prazo, uma identidade corporativa, um posicionamento estratégico e um diferencial competitivo.

O avanço tecnológico levou à competitividade, a mudanças significativas na economia e na forma de organização empresarial, principalmente devido ao aparecimento das empresas com visão de longo prazo no mercado. Estas companhias apresentam objetivos amplos e não se limitam à maximização dos lucros, uma vez que têm uma necessidade crescente de capital, planeamento e profissionais qualificados (Tenório, 2007).

Mais tarde, as empresas começaram a dar conta de que realizar os seus negócios segundo uma postura ética e socialmente responsável, tinha impacto no desenvolvimento das iniciativas que promoviam a transformação da realidade social nas comunidades. Assim, esta poderia ser uma forma de agregar valores às suas atividades e de fortalecer a sua imagem. Por consequência, verificou-se que as estratégias da responsabilidade social se tornaram uma forma de gestão empresarial capaz de gerar um diferencial competitivo para os negócios (Costa & Glaman, 2007).

Como podemos compreender, uma gestão socialmente responsável agrega valores aos negócios, não porque é mais um modelo de conduta que deve ser seguido, mas pela mudança de cultura e pela atitude tomada por parte das empresas que a adotam. Isto implica uma mudança de mentalidade dos indivíduos, bem como uma transformação da responsabilidade social, que envolve todas as relações e ações da organização e da

comunidade em geral. Muitas empresas perceberam que promover o desenvolvimento social não consistia apenas em realizar ações filantrópicas, pois a responsabilidade social tornou-se uma estratégia eficaz, que deveria estar totalmente incorporada nas empresas, transformando assim a cultura organizacional (Costa & Gleman, 2007).

Durante as ultimas décadas, a perceção dos administradores de empresas relativamente à crescente aceitação da responsabilidade social como atividade a desenvolver em contexto empresarial e (adaptado para o contexto angolano, verifica-se a mesma situação), que tem sido reconhecida, tendo igualmente uma evolução favorável (Lisboa, 2004). Por isso, espera-se num futuro próximo que as empresas incorporem as práticas de RSE, compreendendo que o seu desempenho deverá ser medido não somente por critérios económicos, mas também por meio de avaliações sociais e ambientais (Costa & Gleman, 2007). Neste sentido, Camara, Guerra & Rodrigues (2007) destacam o valor da mesma, reconhecendo que o sucesso das empresas a longo prazo depende, em grande medida, da forma como se relaciona com a comunidade.

1.2. Impacto da responsabilidade social a nível interno – A importância da motivação

O interesse em relação à motivação no trabalho vem crescendo consideravelmente no meio académico, especificamente na área do comportamento empresarial (Juan, 1999). A motivação nas organizações representa, a nível interno, um desafio para as organizações por causa da complexidade que esta temática apresenta.

Quando nos referimos à motivação devemos ter em conta a forma de gestão da organização, pois ela vai influenciar o nível motivacional dos seus colaboradores (Wargborn, 2008). Motivar os empregados para alcançar altos níveis de satisfação, desempenho e produtividade é o objetivo principal para as organizações de trabalho. Neste contexto, alguns autores têm contribuído para uma melhor compreensão das dinâmicas associadas ao contexto de trabalho, formulando teorias, definindo conceitos e situações motivadoras, interpretando comportamentos e atitudes (Ramos, 1990).

Assim, a criação de um ambiente de trabalho estimulador, satisfatório e produtivo será benéfico, tanto para a organização, como para os seus colaboradores (Juan, 1999). A motivação é refletida na gestão estratégica e quando é bem organizada, proporciona às empresas um conjunto de benefícios que se podem vir a refletir em vantagens competitivas, em relação aos seus concorrentes. Fundamentalmente, podemos

considerar três grandes benefícios proporcionados pela gestão estratégica: consistência da ação, gestão mais proativa e maior envolvimento do pessoal (Teixeira, 2011). Segundo Scarpinelli (2005), a responsabilidade social, a nível interno, pode funcionar como uma ferramenta que dá informações sobre o desempenho socioeconómico, apresentando a política social existente na empresa e o seu relacionamento com a sociedade.

Em contexto empresarial, quando se entende o papel e a importância do fator motivacional e humano nas organizações, o resultado envolve uma evolução positiva e progressiva da empresa. Na verdade, quando se reconhece que os trabalhadores da empresa são um recurso fundamental para o bom desempenho da mesma, pode-se comparar a qualquer uma das outras áreas de negócio (Ruão, 1999). Por isso, a responsabilidade social funciona como um grau de obrigações que uma empresa assume, através de ações que protejam e melhorem o bem-estar da sociedade. Assim, as organizações vão funcionando como sistemas, isto é, como conjuntos integrados de atividades que agregam valor e criam riqueza. Elas servem a sociedade e satisfazem diversas necessidades através da conversão de *inputs* em *outputs* como produtos e serviços. Todas as organizações estão sujeitas ao seu impacto, que pode ser generalizado e amplo, e que se repercute em todas as decisões administrativas (Chiavenato,1999).

A nível da empresa, as práticas socialmente responsáveis incidem fundamentalmente nos trabalhadores e prendem-se com algumas questões, tais como, o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança. Estes aspetos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada (Livro Verde, 2010). A nível interno, a estratégia de uma empresa deve subordinar-se aos princípios éticos vigentes, porque quando não há observância dos princípios há consequências nas atitudes das pessoas envolvidas e na própria organização (Teixeira, 2011). Por sua vez, quando existe concordância entre os objetivos organizacionais e os objetivos individuais, as pessoas dispõem-se a exercer elevados níveis de esforço para atender aos interesses da organização e simultaneamente, aos seus próprios interesses. Nesta situação, a motivação funciona como o resultado da interação entre o indivíduo e a situação. Contudo, o mesmo indivíduo pode ter diferentes níveis de motivação que variam ao longo do tempo (Chiavenato, 1999).

Segundo Rupp, Ganapathi, Aguilera e Williams (*cit* por Almeida, 2012), as perceções dos trabalhadores sobre a responsabilidade social das empresas constituem a variável central que medeia a influência das práticas socialmente responsável pelas emoções, atitudes e comportamentos. Portanto, quando uma pessoa está motivada, ela tenta trabalhar arduamente, os seus esforços são direcionados e consistentes, tendo objetivos organizacionais a alcançar. Por isso, a motivação é um processo contínuo de satisfação de necessidades individuais (Chiavenato,1999).

De acordo com um estudo feito em Portugal, conclui-se que a importância da responsabilidade social a nível interno representa uma prática positiva para os colaboradores, e o mesmo revela um impacto positivo sobre a motivação, uma vez este modelo de gestão é uma das formas que as empresas utilizam para garantir o seu futuro. Pode-se finalizar referindo que as perceções positivas têm um maior impacto sobre a motivação dos trabalhadores, porque pressupõe um bom relacionamento entre a empresa e os colaboradores, permitindo à empresa ter uma maior influência sobre a motivação dos trabalhadores, e consequentemente implementar o desejo de desempenhar funções com maior autonomia e responsabilidade (Almeida, 2012).

