

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS FACE À PANDEMIA DE COVID-19: AJUSTE À UMA REALIDADE ANÓMALA

Francisco Manuel Jongolo¹

Sumário: 1. Introdução; 2. Conceito e Polissemia; 3. Dimensão, i.e., Princípios; 4. Responsabilidade Social vs Caridade/Filantropia Empresarial; 5. A Pandemia de COVID-19. Um desafio a classe empresarial angolana; 6. Ajuste da responsabilidade social das empresas em Angola à uma realidade anómala.

RESUMO

Sendo a Responsabilidade Social acções desenvolvidas pelas empresas para a melhoria da sociedade, em um aspecto geral, actualmente, as empresas vêem a sua missão para lá da obtenção do lucro, pois estão cada vez mais impelidas em fazer mais e melhor pela sociedade, sentindo-se como verdadeiras integrantes e parte responsável pela sustentabilidade social.

Ainda que a primeira preocupação seja a obtenção do lucro, as empresas podem, paralelamente, contribuir para o cumprimento de objectivos sociais mediante a integração da responsabilidade social nas suas operações.

Neste contexto, o presente artigo reflecte sobre a responsabilidade social das empresas, em concreto, no caso angolano, tendo em conta uma nova realidade anómala, imposta pela famigerada Pandemia de COVID-19, bem como a fundamentação da sua importância e o seu inevitável ajuste à realidade aludida.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social, Empresas, Pandemia de Covid-19.

“Instrua-se, liberte-se. Leia!”

Rita de Cácia Rios

¹ Jurista e Advogado Estagiário. E-mail: franciscojongolo43@gmail.com

Introdução

Com o agigantamento do sector empresarial em Angola, fruto da economia de mercado e da abertura à iniciativa privada, plasmadas na Constituição da República de Angola – Artigos 14º, 38º e 88º no seu nº1, alíneas b), d) e f), as empresas têm assumido um papel de maior relevo na conjuntura social, tanto a nível pessoal como comunitário. Tal facto, arrasta consigo questões de diversas naturezas, das quais uma das mais expressivas, nos dias que correm, é, sem dúvida, àquela atinente a Responsabilidade Social das Empresas².

Não obstante a obtenção de lucros ser indubitavelmente a zona nevrálgica dos objectivos empresariais, é cada vez mais notório o compromisso das empresas com acções socialmente relevantes, o que subjaz na adopção de comportamentos que visem o interesse colectivo.

Destarte, dado o período que Angola e mundo atravessam, parece-nos oportuno, dentro das nossas limitações, “conjuguar alguns verbos” que, diga-se em abono da honestidade intelectual, não esgotará o tema em análise, sobre o qual há muito a dizer.

No decorrer das pesquisas, percebemos que a nível do Direito Angolano quase não há bibliografia, em termos de doutrina, da Responsabilidade social das Empresas e, de igual modo, tal empecilho aplica-se *mutatis mutandis* ao plano legislativo. Todavia, esperamos que este artigo seja um aditivo na busca por soluções para os numerosos problemas sociais que (re)surgiram com a Pandemia da COVID-19.

1. Responsabilidade Social. Um conceito Polissémico

Ainda não existe um conceito plenamente aceite sobre responsabilidade social, todavia, ensaios não faltaram na busca por um conceito de aplicação universal. Contudo, para melhor entender o conceito de responsabilidade social é necessário precisar as perspectivas em que ela se apresenta.

Assim sendo, arriscamo-nos a dizer que é consensual a ideia segundo a qual, a responsabilidade social apresenta-se em duas grandes perspectivas: uma interna, outra externa. A primeira relaciona-se com os cuidados inerentes à segurança e higiene no trabalho, à aplicação de um conjunto de medidas que visam a criação de boas condições

² Embora de forma indirecta, entendemos que há, implicitamente, o princípio da responsabilidade social das empresas no art.78º da CRA, com o título “Direitos do Consumidor”, na medida em que, ao salvaguardar os direitos do consumidores e postular o conjunto de situações a que estes direitos estão sujeitos, está ao mesmo tempo, mas a *contrário sensu*, a proibir que os agentes económicos que actuam como fornecedores (particularizando para o nosso caso as empresas), devam pautar-se por uma conduta adequada para com os destinatários (membros da comunidade), ou seja, que tenham responsabilidade social. Mas no caso desta, uma responsabilidade social *lato sensu*.

de trabalho no seio das organizações; a segunda, que mais interessa, por ora, e constitui cerne desta abordagem, reflecte-se numa aproximação à comunidade e às suas preocupações sociais e ambientais³.

