

RESPONSABILIDADE SOCIAL

CONCEITOS, EXPERIÊNCIAS E PESQUISAS

Organizadoras

Valéria Rueda Elias Spers

Elisabete Stradiotto Siqueira



Ana Paula Dario Zocca / Antonio Carlos Giuliani / Arsênio Firmino de Novaes Netto / Cláudio Antonio Pinheiro Machado Filho
Cleusa Satico Yamamoto Sublaban / Cristiane da Silva Santos Villela / Cristiano José Castro de Almeida Cunha
Eduardo Eugênio Spers / Eldir Paulo Scarpim / Elisabete Stradiotto Siqueira / Erlaine Binotto / Fabiula Meneguete Vides da Silva
Flávio José Simioni / Graziela Oste Graziano / João Elicínio Detoni / José Arnaldo Silveira Dias / Lesley Carina do Lago Attadia Galli
Liliana Bettina Alvez / Luis Antonio Helena / Márcia de Souza Kagohara / Márcio Espírito Santo / Maria José de Camargo Machado de Zen
Maria Rosa Bueno Moraes / Marilza de Jesus Silva / Mário Sacomano Neto / Michel Truffi / Nilcéia Cristina dos Santos / Osvaldo Elias Farah
Pâmela Juliana de Moraes / Paulo Duarte Gavião / Silvia Helena Carvalho Ramos Valladão de Camargo
Simone Conceição Ramos Castanho / Valéria Rueda Elias Spers

OTTONI
EDITORA

A REPRODUÇÃO TOTAL OU PARCIAL SÓ É PERMITIDA MEDIANTE AUTORIZAÇÃO EXPRESSA DAS ORGANIZADORAS.

CRÉDITOS:

ORGANIZADORAS: VALÉRIA RUEDA ELIAS SPERS E ELISABETE STRADIOTTO SIQUEIRA
CAPA: CRISTINA SPERS
MODELOS DA CAPA: SOFIA ELIAS SPERS E VINÍCIUS ELIAS SPERS
COLABORAÇÃO: REGINA ANTONIA AZANHA
REVISÃO ORTOGRÁFICA: PELOS AUTORES

GRUPOS DE PESQUISA ENVOLVIDOS:

- GRUPO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS E GESTÃO DE PESSOAS DO MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS - UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA/UNIMEP.
- GRUPO DE MARKETING E ESTRATÉGIA DO MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS - UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA/UNIMEP.
- MARKESALQ - GRUPO DE PESQUISA E EXTENSÃO EM MARKETING E GESTÃO - ESALQ/USP

UNIVERSIDADES E FACULDADES DOS AUTORES PARTICIPANTES:

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR DO OESTE (CEO) DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA (UDESC)
CENTRO UNIVERSITÁRIO ADVENTISTA DE SÃO PAULO
CENTRO UNIVERSITÁRIO MOURA LACERDA DE RIBEIRÃO PRETO
CENTRO UNIVERSITÁRIO NOVE DE JULHO - UNINOVE
DOM CABRAL FOUNDATION
ESCOLA SUPERIOR DE AGRICULTURA "LUIZ DE QUEIROZ" - ESALQ/USP
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM
FACULDADE DE ECONOMIA ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - FEA/USP
FACULDADE INTEGRADA MARIA IMACULADA (FIMI)
FACULDADE SALESIANA DOM BOSCO
INSTITUTO EDUCACIONAL DO ESTADO DE SÃO PAULO - UNIESP- FACULDADE BIRIGUI
UNIVERSIDADE DO PLANALTO CATARINENSE
UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO SEMI-ÁRIDO - UFERSA
UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA - UNIMEP

FICHA CATALOGRÁFICA:

Responsabilidade Social: conceitos, experiências e pesquisas / Organização de Valéria Rueda Elias Spers e Elisabete Stradiotto Siqueira. -- Itu (SP): Ottoni Editora, 2010.
311 p.; 24 cm.

Inclui pequena biografia dos autores.
ISBN 978-85-7464-568-1
Textos de vários autores.

I. Responsabilidade Social. 2. Governança Corporativa. I. Spers, Valéria Rueda Elias. II. Siqueira, Elisabete Stradiotto. III. Título.