1.3. Modelos de responsabilidade social

A RSE mudou substancialmente desde o seu aparecimento até à atualidade, apesar dos constantes debates nas sociedades modernas (Costa, Jorge, Santos & Seabra, 2011). Como acontece muitas vezes na prática a estratégia de uma empresa pode ser vista como uma trajetória, o caminho que a empresa vem trilhando, os padrões de atuação que o comportamento estratégico evidencia (Teixeira, 2011). O desenvolvimento da RSE é um reflexo da expansão da economia neoliberal global, contexto no qual algumas empresas privadas adquiriram poder económico e político tão grande (Costa & Gleman, 2007). O ambiente competitivo em que operam as organizações conhece hoje uma natureza diferente das épocas anteriores, ambiente esse em que não param de aumentar os fatores externos que exercem influência nas empresas, nem o ritmo a que se sucedem as mudanças (Lisboa, 2004). Por isso, as empresas procuram alcançar vantagem competitiva sobre os seus concorrentes, através da exploração das suas competências (Teixeira, 2011).

Assim, a responsabilidade social (RS) é um processo pelo qual as empresas gerem as suas relações com uma série de partes interessadas que podem influenciar efetivamente

o seu livre funcionamento, sendo a motivação comercial evidente. Por isso, à semelhança da gestão da qualidade, a responsabilidade social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo. Através dela, é possível adotar uma abordagem inclusiva do ponto de vista financeiro, comercial e social, conducente a uma estratégia a longo prazo que minimize os riscos decorrentes de incógnitas (Livro Verde, 2001:12). Este novo modelo de empresa capaz de tirar partido do conhecimento tem que contar com a inteligência e envolvimento dos seus colaboradores, o que pressupõe um modelo de gestão participativo, que assume a qualidade de vida no trabalho e é um fator de progresso, pois o investimento nas pessoas é uma condição indispensável de sustentabilidade (Costa & Gleman, 2007).

Uma outra vantagem competitiva deve assentar em recursos ou capacidades que a empresa possa sustentar no médio e longo prazo, que permitam uma real superioridade em relação à concorrência e ainda que seja elemento chave para a obtenção de sucesso no mercado (Lisboa, 2004). Apesar da inexistência de um acordo geral sobre a amplitude das responsabilidades empresariais, as conceções de RSE referidas revelam uma convergência em alguns princípios fundamentais que uma empresa deve atender para que seja considerada socialmente responsável tais como: reconhecer o impacto que causam suas atividades sobre a sociedade na qual está inserida, gerenciar os impactos económicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global e realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas (Almeida, 2010).

Com o aumento do interesse e importância do governo das sociedades, uma das questões que frequentemente se coloca, é saber qual dos modelos existentes é o melhor e como poderão ser comparadas a qualidade e a eficácia dos modelos por empresas (Esperança, Sousa, Soares & Pereira, 2011).

Modelo de Carroll

Uma das relevantes elaborações teóricas sobre a responsabilidade social empresarial com maior adesão é a proposta apresentada por Carroll no qual estabelece quatro tipos específicos de responsabilidade sociais das empresas, identificadas com base na expetativas da sociedade em relação ao desempenho empresarial. Apresenta uma definição da RSE estruturada em quatro dimensões designadamente: económica, legal, ética e filantrópica (Carroll, 1979).

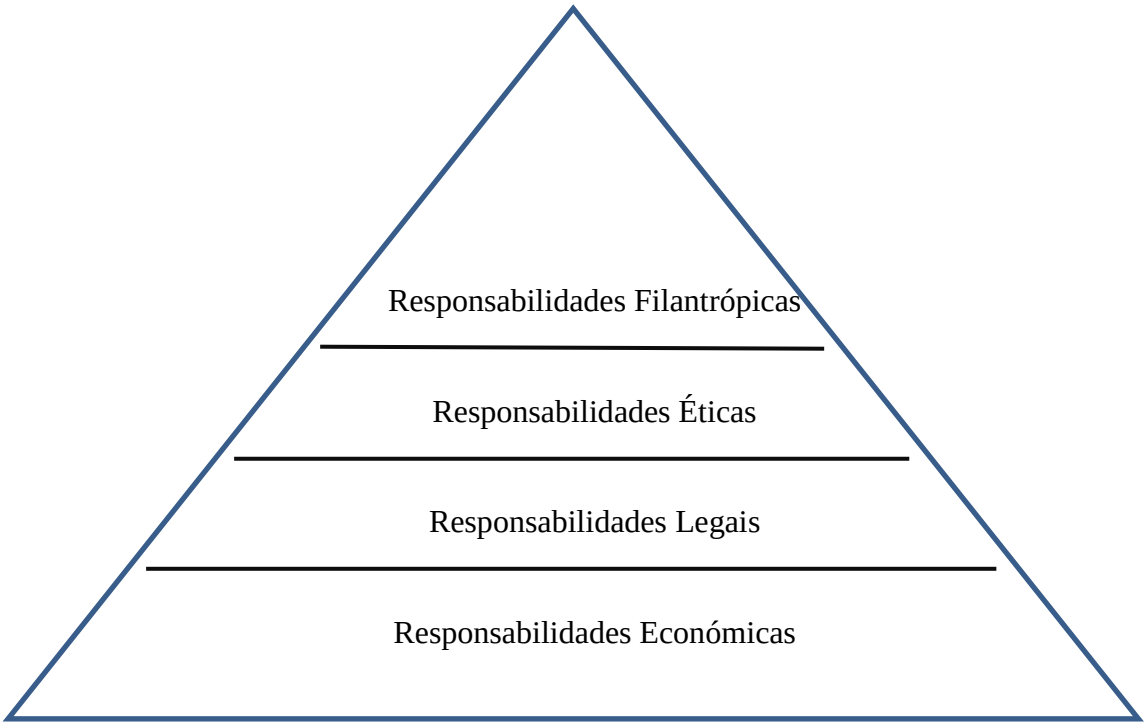


Figura 1: Modelo piramidal de Carroll (Corrall, 1979)

As responsabilidades económicas é uma obrigação que as empresas têm de gerar riqueza, manter o crescimento e responder às necessidades de consumo da sociedade. Contudo, ter responsabilidade económica significa produzir e vender bens e serviços de que a sociedade necessita a um valor que possa garantir a continuação das atividades da empresa; As responsabilidades legais têm necessidade de que o crescimento económico seja alcançado sem violar o quadro normativo e cumprindo as obrigações legais. A sociedade espera que os negócios realizem a sua missão económica dentro dos requisitos legais estabelecidos pelo sistema da sociedade; as responsabilidades éticas correspondem ao comportamento e as normas e valores implícitos da sociedade, para além do exclusivo cumprimento da lei. Esta dimensão sugere que comportamentos anti éticos, decorrentes de decisões que facilitem, a pessoas singulares ou empresas, obter ganhos à custa de sociedade, devem ser eliminados; As responsabilidades filantrópicas tem a ver com contribuição ativa e voluntária das empresas para a resolução de problemas sociais e a melhoria da qualidade de vida da sociedade em geral. Estas ações são normalmente dirigidas pelas normas sociais e ficam por conta do julgamento individual dos gestores ou das empresas (Carroll, 1979).

Na visão deste modelo, destaca-se a responsabilidade económica como base que sustenta todas as outras responsabilidades que são por sua vez, assumidas pelas empresas com a prioridade sequencial sugerida pela ordenação apresentada na pirâmide. Quanto à responsabilidade filantrópica salienta ser a menos importante do que as restantes responsabilidade sociais das empresas (Carroll, 1979).

