

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: PERCEPÇÃO DOS FORMANDOS EM ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SERRINHA/BA

Luana Mascarenhas Rios¹
Tânia Ferreira de Jesus²

RESUMO

O tema Responsabilidade Social Empresarial (RSE), vem ganhando espaço nos últimos anos, apresentando crescente importância para as organizações, pois, diante da rapidez das mudanças ocorridas no ambiente em que estão inseridas, elas são “coagidas” a trabalharem de um novo modo no mercado. Dessa forma, torna-se necessário que os gestores estejam preparados para gerir as organizações e as instituições de ensino superior que os prepara, precisam estruturar-se para capacitar os alunos a esta nova realidade. Diante desse contexto o objetivo desse trabalho é descrever a percepção que os formandos em Administração possuem sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), e a abordagem do tema durante a formação acadêmica. A pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva, com abordagem quantitativa, onde foram questionados 41 alunos do oitavo semestre de duas Instituições de Ensino Superior do município de Serrinha/Ba. Os resultados mostram que os alunos consideram relevante a abordagem do tema no curso. Eles declararam buscar informações a respeito do tema em meios externos, como internet, revistas, jornais. Os resultados também apontam que os estudantes acreditam que a instituição é capaz de formar gestores socialmente responsáveis, mas para isso deve haver um ensino que associe teoria à prática. Foi visto que em uma das instituições existe uma disciplina obrigatória dedicada ao tema. De modo geral os resultados sugerem que os pesquisados estão sensibilizados ao tema, e que gostariam de atuar em empresas socialmente responsáveis, não sendo descartada a proposta para a realização de novas pesquisas para aprofundamento do tema.

Palavras-chaves: Responsabilidade Social Empresarial. Administração. Ensino.

ABSTRACT

The theme Corporate Social Responsibility (CSR) has been found a great place in last years, it have showed an important factor for the organizations, because, there are many fast changes in the environment around theirs. Organizations are " coerced " to do a work in a new way in the market. Therefore, managers must be prepared to manage organizations and the higher education institutions need to be structured to teach and prepare students for this new reality. This article wants to describe what is the perception that Administration Graduates have about Directors in Corporate Social Responsibility (CSR), and know what discussion there is about the theme during the academic training. The research is characterized as exploratory, descriptive with a quantitative approach. Fourty one interviewees that are students in the eighth semester of two college located in Serrinha / Ba, answered the questionnaire. The results showed that the students consider important to discuss about the theme in yours training. They declared exploring information about it in external media such as internet, magazines, newspapers. Finally, the results also indicate that students believes that the institutions is able to graduate responsible managers, through a teaching associated to theory and practice. It has been observed that one of two institution has a compulsory subject dedicated to the theme. Thus, it was possible conclude that all the interviewees are very touched by the theme and

¹ Graduanda em Administração da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Campus XI – Serrinha-Ba. E-mail: luanna_mascarenhas@hotmail.com

² Mestre em Desenvolvimento Humano e Responsabilidade Social, Especialista em Contabilidade Gerencial, Graduada em Ciências Contábeis e Professora Assistente da Universidade do Estado da Bahia, Campus XI – Serrinha-Ba. E-mail: taniafg@ig.com.br

would like to act in socially responsible companies. The ending of this article presents suggestions for future research.

Key-words: Corporate Social Responsibility. Administracion. Teaching.

1 INTRODUÇÃO

As organizações estão gradativamente compreendendo que seus esforços para conquistar clientes, ampliar mercados e obter resultados positivos dependem da boa execução dos processos que constituem sua cadeia produtiva. E que a realização desses processos está intimamente associada ao desempenho das pessoas da organização em um contexto de responsabilidade social e da correta postura face as mudanças no contexto empresarial.

Tachizawa (2011), acrescenta que a responsabilidade social está se transformando num parâmetro, e referencial de excelência, para o mundo dos negócios, diante disso fica evidente que a preparação de profissionais, entre eles o administrador é requerida em todas as direções e níveis por onde se processa o novo padrão de gestão em suas dimensões de conteúdo, forma e sustentação.

Dessa forma esse trabalho possui as seguintes questões orientativas: Considerando que os formandos do curso de administração estão prestes a integrar o mundo corporativo, qual sua percepção em relação a Responsabilidade Social Empresarial? Qual o nível de abordagem, nas discussões dos conteúdos ministrados durante a formação acadêmica? Tendo como objetivo geral descrever a percepção que os formandos em Administração possuem sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) frente as tendências atuais do mundo corporativo e mais especificamente: apresentar o conceito de responsabilidade social empresarial; identificar a importância da abordagem da RSE no ambiente acadêmico e discutir a percepção dos formandos em administração sobre o tema.