Dito de outro modo, a responsabilidade social interna significa vantagens salariais, probabilidade de formação, acesso a benefícios sociais, de saúde, enquanto a responsabilidade social externa, implica uma aproximação aos centros de decisão política, das praças financeiras, dos mercados de grande consumo, das universidades e da própria comunidade, facilitando-se a provisão de matérias-primas, o melhor aproveitamento energético e ambiental, e as melhorias contínuas das vias de comunicação e de transportes⁴.

Isto posto, apesar do mérito de cada ensaio e fazendo recurso à estes, num claro acto de “atrevimento científico”, entendemos a responsabilidade social das empresas como sendo o compromisso das empresas no desenvolvimento sustentável, que se traduz na integração das preocupações económicas, sociais e ambientais das comunidades, às suas operações empresariais, visando o seu bem-estar comunitário⁵.

2. Dimensão, i.e., Princípios da Responsabilidade Social

Inicialmente existiu uma dicotomia bifurcada entre princípio da solidariedade e o da caridade⁶, aos quais, por uma questão de economia de tempo, não lançaremos mão. Ultrapassada que foi a dicotomia inicial, hodiernamente, são duas as dimensões⁷ sobre o tema, sendo uma oposta da outra, mormente o *paradigma clássico liberal*, atribuído a Milton Friedman; e o *paradigma socioeconómico*, defendido por Evan e Freeman⁸ e Keith Davis⁹

Na primeira dimensão, ter-se-á considerado que o principal objectivo das empresas seria a obtenção de lucros, sendo a sua mais importante missão proceder de forma eficiente e em respeito das leis do mercado; na segunda abordagem ter-se-á

³ FONSECA, Daniela Esperança Monteiro. *A importância do conceito de Responsabilidade Social das Empresas*, Vila Real, 2017, pp.67-68

⁴ *Ibidem*

⁵ Não obstante não ser um conceito acabado e que, pode não reunir consenso, entendemos, salvo melhor opinião contrária, ser o conceito que melhor se adequa a realidade angolana e responde aos anseios da nova realidade e pode nortear os empresários na planificação e execução da responsabilidade social.

⁶ STONER, James Arthur Finch; FREEMAN, Robert Edward. *Management*, 5.^a ed., Editora Prentice Hall, Englewood Cliffs, Nova Jérsea, 1992, pág.96

⁷ Até a data, salvo melhor entendimento, não é consensual a terminologia, sendo que alguns a tratam por perspectivas em detrimento de dimensão. O termo perspectiva é preferencialmente querido entre os brasileiros, muito por conta do fenómeno “americanização do sistema jurídico brasileiro.

⁸ EVAN, William M.; FREEMAN, Robert Edward. *A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism*. In T. Beauchamp & N. Bowie, *Ethical theory and business*, 3.^a ed., Editora Prentice Hall Englewood Cliffs. Nova Jérsea, 1988, Pag.75.

⁹ DAVIS, Keith. *Five propositions for social responsibility; Business Horizons*, Arizona, Arizona State University, 1975, pp. 19-24.

definido que as empresas, além da responsabilidade económica, deveriam contribuir para o bem-estar comunitário.

Ao defender a primeira abordagem, Milton Friedman admite que os que advogam a doutrina da responsabilidade social consagram apenas um conjunto de intenções, que, em concreto, traz mais desvantagens do que benefícios. Considera o autor, que o bem-estar não pode ser exercido para ganhar dinheiro e que as preocupações sociais mais relevantes devem ser conduzidas pelo Estado e/ou pelos cidadãos. Sob este prima, a única responsabilidade das empresas é aumentar os seus lucros, sem fraude ou engano¹⁰.

São, todavia, poucas as vozes que se juntam, hoje, a Milton Friedman, vigorando com maior firmeza uma visão contemporânea da Responsabilidade Social, segundo a qual as empresas são membros confiáveis da sociedade, o que lhes impõe aumentar o bem-estar dessa mesma comunidade. Daí que, um dos mais influentes autores da perspectiva socioeconómica, Keith Davis, reforça que os que não forem capazes de usar os seus recursos em benefício da sociedade têm tendência a perder o poder¹¹.