Neste âmbito, a gestão responsável de uma empresa pode ser imposta por regulamentos e legitimidade pelo mercado, mas só será sustentável e moralmente valida se resultar originalmente de uma intenção deliberada de cumprir as obrigações sociais em nome do progresso coletivo e do bem comum (Almeida, 2010). Assim, uma estratégia clara e consistente deve potenciar um clima de mútuo entendimento e coordenação por parte gestão da empresa (Teixeira, 2011).

Modelo de Wartick e Cochran (1985)

Segundo o modelo de *Wartick e Cochran*, a RSE consiste no conjunto de obrigações sociais que decorrem do compromisso económico, legal e ético da empresa perante a sociedade. Essas três fontes, de responsabilidade social estabelecem como princípios orientadores da ação de uma empresa (Almeida, 2011).

A responsabilidade económica está relacionada com o objetivo principal da atividade empresarial, o qual justifica a sua existência e assegura a sua sobrevivência e sustentabilidade. Corresponde à obrigação de fornecer a sociedade com produtos e serviço de boa qualidade, investindo na inovação e buscando o lucro que permite o crescimento da empresa e a satisfação das legítimas expectativas dos acionistas.

Responsabilidade legal implica a obrigação social de cumprir a legislação. Tratando-se de uma norma obrigatória pelo direito, a lei resulta, nas sociedades democráticas, de um desejo de regulação ratificado pela sociedade. A existência desta lei, no entanto, não é garantia do seu cumprimento, porém a empresa mantém liberdade de escolha sobre a adesão à lei em inúmeras circunstâncias da sua atividade. Por fim, a responsabilidade ética respeita ao dever de agir segundo princípios morais alinhados com os valores sociais. Implica adoção de um comportamento eticamente aceitável que, não sendo imposto pela lei ou pela finalidade económica, decorre de uma disposição para integrar na definição de política e de estratégia elementos e pretensões que previnam o eventual dano provocado pela ação empresarial e considerem positivamente a contribuição para o bem-estar social e para o desenvolvimento humano. Estas mesmas responsabilidades decorrem da conceção gerencial egocêntrica que estabelece a finalidade lucrativa como

fim que justifica todos os meios, sem atender aos impactos colaterais da atividade empresarial e à interdependência profunda que caracteriza a relação da empresa com o resto do mundo (Almeida, 2010).

1.4. Contextualização da responsabilidade social das empresas em Angola

O conflito armado que persistiu no território angolano teve um impacto negativo em todos os domínios da vida da sociedade angolana, de entre os quais a destruição das infraestruturas, deslocamento da população, o enfraquecimentos das atividades económica e naturalmente o agravamento da pobreza e degradação das instituições públicas (Esperança *et al*, 2011). Com a paz instalada desde 2002, o país começou uma nova fase, no sector económico. A indústria petrolífera angolana representada pela Sonangol Empresa Pública (E.P) ganha nova dinâmica em todas as suas forma e, como resultado, um grande número de empresas estrangeiras manifestaram interesse em desenvolver a sua atividade em Angola (Walter, 2007).

Especialmente num país onde se esperam grandes investimentos como Angola e com a paz, é do interesse quer do governo e dos investidores que se estabeleçam relações mutuamente benéficas. Por isso, para além daquilo que está previsto em termos de proteção social geral, tem vindo a desenvolver-se um sistema complementar de ação sanitária e social, com fundos próprios, para a concessão de prestações não pecuniárias às família dos trabalhadores, para a criação de centros de ação sanitária e social (Rodrigues, 2004).

Assim, as empresas ligadas ao sector petrolífero mantêm programas de RSE em Angola e ajudam a desenvolver tanto as comunidades em que funcionam como outras. Embora apreciem o valor de seu relacionamento íntimo com as empresas petrolíferas, muitos angolanos ainda dizem desapontados por estas empresas não fazerem mais. Com efeito, embora estas empresas tenham feito contribuições importantes poderiam fazer ainda mais. A inserção de obrigações de estímulo nos contratos e na legislação é que estes compromissos sejam cumpridos no próprio país, como um interesse de toda a comunidade (Vincent & Frank, 2007).

Por isso, é importante compreender que a economia não é moralmente neutra, pois tem um sentido e legitimidade social a satisfazer tendo, portanto, valores e princípios peculiares como a eficiência, qualidade, competitividade entre outros. Tem que ser ao

mesmo tempo de caráter técnico e social, pois visa o desenvolvimento das condições materiais de vida e regulação da cooperação e distribuição que se aproximem dos ideais de liberdade, justiça, igualdade e paz (Costa., *et al*, 2011). Ainda segundo (Vincent & Frank, 2007) serão necessários muitos anos de empenhos e determinação para que Angola prove ao seu povo, aos seus vizinhos e ao mundo, que pode alcançar as metas que se propôs.

Esta visão do comportamento ético e de sustentabilidade demonstra que o centro de qualquer mudança de paradigma é o homem e o seu comportamento e, mais importante do que a existência das leis, regras e recomendações, a forma como nos envolvemos e atuamos é que faz a diferença entre a insustentabilidade e a sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável considerado como aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades (Esperança., *et al*, 2011). A RSE manifesta-se em princípios éticos elevados e na busca pela qualidade das relações entre a empresa e a sociedade (Santos, 2011). Por isso, as empresas já não podem mais atuar e se limitar aos espaços fechados dos estados nacionais e nem desenvolver suas atividades sem o estabelecimento de um diálogo com a sociedade (Costa., *et al*, 2011).

1.5. Enquadramento jurídico da RSE em Angola

Do ponto de vista legal, o tema da responsabilidade social das empresas em Angola encontra as suas raízes no despacho n.º16/97 publicado pelo ministério do petróleo que consagra o seguinte:

Art.1.º

1. Para os efeitos do presente diploma, o setor petrolífero compreende o Ministério dos Petróleos e a Sociedade Nacional de Combustíveis de Angola (Sonangol) e outras entidades estatais que venham a ser criadas neste setor.

2. Tendo, embora, como critério base a divisão igualitária dos valores dos prémios pelas estruturas referidas no número anterior, considera-se como fator de flexibilidade, a força produtiva existente em cada uma delas.

Art.2.º

1. Os programas de desenvolvimento de sector petrolífero consubstanciar-se-ão em:

a) Projetos industriais

b) Projetos sociais

2. Entende-se por projetos indústrias, aqueles que visem a criação, recuperação, ampliação, substituição ou, modernizações de infraestruturas indústria que direta ou indiretamente sirvam o sector petrolífero.

- Por projetos sociais aqueles que tenham impacto na melhoria da vida e condições socias dos trabalhadores do setor petrolífero.

3. Para efeitos do estabelecido no número anterior, são reputadas prioritárias as seguintes áreas:

- Área de saúde afeta ao setor (construção e/ou restauração de centros médicos e construção de fundos para suporte de tratamento médicos no país e/ou exterior de trabalhadores afetos ao setor cujo estado de saúde exige cuidados especiais).

- Área de recreação e desportos (criação de centros de recreação, lazer e repouso).

- Ações visando a promoção da imagem do setor no interior e exterior do país.

Art.3.º

1. Os projetos referidos no presente diploma poderão ser comuns às estruturas, referidas no artigo 1.º passado os benefícios daí decorrentes a serem usufruídos conjuntamente pelos seus respetivos trabalhadores.