Por isso, justifica-se a importância da presente pesquisa em avaliar a visão dos futuros gestores a respeito da responsabilidade social, uma vez que estes encontram-se em estágio final de preparação para inserção no universo empresarial que a cada dia busca adaptar-se as demandas da sociedade no qual vem progressivamente valorizando as empresas socialmente responsáveis.

O trabalho está dividido em cinco seções. Na seção seguinte apresenta-se o referencial teórico, na terceira seção a metodologia da pesquisa. A análise dos

dados está descrita na quarta seção, e por fim, as considerações finais apresentadas na quinta seção.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Empresarial

Em período de grandes transformações, quer no desenvolvimento tecnológico, cultural, ou crescimento das inovações e da produtividade, quer no aumento das desigualdades sociais, pobreza, violência e poluição do meio ambiente, qual seria o papel das organizações? Preocupar-se em gerar lucros e ganhar vantagens? Atender a demanda do mercado? Aplicar com maior eficiência seus recursos? Bem, é evidente que as organizações têm como objetivo maior buscar atender essas questões, tendo como foco aumentar os lucros, porém, há algo relevante que também devem atentar: a Responsabilidade Social Empresarial. Mais o que vem a ser a Responsabilidade Social no ambiente corporativo?

Ainda não existe um conceito formal e único sobre o tema, resultando em diversos pontos de vista particulares sobre o assunto (ARAÚJO, 2006). Ashley et al. (2000) afirmam que apesar da vasta literatura referente à responsabilidade social empresarial, observa-se que a conceituação do termo tem sido apresentada de forma confusa e algumas vezes contraditória.

O quadro abaixo apresenta algumas definições:

Quadro1 – Responsabilidade Social

DEFINIÇÃO	FONTE
Responsabilidade Social é a relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável.	ABNT (2004a)
Responsabilidade Social é a responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento transparente e ético que: <ul style="list-style-type: none"> • Contribua com o desenvolvimento sustentável, incluindo a saúde e o bem estar da sociedade; • Leve em consideração as expectativas das partes interessadas; • Esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja compatível com as normas internacionais de comportamento, e; • Esteja integrado por toda a organização e seja praticado em suas relações. 	International Organization for Standardization (ISO 26000) continua>>>
Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.	Instituto Ethos (2006)

DEFINIÇÃO	FONTE
Responsabilidade social empresarial é descrita como a integração voluntária de preocupações ambientais sociais e ecológicas em suas atividades de negócios e seus relacionamentos com as partes interessadas. Não é só satisfazer plenamente os requisitos legais aplicáveis, mas também ir além da conformidade e investir mais em capital humano, no ambiente e nas relações com as partes interessadas.	Association Française de Normalisation (AFNOR 2003)

Fonte: Próprio Autor, 2013

Compreende-se a partir do Quadro 1, que a conceituação de responsabilidade social está intimamente relacionada com a postura ética e transparente da empresa com todas as suas partes interessadas, quanto aos impactos de suas decisões nas questões sociais e ambientais.

Pereira considera responsabilidade social (2003, p. 117):

Aquela vai além do cumprimento das leis, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade, configurando-se como responsabilidade cidadã, com direitos, mas, sobretudo, com deveres, atitudes que possam gerar valor para todos, com abrangência tanto para pessoa física quanto para jurídica.

De acordo com Tachizawa (2011 p. 55), a responsabilidade social pode ser resumida no conceito de “efetividade”, como o alcance de objetivos do desenvolvimento econômico-social, e essa efetividade relaciona-se com a “satisfação da sociedade, ao atendimento de seus requisitos sociais econômicos e culturais”. O papel social de uma empresa é definido muitas vezes pelas próprias reações do ambiente em que atua. As contestações podem vir de dentro da empresa, empregados requerendo melhor ambiente de trabalho, ou de fora, a comunidade solicitando menos poluição ou maiores benefícios. E essa responsabilidade não pode ser vista com “olhos míopes” mas deve ser feita com o objetivo de buscar uma consciência global (KWASNICKA, 2004 p. 324).