CDD 658.4
658.408

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR MARIA CRISTINA MONTEIRO TASCA - CRB 8ª 5803

DIAGRAMAÇÃO E IMPRESSÃO:

OTTONI
EDITORA

Rua Garcia Moreno, 60 - Centro - CEP 13300-095 - ITU/SP
Fones/Fax: (0xx11) 4022-5309 / 4022-5312 / 4023-0197
www.ottonieditora.com.br - e-mail: ottoni@ottonieditora.com.br

Capítulo 3

A Formação do Futuro Gestor: como a Responsabilidade Social Corporativa é Entendida e Aplicada

*Luis Antonio Helena
Eduardo Eugênio Spers
Graziela Oste Graziano*

Pesquisas acadêmicas têm estudado o papel, ações e práticas das empresas e do poder público nas questões sociais e ambientais. Este estudo pretende contribuir neste esforço avaliando o futuro gestor das organizações e a prática de ensino da responsabilidade social corporativa (RSC) pela universidade.

Aguilera *et al.* (2004) fornecem um modelo teórico para compreender porque as organizações de negócio estão se unindo cada vez mais em iniciativas de RSC, desse modo, exibindo o potencial de exercer uma mudança social. Usando uma estrutura teórica apresentada na literatura, discute-se que a sociedade exerce pressão para que a RSC atue sobre diferentes atores: Estado, organizações do terceiro setor e gestor.

De acordo com Schommer, Rocha e Fischer (1999), percebe-se que as empresas têm sido abordadas como parceiras da Sociedade Civil e do Governo, uma vez que grandes transformações sociais e novas demandas de mercado têm gerado inúmeros desafios e que os atores (o Estado, o Mercado e a Sociedade Civil) são incapazes de enfrentar de maneira isolada, evidenciando a necessidade de se alcançar uma melhor organização entre esses três pilares. A crescente exigência por competitividade está tornando comum a crença de que o envolvimento com a comunidade é um imperativo no mundo dos negócios, gerando uma vantagem competitiva, o que acarreta um aumento de ações nesse sentido.

Conforme afirmam Shommer (2000) e Shommer, Rocha e Fischer (1999), o conceito de RSC parte do princípio de que a atividade empresarial contempla compromissos com toda a cadeia produtiva da empresa, por exemplo os clientes, funcionários e fornecedores, bem como as comunidades, ambiente e sociedade como um todo. Essa concepção relaciona-se com a teoria dos *Stakeholders*, que diz que os "indivíduos ou grupos que dependem da organização para alcançar suas metas e dos quais a empresa depende para funcionar" (SHOMMER, 2000, p.1).

A gestão está se transformando em parte integral do cenário de competição

gerencial, enquanto as organizações procuram criar vantagens estratégicas. Junto com os benefícios econômicos vêm determinadas obrigações sociais. Muitas empresas estão desenvolvendo códigos de conduta como uma maneira de controlar comportamentos dos parceiros (SPEKMAN; WERHANE; BOYD, 2005).

Apesar da expressão "responsabilidade social corporativa" não possuir uma definição consensual, entende-se como RSC a maneira ética de condução dos negócios da empresa de forma que esta se torne co-responsável pelo desenvolvimento social.

Avi-Yonah (2005) descreve as transformações que a RSC se submeteu de suas origens romanas até o presente. O argumento básico, historicamente provado, é que a organização é vista como dominante do mercado quando aplica a RSC, mesmo quando não contribui ao longo do tempo para o bem-estar dos acionistas.

Muitos confundem o conceito de RSC com filantropia, mas as razões por traz desse paradigma não interessam somente ao bem estar social, mas também envolvem melhor performance nos negócios e, conseqüentemente, maior lucratividade (MELO NETO; FROES, 1999).

Assim, pode-se concluir que RSC relaciona-se à capacidade da empresa de atender simultaneamente aos interesses dos diferentes públicos com os quais ela se inter-relaciona, sendo capaz de incorporá-los ao planejamento de suas atividades. Isso significa que a empresa é socialmente responsável quando consegue gerar valor não apenas para seus proprietários e acionistas, mas sim para todos os demais públicos com os quais ela se relaciona e os empregados, fornecedores, clientes, governo, meio ambiente e a comunidade. Portanto, a RSC pressupõe a tomada de decisões empresariais ligadas a valores éticos, de acordo com exigências legais, respeito às pessoas, comunidade e meio ambiente. Ao incorporarem a RSC, as organizações privadas, além de proporcionar diversos benefícios para a sociedade como um todo podem gerar inúmeros benefícios para si mesmas (INSTITUTO ETHOS, 2002).