2. No entanto, sempre que especificidades próprias o recomendem, os projetos deverão ser particularizados, dizendo exclusivamente respeito a uma única estrutura.

Art.4.º

- Sempre que as disponibilidades financeiras o permitem, poderá incluir-se no âmbito dos projetos a serem suportados pelos montantes de prémios relativos ao setor petrolífero seguintes:

- Apoio ao Ensino Universitário, para a aquisição de material didáticos e equipamentos técnicos científicos, laboratoriais e projetos de apoio social.

- Apoio à comunidade, consubstanciada na concessão de patrimónios, a atividade ou a projetos específicos.

Como podemos ver este decreto é, de certa maneira, extensivo para as empresas petrolíferas garantido a atenção a ter com os trabalhadores do referido setor. Por outro lado, a questão da responsabilidades social é uma prática configurada neste setor portanto, vemos aqui uma ligação o ministério e as empresas petrolíferas.

1.6. Surgimento e evolução da empresa Sonangol E.P

As origens das atividades petrolíferas em Angola tiveram o seu início no ano 1910 com a atribuição da primeira licença para pesquisa de hidrocarbonatos que foi confinada à firma Canha & Formigal. Paralelamente, e mais tarde, surge a PEMA (Companhia de Pesquisa de Minérios de Angola) e a SINCALIR dos Estados Unidos da América, que também se encontravam envolvidos nas atividades petrolíferas, tendo começando a fazer as primeiras explorações sobre o petróleo no território angolano. A evolução de todas essas atividades não permitiu a acumulação de reservas que lhe possibilitaram avançar para uma produção comercial. Deste modo, a atividade foi suspensa em 1933 para ser retomada em 1952 pela companhia de combustível do Lobito (PURFINA), que obteve uma concessão que viria marcar uma nova era, na indústria petrolífera do país (Pondo, 2007).

No decorrer deste processo e após um ano de investigação, surge a Angol – Sociedade de Lubrificantes e combustíveis, Sarl, constituída em 1953 como subsidiária da Sacor (Companhia portuguesa) para atuar na área da comercialização e distribuição de combustíveis, lubrificantes e gases liquefeitos em Angola. Mais tarde a empresa foi nacionalizada, dando origem à Sonangol (Esperança., *et al*, 2011). Em 1976, o governo angolano decidiu imprimir uma nova dinâmica no sector, criando a Sonangol E.P, publicando uma legislação mais adequada ao exercício da atividade de petróleo no país. Além disto, a 26 de Agosto de 1978, é publicado o Decreto 13/78, que cria o Ministério dos Petróleos e vem assegurar, dirigir e controlar a reestruturação da indústria petrolífera com a Lei das Atividades Petrolíferas (Walter, 2007). O estado Angolano decretou a Sonangol como a única concessionária da exploração e extração de petróleo, a partir do Decreto-Lei n.º 52/76 estabelecendo assim, a Sonangol como sendo uma empresa estatal vocacionada para gerir a exploração dos recursos de hidrocarbonatos em Angola (Esperança, *et al*, 2011).

Posteriormente, foi constituída uma comissão para a criação de infraestruturas que assegurassem o bom funcionamento da empresa, tendo sido formada uma comissão de gestão a que se seguiu o Núcleo Central da Sonangol. Num período de três décadas, a Sonangol, E.P (Sociedade Nacional de Combustíveis de Angola), tornou-se a empresa líder na distribuição de derivados de petróleo no país e a maior empregadora angolana de mão-de-obra qualificada (Esperança, *et al*, 2011).

Assim, passou a ser a entidade responsável pela gestão dos recursos de hidrocarbonetos em Angola, tendo como princípios atribuições a gestão das concessões de blocos petrolíferos, pesquisa e produção de petróleo, distribuição de combustível e, dentro em breve, a sua refinação. É a maior empresa angolana, num sector que contribui em cerca de 60% para o PIB nacional (Esperança, *et al*, 2011). A empresa desenvolveu parcerias para a implementação de unidades empresariais que contribuíssem para o desenvolvimento de Angola e para a expansão das suas atividades. Criou também um sistema empresarial apoiado no petróleo, do qual fazem parte mais de 30 subsidiárias e empresas filiares. Essas empresas que constituem o grupo Sonangol empregam cerca de 10.000 colaboradores, com um nível variável de qualificação (Esperança, *et al*, 2011).

Hoje em dia, as receitas do fundo do petróleo em Angola atingem um valor considerável de 5 mil milhões, aproximadamente. A função deste fundo é da extração da riqueza petrolífera originária, que são o petróleo e o gás, transformar parte da mesma em meios financeiros, como depósitos bancários, ações títulos. As despesas do fundo correspondem às transferências para o estado que são determinadas pelo governo na elaboração do orçamento do estado (Pondo, 2007). Esta forma de gestão deverá pois aumentar a transparência na governação e na gestão dos recursos financeiros, disponibilizar recursos naturais com responsabilidade social e desenvolver políticas que promovam e garantam a aplicação sustentável dos resultados da sua exploração (Esperança, *et al*, 2011)

1.7. Responsabilidade social a nível interno – Empresa Sonangol E.P

As práticas de responsabilidade social da empresa estão a ser desenvolvidas em vários campos, principalmente na construção de imóveis. Sendo uma empresa pública e com várias repartições, apenas irei tratar a filial da Sonangol localizada no Município do Lobito Província de Benguela, onde nos últimos anos estão a ser implementados vários programas na área da habitacional para os trabalhadores, no propósito de oferecer melhor qualidade de vida e bem-estar das suas famílias.

Uns dos compromissos da Sonangol com os trabalhadores e a sociedade angolana no desenvolvimento sustentado e estabilização de Angola é expressa na sua filosofia e concretizada, inclusive, no seu orçamento que prevê anualmente verbas para investimentos na área social. A empresa trabalha no sentido de proporcionar melhores condições à população, apoiando projetos nas áreas de emprego, educação, saúde,

habitação, cultura, desporto, ciência e ambiente. Nota-se que a Sonangol proporciona melhores condições, não só aos seus trabalhadores, mas também à população em geral (Walter, 2007).

De entre as preocupações da empresa relativamente ainda às políticas sociais, destaca-se a melhoria das condições de vida, principalmente de habitabilidade dos seus trabalhadores como já referimos anteriormente. Para o efeito, foi criada uma Comissão de Projetos Sociais, cuja função é o acompanhamento e regularização da situação contratual dos complexos/condomínios, patrocinados pela empresa. Ainda no que respeita ao impacto social ligados à questão de habitabilidade é exemplo a criação em 2000, da "Cooperativa Cajueiro", Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Limitada que também inclui funcionários do Ministério dos Petróleos (Walter, 2007). Para aquisição dos imoveis no projeto, a direção da empresa teve como critério dois tipos para se efetuar o pagamentos tais como: o desconto no salário direto e o pagamento pessoal do funcionário no banco.

Devido o crescimento que a economia angolana tem vindo a demonstrar de forma satisfatória, fato que leva a crer que Angola está no bom caminho rumo ao progresso e ao crescimento económico. Esse crescimento surge numa altura, em que o país precisa de resolver a situação sócio/económica para criar maior conforto a população, de forma a minimizar o sofrimento da maioria, através da melhoria das condições de vida (Walter, 2007).