Jones (1996) faz uma análise crítica a conceituação do tema, concluindo que este necessita de coerência teórica, validade empírica e viabilidade normativa, mas apresenta implicações para o poder e conhecimento dos agentes sociais. Discorre que as justificativas a favor da responsabilidade social seguem duas linhas básicas, as quais ele classifica como linhas ética e instrumental. Os argumentos éticos tem sua origem nos princípios religiosos e normas sociais prevalecentes, considerando que as empresas e pessoas que nelas trabalham deveriam ser conduzidas a se comportar de modo socialmente responsável, por ser a ação moralmente correta, mesmo que isso implique em despesas para a empresa. Na linha instrumental, há

uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e a performance econômica da empresa. Esta relação é fundamentada em ação proativa da empresa que busca oportunidades geradas por:

- Consciência maior sobre as questões culturais, ambientais e de gênero;
- Antecipação e desvio de regulações restritivas à ação empresarial pelo governo;
- Diferenciação de seus produtos diante de seus competidores menos responsáveis socialmente.

Carroll (1991), discorre que para a responsabilidade social empresarial ser aceita ela deve abarcar toda gama de responsabilidades comerciais. Ele elaborou um modelo chamado de pirâmide da responsabilidade social empresarial, no qual quatro tipos de responsabilidades sociais constituem a RSE total: econômica, legal, ética e filantrópica.

A responsabilidade econômica é a base da pirâmide, objetivando ter um desempenho consistente, maximizando os ganhos. A responsabilidade legal diz respeito à otimização do desempenho considerando as leis, regulamentos entre outros. A responsabilidade ética refere-se ao desempenho consistente considerando expectativas morais e éticas da sociedade. E por fim a responsabilidade filantrópica, que está relacionada à contribuição com o bem-estar da sociedade.

Assim como Carroll, Wood (1991) elaborou um modelo que aborda a RSE sob a ótica do desempenho social e possui três dimensões, como pode ser observado no quadro:

Quadro 2. **Modelo de Wood (1991)**

Modelo de Wood (1991)
Dimensão 1: Princípios de RSE
Legitimidade: Princípio institucional Responsabilidade pública: Princípio organizacional Discrição gerencial: Princípio individual
Dimensão 2: Processos de capacidade de resposta social empresarial
Avaliação ambiental Gerenciamento dos <i>stakeholders</i> Gerenciamento das questões
Dimensão 3: Resultados do comportamento empresarial
Impactos sociais (interno e externo) Programas sociais Políticas sociais

Fonte: Wood (1991)

A dimensão 1 abrange os princípios da RSE. O princípio de legitimidade concede poder a empresa uma vez que essa é valorizada pela sociedade. O princípio de responsabilidade pública diz respeito à responsabilidade que a empresa tem pelos resultados relacionados com suas áreas primárias e secundárias de envolvimento com a sociedade. O princípio de discrição gerencial se refere à moral dos executivos.

A dimensão 2 abrange os processos de capacidade de resposta social empresarial. O primeiro processo é o da avaliação ambiental, que diz respeito ao conhecimento do ambiente externo para adaptar-se às mudanças que ocorrem. O segundo processo é o de gerenciamento dos *stakeholders*, que se refere a atender aos diferentes públicos com que a empresa se relaciona, tanto internamente quanto externamente. O terceiro processo é o gerenciamento das questões; significa gerenciar os processos internos e externos da empresa com o objetivo de minimizar “surpresas”.

A dimensão 3 abrange os resultados do comportamento empresarial. O primeiro resultado são os impactos sociais que correspondem aos impactos que a organização pode causar para a sociedade. A empresa precisa atentar para esses impactos, principalmente se eles forem negativos. O segundo resultado diz respeito aos programas sociais que a empresa, ciente de que traz alguns impactos sociais, pode investir recurso para alcançar resultados específicos. O terceiro resultado refere-se às políticas sociais, que estabelece uma política social para institucionalizar os processos socialmente responsáveis.

Ainda sobre a definição de Responsabilidade Social Empresarial, Wanderley e Collier (2000) afirmam que Friedman (1962) - economista, ganhador do prêmio Nobel - é referência obrigatória na abordagem do tema, quando o mesmo defendeu que a responsabilidade social da empresa se resume em remunerar os acionistas e que a função social é preenchida com sua própria existência na sociedade, dessa forma o desenvolvimento de qualquer atividade que não vise a remuneração do investimento é considerada desperdício de recursos, pois estaria fugindo do objetivo fundamental da empresa que é a obtenção do lucro.