Embora exista um consenso sobre a importância da RSC, o futuro gestor está preparado e percebe seu papel neste contexto? Como as instituições de ensino superior (IES) estão abordando o tema da RSC em seus currículos?

Cada vez mais as IES particulares estão envolvidas num contexto competitivo, no qual o envolvimento com a RSC e com a realidade cotidiana operacional das instituições vem se tornando importante como estratégia; o que já pode ser visto em organizações empresariais como a do Grupo Orsa (JÚLIO, 2006).

Nesse contexto, a pesquisa apresentada no capítulo foi desenvolvida com o intuito de verificar: 1. a percepção dos alunos perante o ensino e sobre quem recai o papel da prática da RSC; 2. como o docente aborda o ensino da RSC e 3. como o coordenador insere o contexto do ensino da RSC no curso.

Assim, analisar o ensino da RSC, visando dotar o aluno de formação em administração como gestor; além de dotá-lo de múltiplos conhecimentos nas diversas áreas das práticas de RSC, e, simultaneamente, propiciar uma amplitude

de conhecimentos e informações por meio de um processo interativo curricular e extracurricular. Contudo, a intenção não é concluir sobre quem recai o papel da RSC, mas caracterizar como ela é percebida entre os diferentes agentes.

O estudo foi estruturado em três etapas. Na primeira foram analisadas, através de pesquisa quantitativa, 168 entrevistas válidas com alunos do curso de Administração de uma instituição particular de ensino para descrever a percepção sobre o papel da responsabilidade nas práticas de RSC.

Na segunda etapa, foram aplicadas 20 entrevistas com professores para descrever se eles ensinam as práticas de RSC para os alunos aplicarem nas organizações. Finalmente, na terceira etapa foi entrevistada a coordenadora do curso de Administração da IES para avaliar como implantar a RSC nos planos de ensino da instituição.

Resultados e Discussão

A análise e a discussão dos resultados estão estruturados da seguinte forma: resultados e discussão da etapa 1, analisando a percepção do aluno perante a RSC, resultados e discussão da etapa 2, analisando se e como os professores ensinam a RSC em sala de aula, e, por fim, os resultados e discussão com a coordenadora do curso de administração de empresas quanto ao ensino e implantação de RSC no curso.

As questões buscaram coletar informações que permitem nortear a formulação de sugestões de melhorias para a IES. Um resumo da descrição dos participantes da pesquisa é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Desenvolvimento de perguntas e entrevistas aplicadas

Classificação do grupo de participantes	Participantes do processo de percepção	Questionários e entrevistas entregues	Questionários e entrevistas preenchidos e validados	% de questionários utilizados
Alunos	210	210	168	80%
Docentes	20	20	12	60%
Coordenador	1	1	1	100%
Total	231	231	181	78,35%

Resultados da Etapa 1: Percepção dos Alunos

A etapa 1 analisou a percepção dos alunos sobre quem recai o papel das práticas de RSC, sendo esses atores o gestor, o consumidor, a empresa e a instituição de ensino superior. Os resultados são demonstrados nas tabelas a seguir.

Tabela 1 – Percepção dos alunos quanto ao papel do gestor nas práticas de RSC

	Gestor A preocupação do gestor deve estar sempre associada com a lucratividade da empresa que está administrando	Gestor O gestor deve estimular os seus funcionários a ações do tipo ajuda a comunidade	Gestor O impacto ambiental causado pela empresa não é de responsabilidade do gestor	Gestor O papel do gestor não é o de responsabilidade social	Gestor As decisões devem levar em conta o impacto social e ambiental e não só a lucratividade
N Válidos	168	168	168	168	168
Não Válidos	0	0	0	0	0
Média	3,2500	4,1964	1,9345	2,2738	3,7917
Modalidade	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00
Desvio padrão	1,20254	,79864	,98577	,98918	1,04883
Variância	1,446	,638	,972	,978	1,100
Índice de concordância (IC)*	65,00	83,93	61,31**	54,52**	75,03

Elaborada pelos autores

Observa-se na tabela 1 que a média de concordância é 65,00 sobre a preocupação do gestor estar associada com a lucratividade e 75,03 sobre o impacto social, o que demonstra uma atenção maior aos problemas de RSC. A média 83,93, maior em relação aos demais, indica que o gestor prefere não assumir diretamente as responsabilidades, estimulando, assim seus funcionários para as ações de RSC. As médias menores, 61,31 e 54,52, discordando de que o papel do gestor não é o de RSC sob os aspectos sociais e ambientais refletem o descaso do futuro gestor, embora o termo “não” nas perguntas possa ter influenciado.