Davis ficou ainda mais célebre pela criação de cinco princípios sobre as práticas de Responsabilidade Social das Empresas, aqui sintetizados de forma breve: a) em primeiro lugar, a responsabilidade social deriva do poder social que a empresa tem sobre a sociedade, o que significa que a comunidade pode e deve responsabilizar as empresas pelas condições sociais que estas gerem; b) em segundo lugar, as empresas devem ser sistemas abertos, capazes de estabelecer um conjunto de trocas de *inputs* e de *outputs* com o meio circundante; c) em terceiro lugar, os custos e benefícios sociais devem ser tomados em conta na contabilidade empresarial; d) em quarto lugar, os custos sociais relativos às actividades, produtos ou serviços de uma empresa devem ser transferidos para os consumidores; e) em quinto lugar, as empresas têm a obrigação moral de se envolverem em questões sociais que possam ir além das suas áreas de negócio.¹²

Concluindo, os argumentos contra a responsabilidade social empresas enfatizam o facto de o envolvimento social poder reduzir a eficácia económica, atendendo os elevados custos que as empresas teriam com a comunidade- questionando se também se estas não deveriam deixar essa tarefa para as organizações mais adequadas. Os argumentos a favor da Responsabilidade Social das Empresas reforçam a ideia de que o poder que as empresas têm lhes é dado pela sociedade, e que, nada mais justo do que devolver à sociedade aquilo que dela receberam.

¹⁰ FONSECA, Daniela Esperança Monteiro *Ob. Cit.*, pp.64-65

¹¹ STONER, James Arthur Finch; FREEMAN, Robert Edward. *Ob. Cit.*, pag.100

¹² MILAN, G. S., MATTIA, A., LARENTIS, F., DE TONI, D., e SILVA, M. R., *Percepção da Responsabilidade Social das Empresarial na perspectiva dos académicos de uma Universidade da Região da Gaúcha, Seminários em Administração. Rio Grande do Sul, 2010, Pág.6., apud, FONSECA, Daniela Esperança Monteiro, Ob. Cit., Pág.65. Para mais, vide: www.ead.fea.usp.br/semead/13semead.*

3. Responsabilidade Social vs Caridade/Filantropia Empresarial

Há quem confunda responsabilidade social com caridade e/ou filantropia empresarial. Não obstante ambas apresentarem como substrato o sentido de ajuda, são questões que em princípio parecem semelhantes, mas não são, pois uma e outra assumem funções relativamente diferentes. Por isso, importa, de forma sumária, precisar os termos de modo a estabelecer as diferenças e entender o seu real alcance.

Se por um lado, segundo definições dadas pelos dicionários, a caridade é um sentimento ou uma ação altruísta de ajuda a alguém sem busca de qualquer recompensa, e que a sua prática é um notável indicador de elevação moral e uma das práticas que mais caracteriza a essência boa do ser humano, sendo, em alguns casos, chamada de ajuda humanitária; por outro lado, com uma origem eminentemente religiosa, filiada à igreja católica, a caridade tem uma natureza contritiva, ou seja, está associada a ideia de que, deve ser feito o bem na terra, para ser recompensado no céu. Daí estar intrinsecamente ligada aos conceitos “Amor ao próximo”, “compaixão”, etc¹³.

O mesmo pode se colocar em relação a filantropia empresarial, que é entendida como uma ação social externa à empresa, fruto da maior sensibilidade e consciência social do empresário, de natureza assistencialista, caridosa e predominantemente temporária, ou seja, é uma ajuda, e ela ocorre eventualmente. Segundo Edson Maurício Horta, citando Oded Grajew – e bem, pensamos nós, a filantropia visa o bem-estar de um único público de relacionamento da empresa – a comunidade, ao contrário da responsabilidade social empresarial, que, na sua acepção contemporânea compreende cuidados com todos os *stakeholders* da organização. A filantropia, além disso, é uma espécie de versão leiga da caridade cristã, na qual o apoio ao próximo costuma basear-se em boas intenções e donativos material, sem exigências de contrapartida e pouca intenção de divulgação¹⁴.