Por fim cumpre lembrar de Herbert de Souza (Betinho), sociólogo e diretor geral do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), um dos grandes expoentes na defesa da elaboração do Balanço Social das empresas no

Brasil, instrumento utilizado para medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, quando afirma que:

As empresas, públicas ou privadas, queiram ou não, são agentes sociais no processo de desenvolvimento. A dimensão delas não se restringe apenas a uma determinada sociedade, cidade, país, mas no modo com que se organiza e principalmente atua, por meio de atividades essenciais. (SOUZA, 1997)

Conforme as concepções descritas pelos diferentes autores, percebe-se que a RSE ainda é um conceito em formação que vem fomentando discussões e reflexões. Mas é inegável o fato de que dentro dos contornos delineados pelos novos tempos, as empresas não devem se limitar a cumprir apenas sua função econômica, mas buscar atingir objetivos sociais e ambientais para que alcancem o êxito e a sobrevivência nos negócios.

2.2 Responsabilidade Social Empresarial e o Ambiente Acadêmico

Segundo Pereira (2003), a universidade tem a “responsabilidade social de formar profissionais com profundos conhecimentos acadêmicos, criativos, éticos, flexíveis, com cultura geral, espírito empreendedor e, sobretudo, comprometidos com o desenvolvimento social”. Cabendo a ela a função de formar um profissional e cidadão que atuará nas organizações, desempenhando um papel que vai além de formar, informar e transformar. Corroborando Conopf e Passador (2004), afirmam que a universidade é vista atualmente como uma das grandes responsáveis pela formação da prática e da ideologia que permeiam nossa sociedade, e o curso de graduação em Administração, por propor-se a formar pessoas aptas a atuar em todas as formas de organizações existentes, tendo o poder de decisão dentro das organizações. Portanto cabe a universidade oferecer uma formação capaz de também desenvolver responsabilidade social. Acrescentam ainda que, de acordo com as Diretrizes Curriculares (1999) a preocupação com as questões sociais devem ser abordadas no currículo, não necessariamente como disciplina específica, mas como tema que permeie diferentes disciplinas de formação profissional e atividades complementares.

Gonçalves-Dias et al. (2006) afirmam, que um dos desafios mais relevantes dos educadores é capacitar os graduandos em Administração, não só para alcançar altos níveis de performance empresarial e profissional, mas além disso implementar

mudanças necessárias com o objetivo de se minimizar os problemas socioambientais.

Silva (2006, p. 5) é enfática ao afirmar o papel das universidades e a importância dos administradores na construção da RSE nas empresas, como pode ser observado no trecho a seguir:

Estudantes de administração formarão, provavelmente, a classe de futuros dirigentes empresariais. Aprendem a liderar pessoas, a elaborar projetos e a gerenciar recursos e tempo, a planejar e cumprir prazos, a calcular custos, investir lucros etc. Incentivando a prática da responsabilidade social, a escola além de espaço de reprodução e criação do saber tornar-se-á também um espaço de transformação, e dialeticamente, essas transformações poderão modificar o processo de ensino – aprendizagem.

Nesse sentido Tachizawa (2011, pg. 12), destaca que com base nos novos requisitos de profissionalização exigidos pelo mercado, diante das mudanças que vêm ocorrendo, os cursos de Administração deveriam utilizar uma nova proposta de formação profissional e de ensino-aprendizagem para a consolidação do perfil generalista/polivalente. Onde o profissional formado pelo curso seja capaz de adaptar-se com rapidez aos avanços das ciências e da tecnologia no estabelecimento de uma nova ordem econômica, social e ambiental.

As universidades são preceptoras do conhecimento, e tem a função social de capacitar seus alunos para os inúmeros segmentos da sociedade. Estabelecendo assim uma relação singular e mútua com a sociedade, fortalecendo sua independência através da formação de profissionais com condutas socialmente responsáveis e éticas.

3 METODOLOGIA

Para atender aos objetivos desse trabalho, a referida pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva. Possui as características de um estudo exploratório que de acordo com Marconi e Lakatos (2002, p. 85) corresponde a investigações de pesquisa empírica com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno ou modificar e esclarecer conceitos. Está incluso na categoria de descritivo, pois como define Gil (1999) objetiva a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relação entre as variáveis.