Tabela 2 – Percepção dos alunos quanto ao papel do consumidor nas práticas de RSC

	Consumidor O consumidor baseia suas decisões de compras sempre no critério preço/qualidade	Consumidor A prática da empresa sobre o social e o meio ambiente valoriza a imagem do seu produto	Consumidor Ao decidir a compra de determinado produto, o consumidor não se preocupa se o processo de produção agride o meio ambiente	Consumidor Ao decidir a compra de determinado produto o consumidor leva em conta se parte dos lucros serão destinados a causas sociais	Consumidor Empresas com ações sociais são sempre preferidas pelo consumidor
N Válidos	168	168	168	168	168
Não Válidos	0	0	0	0	0
Média	3,9167	4,2143	3,1488	2,6190	2,9940
Modalidade	4,00	4,00	4,00	2,00	3,00
Desvio padrão	1,08012	,78262	1,14065	1,04858	,94455
Variância	1,167	,612	,972	1,100	,892
Índice de concordância (IC)	78,33	84,28	62,97	52,38	59,88

Elaborada pelos autores

Na questão que aborda o assunto da decisão do consumidor de comprar o que agride o meio ambiente, o índice foi de 62,97, indicando que a maioria dos alunos concordam, é confirmada pela questão que diz que ao decidir a compra, o consumidor leva em conta se parte dos lucros serão destinados a causas sociais com 52,38, em que o aluno discorda. Quanto a saber se a prática da empresa sobre o social e o meio ambiente valoriza a imagem do produto concordaram com a afirmação 46,20% e concordaram totalmente 42,9%.

Quando questionados sobre se as empresas com ações sociais são sempre preferidas pelo consumidor, 38,1% disseram que isso é indiferente e 26,7% concordou que são preferidas.

A média do IC foi de 67,56.

Tabela 3 – Percepção dos alunos quanto ao papel da empresa nas práticas de RSC

	Empresa É papel do poder público e não das empresas cuidar dos problemas sociais/ ambientais dos municípios, Estados e países	Empresa As ações do Estado são insuficientes na gestão social e ambiental, sendo necessário a participação da iniciativa privada	Empresa Os governantes nem sempre devem ter preocupações sociais e ambientais, delegando às empresas a preparação da mão-de-obra e matéria-prima em condições ideais	Empresa As empresas e não o poder público devem intervir caso ocorram problemas ambientais	Empresa As ações da Empresa são insuficientes para preparar a mão-de-obra e cuidar das questões ambientais
N Válidos	168	168	168	168	168
Não Válidos	0	0	0	0	0
Média	2,0952	3,7202	2,4405	2,8155	3,2202
Modalidade	2,00	4,00	2,00	2,00	4,00
Desvio padrão	1,12265	,99053	1,14621	1,18695	1,03487
Variância	1,260	,981	1,314	1,409	1,071
Índice de concordância (IC)	41,90	74,40	48,81	56,31	64,40

Elaborada pelos autores

O discente pensa que o poder público deve intervir caso ocorra problema ambiental com 56,31, mas discorda, com índice 41,90, de que é papel do poder público cuidar dos problemas sócio-ambientais dos municípios, estados e países.

Quanto a saber se as ações do estado são insuficientes na gestão social e ambiental, sendo necessário a participação da iniciativa privada, 48,1% concordam que é necessária a participação da iniciativa privada e 24,3 concorda totalmente.

Quanto à questão que diz que os governantes nem sempre devem ter preocupações sócio-ambientais, delegando às empresas a preparação da mão-de-obra e matéria-prima em condições ideais, 33,3% discordaram e 25,2% discordaram totalmente.

A questão analisa se as empresas e não o poder público devem intervir caso ocorram problemas ambientais. 40% discordaram e 21,9% concordaram. IC 56%.

Quanto a saber se as ações da Empresa são insuficientes para preparar a

mão-de-obra e cuidar das questões ambientais, 38,1% concordam e 26,2 discordam. A média do IC foi de 57,16.