2. Enquadramento metodológico

Este estudo utiliza uma metodologia de investigação quantitativa, visto que a pesquisa se centra na análise de fatos e fenómenos observáveis e na medição ou avaliação de variáveis comportamentais ou socio-afetivas passíveis de serem medidas ou relacionadas (Coutinho, 2011). Assim, esta investigação baseia-se num paradigma exploratório de natureza empirista, sendo correlacional, na medida em que procura explicar determinados conceitos, através da análise de relações entre as variáveis (Reis, 2010).

2.1. Procedimentos

Para a investigação ser exequível, enviou-se um pedido de autorização à Direção Empresa Sonangol, em Angola. Aceite o pedido, elaborou-se o consentimento

informado dirigido aos trabalhadores, realçando-se a confidencialidade e anonimato dos dados.

A investigação realizou-se na República de Angola, província de Benguela no município do Lobito, na repartição da empresa Sonangol E.P. Na pesquisa participaram os funcionários das diversas áreas, sendo os principais beneficiários do programa habitacional da empresa. Antes de aplicar os instrumentos na empresa, o investigador explicou os objetivos do estudo e as instruções relativamente aos questionários.

2.2. Instrumentos

Questionário sociodemográfico

O questionário sociodemográfico é composto por quatro questões fechadas, particularmente sobre a caracterização dos trabalhadores, envolvendo as variáveis: sexo, idade, habilitações literárias e estado civil.

Questionário para os trabalhadores da empresa Sonangol - QTES

Este Questionário foi especificamente desenvolvido para os trabalhadores da empresa Sonangol, uma vez que não se encontrou um instrumento que se adequasse e respondesse aos objetivos do presente estudo. Ao nível da estrutura, o QTES é constituído por 8 questões fechadas e abertas, tendo as seguintes variáveis: há quanto tempo trabalha na empresa; gosta de trabalhar na empresa; há quanto tempo reside na habitação; qual é a modalidade de pagamento; está satisfeito com a aquisição de casa; o que acha do projeto de aquisição de casas da empresa Sonangol; se hoje pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra da casa; acha que a existência do projeto social de habitação da empresa influência o seu nível de motivação no trabalho.

2.3. Participantes

Após se ter identificado a população do estudo, foi fundamental definir o modo de seleção dos sujeitos que iriam constituir a amostra, ou seja, que tipo de amostragem iria ser feito (Coutinho, 2011). Assim, foi utilizada uma amostragem probabilística simples, onde qualquer funcionário da empresa teve a oportunidade de participar na investigação (Hill & Hill, 2012).

O total da amostra foi de 65 participantes (n = 65), sendo constituída por 31 homens (47,7%) e 34 mulheres (52,3%), com idades compreendidas entre os 25 e os 60 anos, sendo a mais prevalente a de 46 anos. Quanto às habilitações literárias, a maioria dos sujeitos têm o equivalente ao ensino médio (n = 28; 43,1%). Por fim, relativamente ao estado civil, constata-se que é frequente os participantes serem casados (n = 24; 36,9%). Na **Tabela 1**, podem observar-se os resultados referentes à caracterização sociodemográfica da amostra.

Tabela 1: Caraterização Sociodemográfica dos participantes

	n = 65	%	Medidas descritivas
Sexo			
Masculino	31	47,7	
Feminino	**34**	**52,3**	*Mo*: Feminino
Total	65	100	
Idade			
25-35 anos	13	20,0	*Mo*: 46 anos
36-45 anos	23	35,4	*M :* 43,17
46-60 anos	**29**	**44,6**	*DP* : 8,81
Total	65	100	
Habilitações literárias			
4.º Classe	10	15,4	
Ensino básico	16	24,6	
Ensino Médio	**28**	**43,1**	*Mo*: Ensino secundário
Ensino superior	11	16,9	
Total	65	100	
Estado civil			
Solteiro	19	29,2	
Casado	**24**	**36,9**	*Mo*: Casado
Divorciado	11	16,9	
Viúvo	11	16,9	
Total	65	100	

n = número total dos sujeitos da amostra, *Mo* = Moda, *M* = Média, *DP* = Desvio-padrão

2.4. Análise estatística

Para a realização das análises estatísticas, utilizou-se o programa informático *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 21.0 para Windows.

Inicialmente, procedeu-se ao cálculo do teste de *Kolmogorov-Smirnov* para verificar a normalidade das variáveis (sociodemográficas e do questionário). Verificou-se que a maior parte das variáveis não apresentaram uma distribuição normal.

Independentemente destes dados, optámos por utilizar testes paramétricos, uma vez que a amostra tende para a normalidade quando tem um n superior a 30 (Pestana e Gageiro, 2008).

Começamos por reconhecer a necessidade de recodificar a variável *idade* (1: 25-35 anos, 2: 36-45, 3: 46-60) e a variável *há quanto tempo trabalha na empresa* (1: 3-15, 2: 16-25, 3: 26-35), de modo a facilitar as futuras análises.

De seguida, realizámos de análises descritivas, calculando as frequências absolutas e percentuais, assim como as medidas de tendência central (média) e de dispersão (desvio-padrão). Calculou-se também o teste do qui quadrado para a independência para verificar se existiam associações entre a variável sexo e a variável se faria o mesmo em relação à compra de casa. Para analisar a variância do item há quanto tempo trabalha na empresa em função da idade dos participantes, usou-se a ANOVA *Oneway*. Neste contexto, efetuou-se o teste *Post-Hoc* de Tukey para situar as diferenças nas pontuações médias entre os respetivos grupos. Determinou-se, ainda, o coeficiente de correlação de Pearson para testar as associações entre as variáveis do questionário.

3. Resultados

Podemos observar no **Gráfico 1 -** que a maioria dos participantes avaliados trabalha há mais de 10 anos na empresa Sonangol (M = 19,6; DP = 8,174).**Gráfico 1**: *Há quanto tempo os participantes trabalham na empresa Sonangol?*

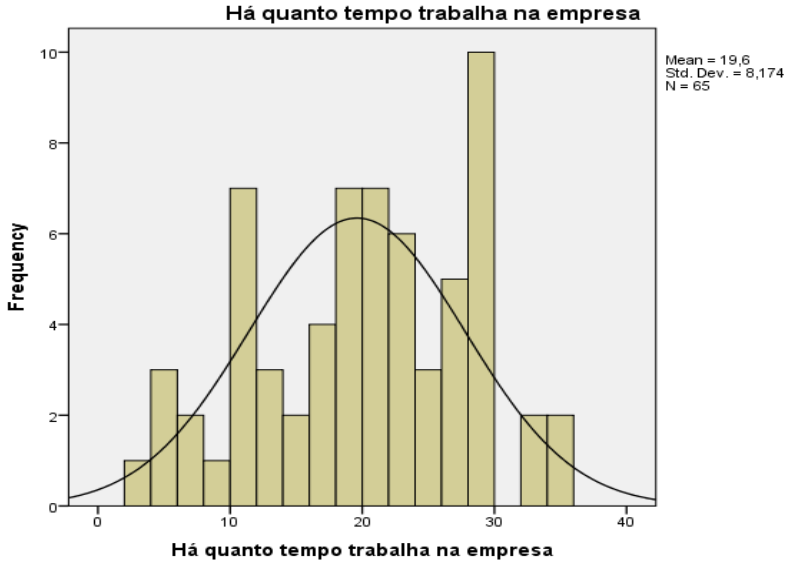


Gráfico 1 – O tempo que o trabalhador está na empresa – **Fonte:** ANOVA Oneway

De seguida, verificamos na **Tabela 2** que todos os participantes gostam de trabalhar na empresa Sonangol (n = 65; 100%).