A abordagem empregada é de natureza quantitativa, que de acordo com Creswell (2010, p. 26) é um meio para examinar teorias objetivas, avaliando a relação entre as variáveis, essas, por sua vez, podem ser medidas por instrumentos, para a análise dos dados numéricos por intermédio de procedimentos estatísticos.

A amostra da pesquisa possui como perfil preestabelecido, formandos do curso Administração, sendo estes: 25 alunos da Universidade do Estado da Bahia-UNEB, Campus XI (instituição pública) de um universo de 39 alunos e 16 alunos da Universidade Norte do Paraná – Unopar (instituição privada) de um total de 41, ambas situadas na cidade de Serrinha-Ba, totalizando 41 alunos pesquisados. A amostra da pesquisa é conforme Gil (1999) por acessibilidade ou por conveniência, que se dá quando o pesquisador seleciona os elementos a quem tem acesso. A coleta de dados utiliza-se de um questionário, que segundo Roesch (1999) é o instrumento mais aplicado em pesquisa quantitativa. O questionário empregado, é composto por 19 questões fechadas, algumas com respostas “sim” ou “não” e questões de escala tipo Likert (na qual os respondentes são solicitados a informar o grau de concordância/discordância que reflete a direção de sua atitude). Os tópicos abordados foram os seguintes: perfil dos entrevistados; percepção de empresa socialmente responsável; existência de disciplina sobre Responsabilidade Social, relevância do tema e nível de abordagem no curso; capacidade da instituição em formar gestores socialmente responsáveis e percepção dos alunos quanto ao ensino RSE.

O tratamento dos dados foi realizado através da análise estatística, utilizando os dados obtidos na tabulação através da frequência relativa e absoluta, para apresentar os resultados alcançados, a fim de responder aos objetivos propostos, ante a teoria.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta sessão foi dividida em duas partes. A primeira parte mostra o perfil dos entrevistados e a segunda descreve os resultados dos questionários realizados junto aos alunos.

4.1 Perfil dos entrevistados

O quadro 3 apresenta o perfil dos alunos pesquisados:

Quadro 3 – Perfil dos alunos

Perfil	IES Pública						IES Particular					
	Quantidade						Quantidade					
Sexo	Masculino			Feminino			Masculino			Feminino		
	9			16			10			6		
Faixa etária	20 a 23 anos	24 a 27 anos	28 a 31 anos	32 a 35 anos	36 a 39 anos	40 anos ou mais	20 a 23 anos	24 a 27 anos	28 a 31 anos	32 a 35 anos	36 a 39 anos	40 anos ou mais
		11	6	4	3	0	1	2	5	6	2	0
Estado civil	Solteiro(a)		Casado(a)		Divorciado(a)		Solteiro(a)		Casado(a)		Divorciado(a)	
	19		6		0		5		11		0	
Área de atuação	Indústria	Serviços	Set. Público	Comércio	ONG's	Ins. Financeira	Indústria	Serviços	Set. Público	Comércio	ONG's	Ins. Financeira
	4	4	7	8	0	1		5	2	3	0	4

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O total de respondentes foi 41 alunos, sendo 16 de instituição privada (39% do total) e 25 de instituição pública (61% do total). Analisando o quadro percebe-se que a maioria dos alunos é constituída de mulheres (53,7%), com relação a faixa etária está compreendida num intervalo de 20 a mais de 40 anos, com uma média de aproximadamente 26 anos de idade. A maior parte dos estudantes são solteiros (58,5%), e não há divorciados. Quanto ao ramo de atividade econômica em que os alunos atuam, 27,5% trabalham no comércio, e nenhum deles atuam em ONG's (Terceiro Setor). No que se refere as práticas ambientais e sociais da empresa em que trabalha, os respondentes apontaram que os principais programas são: preservação do meio ambiente 12 (29,2%), assistência as fundações/associações a comunidades carentes à criança e idoso 12 (29,2%), reciclagem 9 (22,%), coleta seletiva 6 (14,6%); salientando que algumas empresas realizam mais de um programa, 16 não realizam nenhuma prática socialmente responsável e outras 3 realizam outros programas, como coleta de pilhas e baterias. Nota-se que a maioria dos alunos têm contato ainda que de maneira superficial com programas de responsabilidade social.

Em relação a realização de trabalho voluntário apenas 6 realizam (14,6%), 17 responderam que não (41,5%) e outros 18 não realizam (43,9%) mas afirmam que gostariam de realizar.