Tabela 4 – Percepção dos alunos quanto ao papel da instituição de ensino superior nas práticas de RSC

	IES Assim como as empresas, a sua faculdade sempre adota práticas de ações sociais e ambientais	IES A sua faculdade estimula os alunos a praticar ações sociais e ambientais	IES O conteúdo ds disciplinas é o suficiente para o desempenho profissional	IES A sua faculdade desenvolve consciência nos alunos sobre práticas sociais e ambientais	IES O principal objetivo da faculdade é ensinar técnicas de obtenção de lucratividade das empresas
N Válidos	168	168	168	168	168
Não Válidos	0	0	0	0	0
Média	3,3869	3,3333	2,7143	3,2679	2,8929
Modalidade	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00
Desvio padrão	,96604	1,06477	1,17938	1,10780	1,24792
Variância	,933	1,134	1,391	1,227	1,557
Índice de concordância (IC)	67,73	66,66	54,28	65,35	57,85

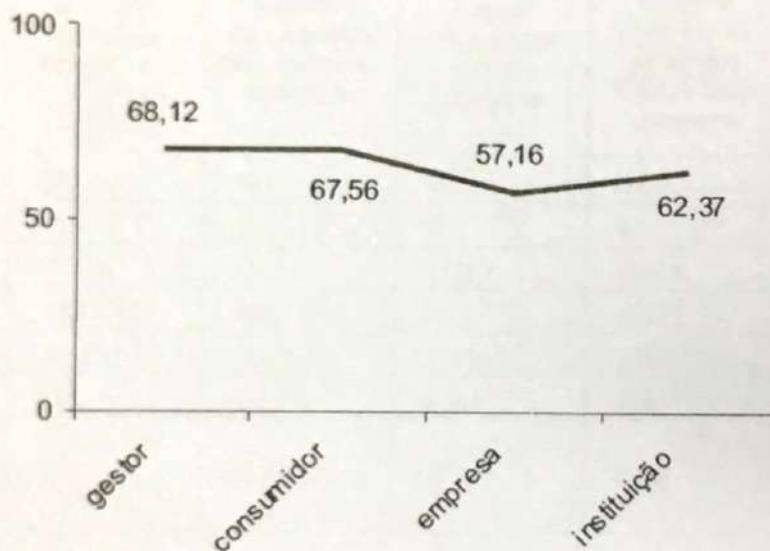
Elaborada pelos autores

Quando questionados se o conteúdo das disciplinas é suficiente para o desempenho dos profissionais a maioria dos alunos, 54,28 discordam, o que contradiz quando a maioria (67,73) concorda com a IES adotando práticas de RSC e estimulando os alunos a praticar ações sociais ambientais. A questão que pergunta se a faculdade desenvolve consciência nos alunos sobre as práticas de RSC, 45,2 concordaram e 21% disseram que é indiferente. IC 65% e média de 62,37.

Conforme demonstrado no gráfico 1 pode-se concluir que a percepção do aluno é de que o gestor tem um importante papel na RSC, pois responde que o impacto ambiental é de sua responsabilidade, devendo estimular seus funcionários às ações do tipo ajuda a comunidade. A percepção do aluno é de que o papel das práticas de RSC não recai sobre o consumidor, pois responde que a prática da empresa sobre o social valoriza a imagem do produto, mas que ao decidir a compra de um determinado produto o consumidor não leva em conta se parte dos lucros serão destinados a causas de RSC. Quanto ao papel da empresa o aluno percebe que as ações do Estado são insuficientes, sendo necessária a participação da empresa, mas quando ocorrem problemas ambientais cabe ao

Estado a intervenção. A percepção do aluno é de que a instituição desenvolve consciência e estimula a prática de RCS, mas não insere no conteúdo das disciplinas conceitos para este desempenho. Portanto, pode-se concluir que o aluno pensa que a responsabilidade da prática de RSC é do gestor.

Gráfico 1 – Comparativo dos índices de concordância entre os agentes (IC)



Para finalizar a análise da etapa 1 foram geradas, por meio de uma análise fatorial pelo método de componentes principais, sete dimensões percebidas pelo discente: Papel do Gestor na RSC, Ensino da RSC, Ações de RSC, Influência da RSC na Decisão de Compra, Preocupação com a RSC, Papel das Empresas na RSC e Utilização da RSC nas Decisões e na Profissão. O quadro 2 caracteriza os sete fatores gerados e suas respectivas cargas. A rotação convergiu com nove interações.