Na gestão da responsabilidade social, a empresa, ao contrário, tende a acompanhar os seus investimentos no projecto, direccionar os objectivos de maneira estratégica, identificar os pontos críticos e buscar a sustentabilidade, sempre com a preocupação de dar visibilidade às suas acções. A filantropia está ligada, portanto, a uma visão assistencialista, de acordo com a qual se faz uma doação ao beneficiário sem a preocupação de levantar as suas reais necessidades nem de definir estratégias para garantir continuidade do processo de longo prazo. Por outro lado, responsabilidade social das empresas não pode ser confundida com ação social ou com filantropia empresarial, pois, apesar das inquestionáveis semelhanças, a responsabilidade social é muito mais multifacetada do que pode parecer à primeira vista, pelo que, as acções voltadas para a comunidade e para o ambiente representam somente duas das várias possibilidades de actuação socialmente responsável de uma empresa¹⁵.

¹³ HORTA, Edson Maurício, *O Impacto da Responsabilidade Social das Empresas*, Jornal de Angola, Luanda, 2010.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ *Ibidem*.

4. A Pandemia de COVID-19. Um desafio a classe empresarial angolana.

A **Pandemia de COVID-19** é uma Pandemia em curso de COVID-19, uma doença respiratória aguda causada pelo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2). A doença foi identificada pela primeira vez em Wuhan, na província de Hubei, República Popular da China, em 1 de dezembro de 2019, mas o primeiro caso foi reportado em 31 de dezembro do mesmo ano. Acredita-se que o vírus tenha uma origem zoonótica, porque os primeiros casos confirmados tinham principalmente ligações ao Mercado Atacadista de Frutos do Mar de Huanan, que também vendia animais vivos. Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde declarou o surto uma pandemia. Até 2 de Setembro de 2020, pelo menos 25 334 339 casos da doença foram confirmados em pelo menos 188 países e territórios, com cerca de 848 084 fatalidades reportadas e 16 669 974 pessoas curadas.

Em Angola, a Pandemia de COVID-19 foi confirmada em 21 de março de 2020, após dois cidadãos angolanos, vindos de Portugal, terem sido diagnosticados com o vírus. Até a presente data, os casos de coronavírus do país, estão espalhados por todas as províncias, com maior incidência na província de Luanda, embora o governo tenha criado centros para quarentena institucional em todas as províncias do país.

Entre as várias consequências causadas pela Pandemia de COVID-19, humanas, estruturais, laborais, etc (...) destacam-se, para efeitos desta abordagem, as económicas e sociais, que se mostram devastadoras à escala global. A título de exemplo, a nível do mundo, isso torna-se evidente se analisarmos a queda das importações e exportações, o que reflecte a dimensão da crise económica e social que o mundo atravessa, havendo quem à coloque logo atrás da grande depressão de 1929, pelos contornos que vai assumindo e se crê estar em crescimento, uma vez que as grandes economias mundiais não se encontram funcionais na sua plenitude ou, como se diz no bom português angolano, "à todo gás", estando nalguns países em vigor a ideia da garantia dos serviços e sectores essenciais para assegurar a economia.

Angola, estando inserida no contexto global, não foge à regra quer no que tange a contaminação— como já referido, quer no que tange a propagação e consequências económicas e sociais. Estas, *de per si*, demonstram até que ponto a Pandemia de COVID-19 pode constituir um obstáculo difícil de transpor – impossível para alguns, para a classe empresarial angolana.

Na história recente do empresariado angolano, esta é, muito provavelmente, a crise de maior proporção e que traz à tona antigas dificuldades que põem a prova o nosso tecido empresarial e faz ressurgir questões sobre a prática da responsabilidade social por parte das empresas.

Entre outras coisas, a nossa classe empresarial tem a difícil missão de recuperar de uma queda à grande escala, que se consubstancia no fecho de fronteiras (terrestres e aéreas), dificuldade de acesso a matéria-prima, aumento da inflação, burocratização e dificuldade no acesso ao crédito, falta de divisas no mercado, financiamento limitado,

diminuição na produção e, conseqüentemente, no lucro, entre outras próprias do processo de "readaptação económica"

A missão que se assegura difícil pode, no entanto, servir de handicap de que, apesar da fatídica pandemia, as empresas em Angola estão comprometidas com as questões relativas a responsabilidade social, ao contrário do que se postula um pouco por estas bandas. Dito doutro modo, a “inoportuna” Pandemia de COVID-19 pode se afigurar uma oportunidade para a adopção de comportamentos socialmente relevantes, ou seja, a inclusão das preocupações das classes mais atingidas pelas conseqüências económicas e sociais da pandemia, nos seus projectos empresariais, tudo isto, tendo em conta as suas limitações e o necessário ajuste a esta realidade anómala.