4.2 Resultados dos questionários

4.2.1 Percepção de empresa socialmente responsável

De acordo com os dados da Tabela 1 pode-se observar que 70,8% (29) dos alunos entrevistados “concordaram totalmente” ou “concordaram” com a afirmativa de que empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros agentes com os quais se relaciona; 2,4 % foram indiferentes e 26,8% (11) dos respondentes “discordam totalmente” ou “discordam” da afirmativa.

Tabela – 1 Definição de empresa socialmente responsável

Respostas	Citações	Frequência %
Concordo Totalmente	9	22
Concordo	20	48,8
Indiferente	1	2,4
Discordo	9	22
Discordo Totalmente	2	4,8
Total	41	100

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

A análise do Instituto Ethos (2006), considerou que empresa socialmente responsável é definida pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade. Essa definição foi confirmada pelos estudantes questionados.

No que concerne as razões para empresa ser socialmente responsável, 70,7 % dos alunos consideram, a necessidade da solução dos problemas sociais e ambientais como forma de continuidade dos negócios da empresa a principal razão, seguida da necessidade de aceitação pela sociedade e seus colaboradores (53,6%). Para essa pergunta os estudantes poderiam sugerir mais de uma resposta, os resultados podem ser observados na Tabela 2 a seguir:

Tabela 2 – Razões para uma empresa ser socialmente responsável

Razões	Citações	Frequência %
Para atrair e reter talentos.	3	7,3
Para ser melhor aceita pela sociedade e seus colaboradores.	22	53,6
Necessidade da solução dos problemas sociais e ambientais como forma de continuidade dos negócios da empresa.	29	70,7
A conquista de uma imagem institucional.	10	24,4
Questão de onda, modismo.	0	0
Incentivos fiscais que pode obter.	5	12,2

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Interrogados se gostariam de trabalhar em empresas socialmente responsáveis, apenas 1 estudante (2,4%), respondeu que não.

4.2.2 Existência de disciplina sobre Responsabilidade Social, relevância do tema e seu nível de abordagem no curso

A respeito da existência de uma disciplina específica sobre Responsabilidade Social ou Responsabilidade Social Empresarial e sobre o interesse em cursá-la os alunos da instituição particular pontuaram a existência da matéria e apenas 4 deles não revelaram interesse em cursar a disciplina. Na instituição pública apenas 3 apontaram a existência da disciplina, enquanto 22 responderam que não, questionados se teriam interesse em cursar a disciplina caso fosse oferecida, todos os alunos responderam que sim.

No que concerne a relevância da abordagem do tema no curso, observa-se que 92,7% dos formandos questionados, consideram “muito relevante” (20 alunos) e “relevante” (18 alunos), apenas 7,3% classificam como “médio relevante” (1 aluno) e “pouco relevante” (2 alunos), isto demonstra a preocupação dos estudantes em Administração com relação ao tema, que vem ganhando notoriedade cada vez maior no mundo corporativo.

Tabela – 3 Nível de abordagem do tema no curso

Respostas	Citações/ Pública	Citações/Priva da	Frequência %
Insatisfatório	13		31,7
Pouco satisfatório	6	1	17,1
Médio satisfatório	4	1	12,2
Satisfatório	2	11	31,7

Muito satisfatório		3	7,3
Total	25	16	100

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Quanto ao nível de abordagem do tema (RSE) no curso, percebe-se que na instituição pública ele é considerado “insatisfatório” ou “pouco satisfatório” por praticamente 76% dos alunos em contrapartida na instituição particular 87,5% dos formandos consideram o nível de abordagem “satisfatório” ou “muito satisfatório”, pode-se inferir que essa discrepância se deve ao fato da existência de disciplina específica na instituição particular.

Questionados onde buscam informações sobre RSE, faculdade/universidade, televisão, jornais, internet, revistas ou no trabalho. Nota-se que 90,2% (37) dos alunos procuram em meios externos à faculdade e desse percentual 63,4% (26) buscam na internet, apenas 9,7% deles assinalaram universidade/faculdade.

De maneira genérica, esses resultados indicam que apesar da literatura apontar a necessidade do ensino da RES nos cursos de Administração (Pereira, 2003; Conopf e Passador, 2004; Gonçalves-Dias et al., 2006; Silva, 2006; Tachizawa, 2011), na visão dos alunos pesquisados o espaço dedicado ao tema ainda é insuficiente e superficial.