Quadro 2 – Componentes da matriz rotacionada e fatores

Fator	Questão	Componentes						
		1	2	3	4	5	6	7
Papel do Gestor na RSC	O papel do gestor não é o de responsabilidade social	0,762						
	A preocupação do gestor deve estar sempre associada com a lucratividade da empresa que está administrando	0,503						
	É papel do poder público e não das empresas cuidar dos problemas sociais/ambientais dos municípios, Estados e países	0,669						
Ensino da RSC e o papel das IES	A sua faculdade estimula os alunos a praticar ações sociais e ambientais		0,833					
	A sua faculdade desenvolve consciência nos alunos sobre práticas sociais e ambientais		0,759					
	Assim como as empresas, a sua faculdade sempre adota práticas de ações sociais e ambientais		0,608					
Ações de RSC pelo gestor e pela empresa	O gestor deve estimular os seus funcionários a ações do tipo ajuda a comunidade			0,554				
	A prática da empresa sobre o social e o meio ambiente valoriza a imagem do seu produto			0,585				
	As empresas e não o poder público devem intervir caso ocorram problemas ambientais			0,652				
	O impacto ambiental causado pela empresa não é de responsabilidade do gestor			0,506				
	As ações do Estado são insuficientes na gestão social e ambiental, sendo necessário a participação da iniciativa privada			0,448				
Influência da RSC na Compra	Ao decidir a compra de determinado produto, o consumidor não se preocupa se o processo de produção agride o meio ambiente				0,704			

Fator	Questão	Componentes						
		1	2	3	4	5	6	7
Influência da RSC na Compra	Ao decidir a compra de determinado produto o consumidor leva em conta se parte dos lucros serão destinados a causas sociais				0,720			
	Empresas com ações sociais são sempre preferidas pelo consumidor				0,604			
Preocupação com a RSC	O consumidor baseia suas decisões de compras sempre no critério preço/qualidade					0,705		
	Os governantes nem sempre devem ter preocupações sociais e ambientais, delegando às empresas a preparação da mão-de-obra e matéria prima em condições ideais					0,759		
Papel das Empresas na RSC	As ações da Empresa são insuficientes para preparar a mão-de-obra e cuidar das questões ambientais						0,578	
Utilização da RSC nas Decisões e na Profissão	O conteúdo das disciplinas é o suficiente para o desempenho profissional							0,734
	As decisões devem levar em conta o impacto social e ambiental e não só a lucratividade							0,646
Questão definida em nenhum fator	O principal objetivo da faculdade é ensinar técnicas de obtenção de lucratividade das empresas							

Método de Extração: Componentes Principais. Método de Rotação: Varimax com Normalização Kaiser.

Os resultados foram considerados adequados pelo índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de 0,637, considerado superior a 0,500, e significativo para o teste de esfericidade de Bartlett (Quadro 3).

Quadro 3 – Validação dos resultados

Medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adequação da amostra		0,637
Teste de esfericidade de Bartlett	Chi-Quadrado aproximado	596,092
	df	190
	Significativo	0,000

Embora o total da variância explicada só tenha alcançado aproximadamente 57% na análise fatorial rotacionada, os sete fatores gerados explicam de maneira significativa (acima de 6,5%) essa variância (Quadro 4).

Quadro 4 – Total da variância explicada

Componente	Eigenvalues Iniciais			Soma de Quadrados da Análise Rotacionada		
	Total	% da Variância	% Cumulativa	Total	% da Variância	% Cumulativa
1	3,019	15,093	15,093	1,950	9,749	9,749
2	1,761	8,805	23,898	1,931	9,653	19,401
3	1,672	8,362	32,261	1,869	9,345	28,747
4	1,433	7,164	39,424	1,654	8,269	37,016
5	1,279	6,394	45,818	1,395	6,977	43,992
6	1,172	5,862	51,680	1,330	6,648	50,640
7	1,109	5,547	57,227	1,317	6,587	57,227
8	,973	4,867	62,094			
9	,937	4,684	66,778			
10	,917	4,583	71,361			
11	,808	4,041	75,402			
12	,770	3,849	79,250			
13	,707	3,534	82,785			
14	,659	3,296	86,081			
15	,560	2,801	88,882			
16	,558	2,792	91,674			
17	,499	2,497	94,171			
18	,427	2,135	96,306			
19	,383	1,913	98,219			
20	,356	1,781	100,000			

Método de Extração: Componentes Principais.

Outros estudos podem explorar e caracterizar em profundidade esses sete fatores identificados nessa pesquisa e caracterizar outras dimensões que expliquem melhor o restante da variância não captada pelo instrumento de coleta aplicado.