Tabela 2 - *Se os participantes gostam de trabalhar na empresa Sonangol?*

	n	*%*
Sim	**65**	**100**
Não	0	0
Total	65	100

Fonte: elaboração própria

Na **Tabela 3**, apresentamos os resultados relativos à opinião dos participantes, em particular, *porque gostam de trabalhar na empresa Sonangol*. Podemos verificar que os participantes referem com maior frequência que gostam de trabalhar na empresa porque permite ter uma boa reforma (n = 20; 30,8%), embora também refiram, com uma frequência assinalável, que a Sonangol é uma empresa que garante o futuro (n = 18; 27,7%).

Tabela 3 – *Por que os participantes gostam de trabalhar na empresa Sonangol?*

	N	*%*
Empresa que garante o futuro	**18**	**27,7**
É a minha área de formação	5	7,7
Permite ter uma boa reforma	**20**	**30,8**
Gosto de que faço, trabalho é eficiente e com boas condições	16	24,6
É uma das melhores e maiores empresas do país	6	9,2
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao *tempo que os trabalhadores residem na habitação fornecida pela Sonangol*, pode observar-se na **Tabela 4** que a maioria dos participantes está na habitação entre 36 a 60 meses (n = 47; 72,3%).

Tabela 3 - *Há quanto tempo reside na habitação fornecida pela Sonangol?*

	n	*%*
Alguns meses a 24 meses	17	26,2
36 a 60 meses	**47**	**72,3**
72 a 84 meses	1	1,5
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Constatamos através da **Tabela 5** que, *a modalidade de pagamento da casa* por parte de todos os trabalhadores da empresa é pelo desconto no salário (n = 65; 100%).

Tabela 5: *Qual a modalidade de pagamento da casa?*

	n	*%*
Desconto no salário	**65**	**100**
Trabalhadores vão ao banco depositar o dinheiro (conta da empresa)	0	0
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Quanto à questão *se os participantes estão satisfeitos com a aquisição da casa através da empresa Sonangol*, verificamos que é frequente os indivíduos demonstrarem satisfação (n = 43; 66,3%).

Tabela 6-A: *Está satisfeitos com a aquisição da casa?*

	n	*%*
Sim	**43**	**66,2**
Não	22	33,8
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Os trabalhadores sentem-se *satisfeitos com a aquisição da casa* (**Tabela 7**), porque as casas têm boas condições, estão bem localizadas e que o pagamento é acessível (n = 65; 100%).

Tabela 6-B: *Por que é que está satisfeitos com a aquisição da casa?*

	n	*%*
As casas têm boas condições, estão bem localizadas e o pagamento é acessível	**39**	**60,0**
Sinto-me melhor a viver em casa própria, sem pagas renda	4	6,2

Fonte: Elaboração própria

Na **Tabela 6-C** verificamos que o motivo pelo qual os trabalhadores não estão satisfeitos com a aquisição da casa prende-se pela sua localização ser distante da cidade (n = 22; 33,8%).

Tabela 6-C: *Por que é que não está satisfeitos com a aquisição da casa?*

	n	*%*
A sua localização é distante da cidade	22	33,8

Fonte: Elaboração própria

Na **Tabela 7**, podemos constatar que a opinião dos trabalhadores sobre *o que acham do projeto de aquisição de casa da empresa Sonangol* é positiva, referindo que é bom para a empresa e para os trabalhadores (n = 60; 92,3%).

Tabela 7: *O que acha do projeto de aquisição de casa da empresa Sonangol?*

	n	*%*
É bom para a empresa e para os trabalhadores	**60**	**92,3**
Adquirir casa é vantajoso, uma vez que não é fácil comprar casa no nosso país	5	7,7
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à questão *se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa*, podemos observar na **Tabela 8-A** que a maioria dos trabalhadores refere que sim (n = 42; 64,7%).

Tabela 8-A: *Se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa?*

	n	*%*
Sim	**42**	**64,7**
Não	23	35,4
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

A **Tabela 8-B** reflete a opinião positiva dos trabalhadores relativamente à questão *se sim, porque é que faria o mesmo em relação à compra de casa*, na qual 28 sujeitos (43,1%) mencionam com frequência que é um sonho ter casa própria.

Tabela 8-B: *Se sim, por que é que faria o mesmo em relação à compra de casa?*

	n	*%*
Sim, porque é bom para os trabalhadores	12	18,5
Sim, é um sonho ter casa própria	**28**	**43,1**
Sim, o meu objetivo é ter uma vida melhor	2	3,1

Fonte: Elaboração própria

Contudo, na **Tabela 8-C** constata-se que existe um número elevado de trabalhadores que responde que *não, porque não encontrei as condições que esperava e a localização não é favorável* (longe da cidade) (n = 23; 35,4%).

Tabela 8-C: *Se não, por que é que não faria o mesmo em relação à compra de casa?*

	n	*%*
Não, porque não encontrei as condições que esperava e a localização não é favorável	23	35,4

Fonte: Elaboração própria

Quanto à **Tabela 9**, verificamos que ao questionar os participantes sobre se *a existência do projeto social de habitação da empresa Sonangol influencia a sua motivação no trabalho*, a maior parte salienta que o projeto motiva os trabalhadores (n = 50; 76,9%).

Tabela 9: *A existência do projeto social de habitação da empresa influencia o seu nível de motivação no trabalho?*

	n	*%*
Porque motiva os trabalhadores	**50**	**76,9**
Aumenta a autoestima, refletindo-se na eficiência/eficácia no trabalho	14	21,5
A minha expetativa aumentou e passei a confiar mais na empresa na empresa	1	1,5
Total	65	100

Fonte: Elaboração própria

Através do teste do qui quadrado para a independência testámos a associação entre a variável sexo e a variável *se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa*. Na **Tabela 10**, os homens referem com mais frequência que *se pudessem voltar atrás, fariam o mesmo em relação à compra de casa* (n = 23), contudo o valor de X^2 não é estatisticamente significativo (p = 0,200). Isto significa que a proporção de homens que manifestam que *se pudessem voltar atrás, fariam o mesmo em relação à compra de casa* não é significativamente diferente da proporção de mulheres também o manifestam, por isso não há associação entre as duas variáveis.

Tabela 10: *Teste do Qui-Quadrado para a Independência (sexo e "se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa?")*

Sexo	Se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa		
	Sim	Não	***N***
Masculino	**23**	8	31
Feminino	**19**	15	34
n	42	23	65

Fonte: Elaboração própria

Na **Tabela 11**, apresenta-se a análise da variância do item *há quanto tempo trabalha na empresa* em função da idade, tendo-se realizado para o efeito uma ANOVA. Verificamos que existem diferenças estatisticamente significativas no respetivo item (p = 0,000), onde o grupo de trabalhadores mais velhos (46 e 60 anos) obteve as pontuações médias mais elevadas (M = 24,86; DP = 6,474).

Seguidamente, calculou-se o teste *Post Hoc* de *Tukey* que indica que no item *há quanto tempo trabalha na empresa* as diferenças significativas se situam entre os trabalhadores com 25-35 anos e os trabalhadores com 36-45 anos (p = 0,003), bem como entre os trabalhadores com 25-35 anos e os trabalhadores com 46-60 anos (p = 0,000).