4.2.3 Capacidade da instituição em formar gestores socialmente responsáveis e percepção dos alunos quanto ao ensino da SER

Os estudantes foram interrogados a respeito da capacidade da instituição em que cursam Administração, de formar gestores socialmente responsáveis, 8 alunos (19,6%) responderam que não, 1 não se pronunciou e os 32 (78%) restantes afirmaram a capacidade da instituição na formação de gestores socialmente responsáveis.

Tabela – 4 **Razões para o ensino da RSE**

Razões	Citações	Frequência %
Consciência Social/Ambiental	35	85,3
Formação ética profissional	30	73,2
Tendência de mercado	18	43,9
Aprimorar a educação	8	19,5

Razões	Citações	Frequência %
Cultura geral	9	21,9
Empregabilidade	2	4,8

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Para essa questão os alunos poderiam sugerir mais de uma resposta. A maioria considera como principal razão a inserção da disciplina no currículo o despertar da consciência social/ambiental (85,3%), a formação ética profissional também um percentual significativo de indicações (73,2%), a empregabilidade vem por último (4,8%).

Por fim, foi elaborada uma questão, incluindo opções que poderiam ser inseridas nas instituições para melhorar o ensino da RSE na graduação em Administração. Os respondentes teriam que escolher as opções que poderiam ser colocadas em prática nas faculdades/universidades, sendo que eles podiam marcar mais de uma opção. Os resultados encontram-se na Tabela 5 a seguir:

Tabela – 5 O que as instituições podem fazer para formar gestores socialmente responsáveis

Respostas	Citações	Frequência %
Ter uma disciplina de RSE	16	39
Incluir o tema RSE na ementa de outras disciplinas.	11	26,8
Realizar seminários, palestras sobre o tema.	7	17,
Desenvolver trabalhos sobre o tema, para aprendizagem na prática	16	39

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Desse modo a literatura que apoia o ensino da RSE nos cursos de Administração (Pereira, 2003; Conopf e Passador, 2004; Gonçalves-Dias et al., 2006; Silva, 2006; Tachizawa, 2011), encontra-se de acordo com as demandas dos alunos, já que eles buscam mais informações a respeito da prática da RSE.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido as frequentes cobranças da sociedade contemporânea, as organizações têm sido "obrigadas" a adotarem práticas ambientais e sociais, incorporando os conceitos de responsabilidade social empresarial a sua estratégia

empresarial. Diante disso a referida pesquisa investigou a visão dos formandos em Administração - futuros gestores - sobre a RSE e seu ensino no curso. Para alcançar os objetivos propostos fez-se uma revisão de literatura e realizou-se questionários com os alunos formandos do curso de Administração de duas instituições de Serrinha-Ba, uma pública e outra privada.

Como conclusões deste estudo, pode-se observar que a maioria dos futuros administradores que dele participaram, concordam que uma empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros agentes com os quais se relaciona, a concordância foi maior entre os respondentes da instituição pública. Nota-se que a responsabilidade social empresarial não é percebida pelos estudantes como modismo, mas constitui-se uma necessidade para solução dos problemas sociais e ambientais visando a continuidade dos negócios da empresa.

No tocante as IES foi possível constatar a existência de uma disciplina específica sobre responsabilidade social na grade curricular do curso de Administração da instituição particular, já na instituição pública houve uma divergência nas respostas, 3 alunos apontaram a existência da disciplina enquanto 22 alunos responderam que não. Referente a relevância do tema no curso a quase totalidade dos respondentes (92,7%) considera relevante o ensino da RSE em Administração, em contrapartida quanto ao nível de abordagem, existe uma desigualdade de opiniões entre os educandos da instituição pública e da privada, na primeira quase 76% dos alunos julgaram insatisfatório, por outro lado, 87,5% dos estudantes da instituição particular consideraram satisfatório o nível de abordagem no curso, entende-se que essa divergência ocorra devido a existência da disciplina específica na faculdade particular. Quanto a busca de informações sobre o tema apenas 9,7% dos alunos marcaram universidade/faculdade, isso mostra que o assunto é abordado de forma superficial, mas denota o interesse dos alunos quanto ao tema já que esses buscam o conhecimento em outros meios, sendo a internet o principal deles.