Resultados da Etapa 2: Entrevista com Docentes e Planos de Ensino

Foram destacados para análise os planos de ensino das disciplinas de Comunicação Empresarial ("Tudo pelo social. As empresas nas colunas sociais"); Administração Financeira ("Objetivo da empresa, Ciclos operacional, econômico e financeiro"); Administração de Recursos Humanos ("Repensando a organização empresarial; Repensando a cultura organizacional; Construindo o espírito de equipe e trabalho"); Teorias Administrativas ("Significado da administração, Papel dos gerentes; As empresas e o meio ambiente"); Contabilidade; Psicologia; Informática; Sociologia; Matemática e Planejamento de Marketing ("Definição de Plano de Marketing e a sua importância, Etapas para preparação e desenvolvimento de um plano de marketing. Análise, implementação, controle e resultados").

Nessas disciplinas não foram encontrados, no conteúdo programático, muitos pontos que abordam o tema de RSC. Numa análise mais profunda, no questionário para o professor, pode-se observar que foram inseridos nos pontos subtítulos que abordam o tema da RSC. Na disciplina de Teorias Administrativas é ensinado o conceito de RSC no ponto "As empresas e o meio ambiente" e na disciplina de Comunicação Empresarial o ponto abordado é "Tudo pelo social".

A maioria dos docentes acredita que RSC é identificar problemas e atuar em programas sociais, desenvolver alianças setoriais, ter visão dos problemas sociais, econômicos e ecológicos, o que vai de encontro com os conceitos dos autores, pois RSC é a busca pelo equilíbrio entre o social e o econômico. É também a participação de uma empresa em estender e envolver seus trabalhos para além da fronteira capitalista. Para um dos entrevistados "é a condição ética de todo profissional que pretende relevância em seu trabalho". Um deles enfatiza que RSC "é o respeito e o incentivo à educação e condições propícias de trabalho para a evolução de suas atividades, e conseqüentemente a melhoria do ambiente social e econômico das famílias e da sociedade". Outro disse "não possui fundamentação teórica sobre o tema" e que a partir do que vê eventualmente, entende que uma empresa tem inúmeros compromissos junto a seus clientes, fornecedores e funcionários. Ele entende que hoje uma empresa tem compromisso também junto a sociedade a qual se insere seja o bairro, município, país ou planeta. Dentro de seu campo de atuação e possibilidades, que vão desde programas com recursos próprios, individualmente ou associado a Organizações Sociais, ou estimulando a participação de seus funcionários em programas sociais, a empresa atual deve primar por este papel, social, tornando-se inclusive uma empresa na qual as pessoas se orgulham de trabalhar e que venha a ter uma imagem positiva junto ao universo em que se insere. Para tanto, as ações são muitas e o leque é intenso,

pode-se trabalhar tanto com o público interno e suas famílias, bem como trabalhar investindo financeiramente em projetos específicos junto a organizações sociais utilizando-se de benefícios fiscais. Por último um professor disse “desconheço totalmente o assunto” e mais um disse: “RSC para mim é quando uma empresa, para além das estratégias convencionais, visa lucros outros ou mercados outros através do politicamente correto”.

Quanto ao papel do docente no ensino de Administração na RSC a maioria vê a importância em duas frentes: a primeira no sentido de estimular e refletir junto com seus alunos a necessidade e a importância de uma ação social participativa. A segunda é pensar esta ação no universo profissional, pensando as possibilidades e incoerências de que um discurso às vezes superficial pode acarretar más ações de RSC. O docente relata que “é buscar fomento para viabilizar e incentivar o movimento de RSC. Papel de motivador, para que seus orientandos direcionem suas vidas ao social. Papel que tem que ser executado com ênfase em uma sociedade neoliberal e individualista como a brasileira”. Outro acha que “o papel é estimular a capacidade e as habilidades em empreendimentos sociais e que é fundamental o papel do professor simplesmente porque começa no ensino a condição de crescimento pessoal e social”. Outro docente diz que “o papel é ser crítico, mostrar a lógica de reprodução do capital e a dicotomia existente entre lucro econômico e lucro social em um ambiente de concorrência”.