Tabela 11: Análise da variância entre a idade e o item "há quanto tempo trabalha na empresa?".

Idade	25-35 anos (*n* = 13)	36-45 anos (*n* = 23)	46-60 anos (*n* = 29)		
	M(DP)	*M(DP)*	*M(DP)*	*F*	*P*
Há quanto tempo trabalha na empresa	10,69(5,721)	18,00(6,090)	**24,86(6,474)**	24,639	**0,000**

Nota: F = ANOVA (p <0,05) – **Fonte:** ANOVA Oneway

4. Discussão Crítica

O presente trabalho pretende analisar a política de responsabilidade social interna da empresa Sonangol em Angola na área da habitação social e avaliar o seu impacto na motivação e satisfação dos trabalhados.

No que concerne à responsabilidade social da empresa como forma de estratégia no seio empresarial, verifica-se que os funcionários sentem-se satisfeitos com aquisição desta prática. Desta forma, de acordo com os resultados obtidos, *os participantes estão satisfeitos com a aquisição da casa através da empresa Sonangol*, pois verifica-se que é frequente os trabalhadores demonstrarem satisfação (66,3%). Esta questão da satisfação por parte dos funcionários poderá refletir-se no seu envolvimento a nível do reconhecimento de competências, refletindo-se na resolução das suas tarefas, o que vai ao encontro dos objetivos da empresa. Portanto, permite melhorar a capacidade de resolução de problemas dos trabalhadores. Por isso, a motivação é uma condição necessária à satisfação no trabalho e ao desempenho. Todavia, não é estranho, pois, que no centro da empresa esteja a componente humana, ou seja pessoas empregues para conduzir e executar a produção (Lopes, 2003).

Também podemos constatar que a opinião dos trabalhadores sobre *o que acham do projeto de aquisição de casa da empresa Sonangol* é positiva, referindo que é bom para a empresa e para os trabalhadores (92,3%). Isto significa que os trabalhadores poderão estar mais comprometidos com a empresa uma vez que o objetivo destas ações é proporcionar melhores condições não só aos trabalhadores mas, também à sociedade. Assim, as ações internas assumem-se como uma ferramenta fundamental na gestão organizacional, otimizando as relações com os trabalhadores, melhorando o seu desempenho e reforçando a posição competitiva da empresa. Por isso, o reconhecimento da responsabilidade social pelas empresas deve ser parte integrante do seu planeamento estratégico e da formulação de objetivos e politicas (Mullins, 2001)

No nosso estudo, 64,7% dos trabalhadores inquiridos mencionam que *se pudessem voltar atrás, fariam o mesmo em relação à compra de casa*, uma vez, que a obtenção de uma casa poderá melhorar as suas condições de vida e o bem-estar da sua família.

Entre os inúmeros benefícios sobre a responsabilidade social a nível interno verificamos que ao questionar os participantes sobre se *a existência do projeto social de habitação da empresa Sonangol influencia a sua motivação no trabalho*, a maior parte salienta que o projeto os motiva (76,9%). Como foi fundamentado anteriormente, a

responsabilidade social interna pressupõe igualmente um bom relacionamento da empresa com os seus trabalhadores. Este aspeto motivacional vai permitir que o trabalhador alcance altos níveis de satisfação, desempenho e produtividade. Assim, um ambiente de trabalho estimulador, satisfatório e produtivo será benéfico, tanto para organização, como para os colaboradores (Juan, 1999).

No que diz respeito à questão *se pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra de casa*, constatamos que os homens referem mais frequentemente que *se pudessem voltar atrás, fariam o mesmo em relação a esta compra*. No entanto, este resultado não é significativo. O que indica que a proporção de homens que manifestam interesse em *relação à compra de casa* não é significativo, comparativamente à proporção de mulheres que também o manifestam.

Relativamente à questão há quanto tempo trabalha na empresa, verificou-se que existem diferenças significativas, onde os trabalhadores mais velhos (46 e 60 anos) obtiveram os resultados mais elevados, comparando com trabalhadores com idades entre os 25-35 anos e os trabalhadores com idades entre os 36-45 anos. No estudo realizado por Lopes (2003) salienta-se que o tempo é um dado real, um recurso que nos utilizamos de acordo as nossas necessidades, objetivos, desejos, decisões e prioridades. Dominar e ordenar o seu uso, significa controlar sua própria vida dar-lhe sentido para alcançar os objetivos e metas que nos propomos a atingir.

Para além, da maioria dos trabalhadores como se referiu atras se sentir satisfeito com a aquisição de casa, convêm também referir outros resultado importante e significativo que o projeto de aquisição de casa da empresa Sonangol é benéfico (92,3%), isso demostra que a empresa, ao implementar estas ações, passou a transmitir maior segurança aos seus funcionários aumentando assim, o grau de confiança existente entre empresa e trabalhador.

5. Conclusão

Através da revisão teórica e do trabalho empírico, foi possível identificar o nível motivacional dos trabalhadores, na medida que os funcionários têm a oportunidade de serem os principais beneficiários desta prática.

Em Angola, a prática de responsabilidade social tem dado os seus primeiros passos. É importante que os gestores conheçam e apliquem esta prática, melhorando as condições de vida dos trabalhadores e da sociedade.

Os dados que descrevemos anteriormente reafirmam a importância crescente da incorporação de estratégias socialmente responsáveis pelas organizações como condição para assegurar a sua sustentabilidade a longo prazo. Para dar transparência e divulgar ações sociais, também se verificou um aumento da satisfação por parte dos funcionários das empresas, criando assim o vislumbre de um padrão social de qualidade, tendo impacto na vida pessoal dos trabalhadores, bem como nas suas atividades em contexto laboral.

Este estudo apresentou algumas limitações. A aquisição de bibliografia relativamente ao contexto angolano foi limitativa e escassa, visto que ainda é uma temática que está em desenvolvimento e é pouco explorada pelos investigadores. Uma segunda limitação foi a construção do questionário utilizado neste estudo, uma vez que não se encontrou um instrumento que possibilitasse medir o nível de satisfação e motivação influenciado pelas práticas da responsabilidade social interna na empresa.

Portanto, como um trabalho de investigação nunca se dá por terminado, uma vez que vão surgindo questões ao longo do tempo, importa responder a essas questões que são oportunidades para o recomeço de um novo estudo. Assim, esperamos que este estudo possa servir como um estímulo para novos estudos, sendo um mote para futuras investigações sobre o tema da responsabilidade social a nível interno, dado que este modelo de gestão poderá contribuir para empresa como uma forma de estratégia a longo prazo, capaz de gerar um diferencial competitivo para os negócios.

Contudo, ainda há um amplo caminho a ser percorrido para que um maior número de empresas em Angola, independentemente de seu porte, adotem essa prática e publiquem o seu balanço social. É preciso que a iniciativa pública e privada se sinta cada vez mais comprometida com comunidade onde opera. Para concluir, esta mudança de atitude nas empresas passa pela implementação de ações para melhorar a qualidade de vida da sociedade, atestando o interesse e as exigências da sociedade para que se incorporem

questões desta ordem para o bem-estar da comunidade. Assim, as empresas devem usar está prática como um testemunho para estabelecer relações (funcionários e clientes) tanto ao nível interno como externo.