Surpreende o resultado de que os alunos da universidade pública concordam que a instituição na qual estudam é capaz de formar gestores socialmente responsáveis, considerando-se não haver disciplina de responsabilidade social, e segundo eles o nível de abordagem do tema é insatisfatório. Este resultado pode ser

explicado pelos conhecimentos obtidos fora do ambiente acadêmico. Uma das razões que a maioria dos pesquisados considerou ser fundamental para a inserção do ensino de RSE nos cursos de Administração é o despertar da consciência sócio/ambiental nos alunos (85,3%), seguido da formação ética profissional. Cumpre ressaltar que os estudantes apontaram como principais ações para a formação de gestores socialmente responsáveis a inserção de uma disciplina específica na grade curricular (39%), assim como o desenvolvimento de trabalhos para aprendizagem na prática (39%), o que evidencia que os alunos requerem além da teoria à prática para maior assimilação do assunto.

Desta forma, compreende-se que os alunos formandos em administração do município de Serrinha estão conscientes da importância do tema e consideram relevante sua abordagem no curso, para um despertar da consciência sócio/ambiental e aprimorar a formação ética profissional, uma vez que estes gostariam de gerir empresas que tenham práticas de responsabilidade social e para tanto precisam estar preparados.

Como sugestão para futuras pesquisas, seria interessante investigar também a percepção dos docentes, coordenadores de curso, e executivos que atuam no ambiente empresarial. Esta mesma pesquisa também pode ser feita em diferentes cidades, com o objetivo de verificar a realidade da responsabilidade social empresarial em outras instituições e/ou compará-las.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. R. M. **Exclusão social e responsabilidade social empresarial**. Revista Psicologia em Estudo, Maringá, v. 11, n. 2, p. 417-426, mai./ago. 2006.

ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, R. B. G.; TOMEI, P. A. **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial**: uma análise conceitual comparativa. São Paulo: ENANPAD, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 16001:2004: **Responsabilidade Social**: sistema de gestão: requisitos. Rio de Janeiro, 2004.

ASSOCIATION FRANÇAISE DE NORMALISATION (AFNOR). SD 21000: **Développement durable – Responsabilité sociétale des entreprises**: guide pour

la prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management de l'entreprise. Paris, 2003.

CANOPF, L.; PASSADOR, C. S. **A Responsabilidade Social na Graduação em Administração da Região Sudoeste do Paraná: obrigação cumprida ou demanda atendida?** In: EnANPAD, 28 Anais... Curitiba: Anpad, 2004.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**; tradução Magda Lopes; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva. – 3. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.

CARROLL, Archie B. **The Pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders.** Business Horizons. v. 34, n. 4, p. 39-48, jul. /aug. 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. – São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES-DIAS, S.L.F. et al. **A inserção da temática ambiental em cursos de administração: uma tipologia para (re)pensar a formação de administradores.** In: EnANPAD, 30. Anais... Salvador: Anpad, 2006.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade Social Empresarial nos Processos Gerenciais e nas Cadeias de Valor.** São Paulo: Instituto Ethos, 2006

INTERNATION ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO). ISO/FDIS 26000: Guidance on social responsibility. Genebra: ISSO, 2010.

JONES, Marc T. **Missing the forest for the trees: A critique of the Social Responsibility concept and discourse.** Business and Society. v. 35, n. 1, p. 7-41, mar.1996.

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à administração.** 6.ed. – São Paulo: Atlas, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados** / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2002.

PEREIRA, Raquel da Silva. **Responsabilidade Social na Universidade.** Revista Gerenciais, São Paulo, v. 2, set. 2003, p. 113 – 125.

ROESCH, Sylvania Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e**

estudos de caso; colaboradora Grace Vieira Becker, Maria Ivone de Mello. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, J. M. **Formação Socialmente Responsável: um Estudo sobre o Papel da Instituição de Ensino Superior na Construção de Cidadãos Comprometidos com a sociedade**. In: EnANPAD, 30.Anais... Salvador: Anpad, 2006.

SOUZA, Herbert de. **Empresa pública e cidadã**. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em 10/10/2013

TACHIZAWA, Takesy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focados na realidade brasileira**. 7.ed. – São Paulo: Atlas, 2011.

WANDERLEY, L. S. O e COLLIER, J. **Responsabilidade Social das Empresas: na busca de referencial teórico**. In: ANGRAD. Disponível em <<http://old.angrad.org.br>>. Acesso em 07/10/2013.

WOOD, Donna J. Corporate social performance revisited. **Academy of Management Review**. v. 16, n. 4, p. 691-718, oct. 1991.