Apesar de as previsões de crescimento do PIB para todos países afectados pela Pandemia de COVID-19 mostrarem-se desfavoráveis (pasmem-se, com excepção da China), é a classe empresarial— achamos nós, a principal aliada do Estado para reverter os efeitos económicos e sociais da Pandemia de COVID-19. Contudo, não basta, para o efeito, que o Estado crie um par de incentivos fiscais para que aqueles possam operar de forma dinâmica, contínua e coesa. É necessário, neste período e pós este período, uma atenção especial para a classe empresarial, com o objectivo de contornar as vicissitudes mencionadas no início da abordagem e se imprimir uma nova dinâmica empresarial e, concomitantemente, um novo ritmo à responsabilidade social das empresas que, como já declarado, deve obedecer a situação de “contingência financeira” que o país e o mundo atravessam.

5. Ajuste da Responsabilidade Social das Empresas em Angola à uma realidade anómala

Para demonstrar a importância que o legislador atribui às empresas e o seu papel social, faremos recurso aos preâmbulos da Lei 30/11, de 13 de Setembro, que cria o plano nacional angolano de fomento às Micros, Pequenas e Médias Empresas (MPME), e da Lei 1/07, de 14 de Maio, Lei das Actividades Comerciais, que postulam o seguinte:

“Tradicionalmente, as Micro, Pequenas e médias Empresas (MPME) têm sido dos principais instrumentos de sustentação das economias modernas, incluindo países mais desenvolvidos, não apenas por participarem na redução do desemprego, mas também por se ajustarem às necessidades das comunidades e, com isso, contribuírem, significativamente da informalidade e da pobreza.”

“O Sector do comércio constitui um elemento fundamental na criação de uma estrutura económica moderna, devido à sua influência significativa na estrutura territorial e populacional da sociedade, na criação de empresas e de emprego.”

Há muito que se discute o tema relacionado com a responsabilidade social das empresas em Angola, pelo que, o argumento da novidade, usado por alguns dos seus interlocutores parece não o ser mais assertivo. Entretanto, questiona-se como anda a nossa classe empresarial em relação ao quesito da responsabilidade social; é esta operante? assertiva? dinâmica e verdadeiramente social?

São questões que pensamos merecedoras de respostas satisfatórias de modo a adequa-las às exigências da nova realidade, vivida um pouco por toda parte, por conta da Pandemia de COVID-19.

Os passos dados no sentido de desenvolver a prática da responsabilidade social por parte das empresas em Angola, foram quase que “por água abaixo”, se atendermos a diminuição do poder financeiro e das operações das empresas, ou seja, se considerarmos que a prática de actos conducentes com os postulados da responsabilidade social não correspondiam ao desejado, pode-se facilmente concluir que este é dos períodos mais críticos.

Ademais, a gritante necessidade de uma legislação própria sobre responsabilidade social das empresas, seria neste momento— pensamos nós, uma muleta para a garantia e continuidade de actos socialmente responsáveis por parte das empresas.

Não que o ajuste da responsabilidade social das empresas em Angola dependa necessariamente da criação de uma lei própria, mas achamos ser aquela, um instrumento importante no ajuste que a nossa realidade impõe. A par da criação de uma lei específica que trate da matéria da responsabilidade social em Angola, é igualmente imprescindível a contribuição da Rede Nacional de Responsabilidade Empresarial (RARSE), criada a 26 de Março de 2019, que tem a missão de, em parceria com os demais agentes da responsabilidade social, dinamizar, regular e alavancar a prática da responsabilidade social no sector empresarial angolano.

A sua criação, embora tardia, é claro sinal de que, possa assim dizer, dias melhores virão, sobre a matéria em causa, dado que, do ponto de vista técnico, a existência de uma entidade própria permite que os actos referidos como socialmente relevantes não desviem do seu real objectivo, mormente, o auxílio na garantia do bem-estar da comunidade em que a empresa se insere.