6. Referências bibliográficas

Alessio, R. (2004). *Responsabilidade Social das Empresas no Brasil*: Reprodução de postura ou novos rumos? Porto Alegre. EDITUCRS.

Almeida, F. (2010). *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. Lisboa, Princípia Editora, Lda.

Almeida, V.L.C. (2012). *Responsabilidade social interna e motivação no trabalho*. Dissertação de mestrado não publicada, Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra.

Camara, P.B., Guerra, P.B & Rodrigues, J.V. (2007). *Novo Humanator*: Recursos humanos e sucesso empresarial. Lisboa. Editora: Dom Quixote.

Carroll, A.B. (1979). *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*. Business Horizons. Acedido em 14, de Julho, 2013 em http://scholar.google.es.

Chiavenato, I. (2006). *Princípios da Administração*: O Essencial em Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro. Editora Elsevier.

Comissão das Comunidades Europeias. (2001). *Livro Verde*- Promover um quadro Europeu para responsabilidade social das empresas. Acedido em 12, Maio, 2013 em http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf.

Costa, G.P & Gleman, J.J. (2007). *Varejo e R.S*: Visão Estratégica e Prática no Brasil. Porto Alegre: Armed, FGV Editora.

Costa, M. A. N., Jorge. F., Santos, M.J & Seabra, F.M. (2011). *Responsabilidade Social*- Uma visão Ibero-americana. Coimbra. Editora: Almedina.

Coutinho, C.P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*: Teoria e Prática. Coimbra. Editora: Almedina.

Cunha, M.P., Rego, A., Cunha, R.C., Cardoso, C.C. (2007). *Manual de Comportamento Organização e Gestão*. (6ª ed.). Lisboa: Editora RH.

Esperança, J.P., Sousa, A., Soares, E & Pereira, I. (2012). *Corporate Governance no Espeço Lusófono*. Lisboa. Texto Editores, Lda.

Ferreira, J.M.C, Neves, J & Caetano, A. (2001). *Manual de Psicossociologia das Organizações*. Lisboa: McGraw-Hill.

Hill, M.M & Hill, A. (2012). *Investigação por questionário*. Lisboa. 2ª Edição. Edições Silabas.

Lisboa, J., Coelho, A., Coelho, F & Almeida, F. (2008). *Introdução a Gestão Organizações.* Coimbra. Editor: Grupo editoral vida económica.

Lopes, G.A.C. (2003). *Motivação no trabalho*. Rio de Janeiro. Acedido em 2, de Março, de 2013 em https://www.google.pt

Motta, P,R.; Pimenta, R, & Tavares. E. (2008). *Novas Ideias em Administração 2*. Rio de Janeiro, Vol II. FGV Editora.

Mullins, L.J. (2001). *Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional*. São Paulo, 4º Ed. Artmed Editora.

Pestana, M. H.; Gageiro, J. N. (2008). *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS* (5ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

Ponchirolli, O. (2007). *Ética e Responsabilidade Social Empresarial*. Curitiba, Editora Juruá.

Pondo, M.J. (2009). *A Cabinda Gulf Oil Company – Gabgoc e a sua Responsabilidade Social em Angola* (2002-2009). Policopiado.

Reis, F. L. (2010). *Como elaborar uma dissertação de mestrado segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor – Edições de Ciências Sociais e Política Contemporânea.

Rodrigues, C.U. (2004). *Responsabilidade Social das Empresas em Angola*: Potencialidade de desenvolvimento. Coimbra. Acedido em 22, de Maio, 2013 em http://www.ces.uc.pt.

Ruão, T. (1999). *A Comunicação Organizacional e a Gestão de Recursos Humanos*. Evolução e atualidade. Braga. Cadernos do Noroeste, vol. 12, nº 1-2, pp. 179-194, Centro de Ciências Históricas e Sociais. Campus de Gualtar. Universidade do Minho.

Scarpinelli, M.S. (2005). *Balanço Social e Responsabilidade Social*. Rio de Janeiro. Acedido 13, Abril, 2013 em https://www.google.pt.

Soares, C.S. (2011). *Motivação no Trabalho*. Rio de Janeiro. Acedido em 13, de Julho, de 2013 em https://www.google.pt.

Teixeira, S. (2011). *Gestão Estratégica*. Lisboa: Escolar Editora

Tenório, F.G. (2006). *R.S.E: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro. 2ª Edição, FGV Editora.

Vincent. A.M & Frank, G.W. (2007). *Rumo a uma estratégia para Angola*: Prioridade para as relações entre Angola e os E.U.A. Relatório. Acedido em 22, de Maio, 2013 em http://books.google.com/?hl=pt-PT.

Walter, L.F.C. (2007). *Angola: O papel e contributo do setor dos petróleos de Angola no desenvolvimento socioeconómico do país*. Desafios e expetativas (1975-2005). Dissertação de mestrado, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Universidade Lusófona, Lisboa. Acedido em 14, de Maio, de 2013 em https://www.google.pt.

ANEXOS

Anexo 1 - Inquérito por Questionário

O projeto social de habitação da Empresa Sonangol

Consentimento Informado

Esta investigação decorre no âmbito do Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional do Instituto Superior Miguel Torga (Coimbra) e tem como objetivo estudar o projeto social da empresa Sonangol.

A sua participação é muito importante, mas é voluntária. Todos os dados recolhidos têm garantia de confidencialidade e servem somente para investigação científica.

Estou disponível para qualquer esclarecimento acerca do estudo. Ao aceitar participar, por favor, responda a todas as questões.

Contacto do investigador responsável

António Francisco Nolica Vieira: antonio.vieyra@hotmail.com

Anexo 2 - Questionário Sociodemográfico

Questionário Sociodemográfico e Questionário para os trabalhadores da empresa Sonangol – QTES

a) **Sexo:** ☐ Masculino ☐ Feminino

b) **Idade:** _____ (anos)

c) **Habilitações?**

☐ 4.ª Classe

☐ Ensino básico

☐ Ensino Médio

☐ Ensino superior

Outros _____

d) **Estado civil?**

☐ Solteiro/a ☐ Casado/a ☐ Viúvo/a ☐ Divorciado/a ou separado/a

Questionário para os trabalhadores da empresa Sonangol – QTES

Há quanto tempo trabalha na empresa?

☐☐ Meses ☐☐ Anos

a) **Gosta de trabalhar na empresa?**

☐ Sim

☐ Não

Porquê?_____

_____

_____

_____

_____

b) **Há quanto tempo reside na habitação?**

☐☐ Meses ☐☐Anos

c) **Qual é a modalidade de pagamento?**

☐ Desconto no salário

☐ Pagamento ao banco

d) **Está satisfeito com a aquisição de casa? Tenha em conta, por exemplo, as condições da casa, o sistema de pagamento e localização geográfica.**

☐ Sim

☐ Não

Porquê?_____

_____

_____

_____

_____

e) **O que acha do projeto de aquisição de casas da empresa Sonangol?**

_____

_____

_____

_____

_____

f) **Se hoje pudesse voltar atrás, faria o mesmo em relação à compra da casa?**

☐ Sim

☐ Não

Porquê?_____

_____

_____

_____

_____

_____

g) **Acha que a existência do projeto social de habitação da empresa influência o seu nível de motivação no trabalho? Explique porquê.**

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____