Questões relativas à necessidade da legislação própria têm sido discutidas e colhem diversos posicionamentos, dos quais destacam-se aquele que defende a sua necessidade e outro que, em sentido contrário, defende a desnecessidade da coercibilidade para a prática de actos conducentes a responsabilidade social empresarial. Tanto um como outro têm a sua razão de ser, pelo que, não entraremos no seu substrato, apesar de o primeiro ser preferencialmente querido entre nós em detrimento do segundo. Queremos apenas realçar, que independentemente de qual seja a opção a se ter em conta, é imperioso que se ajuste a responsabilidade social empresarial à nova realidade, e que, tal realidade não sirva como “válvula de escape” para que as empresas e seus empresários furem-se da sua prática.

Não obstante a validade do argumento da falta de liquidez para a diminuição ou escusa da prática da responsabilidade social por parte das empresas, é necessário que se acautele o possível efeito dominó que pode surgir em volta disto, para que, não sirva como “carta-branca” para que as empresas abandonem as práticas ora referenciadas.

Para terminar, entendemos que, mais do que conjecturar é necessário apresentar algumas soluções que crermos serem imperiosas para ultrapassar os défices económico-sociais que as empresas atravessam e que, de todo, inviabilizam a prática da responsabilidade social. Tais soluções corresponderiam, grosso modo, as seguintes:

- a) Revitalização da economia;
- b) Benefícios fiscais;
- c) Desburocratização e facilidade no acesso ao crédito e demais formas de financiamento ao sector empresarial;
- d) Fomento às parcerias público-privadas; e
- e) Todos os demais actos que independentemente da sua natureza constitutiva, de forma directa ou indirecta, fortaleçam as empresas e os empresários.

Conclusão

Chegados a este ponto, depois de discorrer, de forma sucinta, os meandros da responsabilidade social das empresas em Angola e a sua forçada necessidade de ajuste à uma realidade imposta pela pandemia de Covid-19, estamos prontos para tecer as considerações finais.

Primeira; não existe, até ao momento, de uma regulamentação legal que determine os caminhos a serem trilhados pelas empresas, em termos de responsabilidade social, pelo que, esses vêm se adaptando à realidade caso a caso.

Segunda e última (fazendo recurso, de forma combinada, às palavras de Edson Maurício Horta e José Maria Balibar); as empresas são indispensáveis ao desenvolvimento de um país, razão pela qual se devem preocupar tanto com o êxito e o crescimento do negócio, quanto com a comunidade em que estão inseridas e é afectada pela sua actividade. Assim, é importante uma participação mais efectiva das empresas nas questões sociais para promover o progresso da sociedade angolana, pois é difícil existirem empresas bem-sucedidas em sociedades socialmente fracassadas. Logo, é fundamental fortalecer a sociedade para fortalecer as empresas nela inserida.

Por um sector empresarial mais forte, por empresas socialmente mais responsáveis, rumo ao desenvolvimento.

Huambo, 15 de Outubro de 2020

Bibliografia

BOLIBAR, José Maria. Responsabilidade social das empresas em Angola, *Jornal de Angola*, Luanda, 2011;

DAVIS, Keith. *Five propotions for social responsibility; Business Horizons*, Arizona, Arizona State University, 1975;

EVAN, William M.; FREEMAN, Robert Edward. *A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism*. In T. Beauchamp & N. Bowie, *Ethical theory and business*, 3.^a ed., Editora Prentice Hall Englewood Cliffs. Nova Jérсия, 1988;

FONSECA, Daniela Esperança Monteiro. *A importância do conceito de Responsabilidade Social das Empresas*, Vila Real, 2017;

HORTA, Edson Maurício, *O Impacto da Responsabilidade Social das Empresas*, *Jornal de Angola*, Luanda, 2010;

MILAN, G. S., MATTIA, A., LARENTIS, F., DE TONI, D., e SILVA, M. R., *Percepção da Responsabilidade Social das Empresarial na perspectiva dos académicos de uma Universidade da Região da Gaúcha, Seminários em Administração*. Rio Grande do Sul, 2010,

STONER, James Arthur Finch; FREEMAN, Robert Edward. *Management*, 5.^a ed., Editora Prentice Hall, Englewood Cliffs, Nova Jérсия, 1992.

Legislações Consultadas:

Constituição da República de Angola;

Lei 30/11, de 13 de Setembro, que cria o plano nacional angolano de fomento as Micros, Pequenas e Médias Empresas (MPME);

Lei 1/07, de 14 de Maio, Lei das Actividades Comerciais;

Lei 15/03, de 22 de Julho, Lei de Defesa do Consumidor.