Questionados se abordam o tema RSC em sala de aula, os professores responderam que sim, mas não diretamente, como RSC, mas como responsabilidade social apenas e que falta efetividade. Procuram abordar aspectos éticos na ação profissional e, como gestor, refletir a responsabilidade deles não só junto aos clientes e funcionários, mas junto à comunidade e o mundo em que estão inseridos. Pensam que desta forma estão discutindo alguns fundamentos deste tema, embora superficialmente. Um professor aborda não o tema RSC, mas governança corporativa.

Questionados se a instituição de ensino implanta as ações de RSC ou as ações, se restringem ao projeto pedagógico, a maioria respondeu que lida pouco e de uma maneira superficial e imediatista com o assunto. Ele está presente, mas não problematizado em todas as suas possibilidades e limitações. Outro respondeu “as Instituições que trabalho lidam pouco”. Outro disse “não existe uma matéria específica para este tema e que se inserida nas disciplinas de Administração seria uma grande oportunidade de esclarecimento para os futuros profissionais”. As instituições sugerem, mas um docente acredita que “as ações se restringem apenas ao projeto pedagógico com poucos exemplos que se consolidam”; outro ainda que “a instituição implanta ações de RSC de modo efetivo, abrangendo vários setores da sociedade em nível de extensão”. Um último disse: “não tenho conhecimento das ações de RSC da Instituição”.

Para melhorar a percepção sobre a RSC, as sugestões foram: realizar fóruns de discussão, grupos de reflexão e de trabalho para aprofundamento das implicações que a temática exige; criar cultura de maior aplicação de tais projetos, pequenas ações iniciais, que se bem sucedidas, dêem força a projetos mais

audaciosos; mostrar resultados alcançados por empresas que possuem ações sobre RSC; contribuir com "know-how" específico de seu ramo de atividades, trabalhando junto a projetos culturais e educacionais com novas linguagens e infinitas formas de atuação em inserção social; atuar em programas que visem auxiliar no desenvolvimento sustentável; realizar ações sociais voltadas primeiramente para os próprios funcionários e suas famílias. O Marketing Interno também foi citado como excelente ferramenta para se fazer uma empresa ser reconhecida no mercado pelas ações de responsabilidade social gerando desejo e orgulho de se trabalhar para ela. Um professor comentou que "praticar RSC é levar o corpo discente às favelas e albergues de abandonados". Outro afirmou que "poderia fazer uso de recortes de jornais com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e Organização das Nações Unidas (ONU), estudo de caso, visitas e participação em projetos já existentes e leitura de textos críticos como "Pedagogia da exclusão" de Pablo Gentili e Thomas Tadeu".

As principais ações de RSC que as empresas têm praticado identificadas pelos docentes do curso de administração foram doações para programas comunitários (destacaram que existe desconto em impostos), projetos de inserção social para menores carentes e responsabilidade social, minimização de resíduos, prevenção da poluição (destacaram que existe fiscalização por parte da Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB), uso eficaz de energia e água, treinamento/educação e desenvolvimento profissional, equilíbrio entre trabalho e família e saúde, segurança e bem estar.

Diante da análise das entrevistas pode-se concluir que apesar do interesse em participar da pesquisa pouco se sabe sobre o conceito real de RSC e suas práticas nas empresas e nas instituições de ensino.

Resultados da Etapa 3: Entrevista com a Coordenadora

Na instituição pesquisada, existe o curso de graduação de Administração de empresas há mais de vinte anos. O questionário abaixo foi aplicado *in loco* e respondido no prazo de um dia. Ao ser questionada se o ensino da RSC está incluído nos planos de ensino da graduação, a coordenadora respondeu que sim e que desde o primeiro ano do curso a responsabilidade social é abordada sob diferentes enfoques: administrativo, sociológico, filosófico, jurídico e metodológico. Nas séries posteriores a RSC é abordada por área de especialização: administração geral, recursos humanos, marketing, finanças, produção e sistemas de informação.

Ao ser questionada se ela percebe interesse por parte do docente em aplicar os conceitos da RSC, respondeu que sim e afirmou que nas reuniões pedagógicas há relatos, inclusive de trabalhos de pesquisas na área e o curso dispõe de linhas de pesquisas específicas sobre o tema, nas quais vários docentes estão incluídos. Perguntamos também se as ações de RSC da IES são divulgadas de forma transparente? Respondeu que sim e que há inclusive mecanismos

adequados de publicação dos trabalhos realizados sobre a temática, em vários anuais, com os resumos das principais ações realizadas em parceria com a comunidade e em prol desta e das organizações parceiras.

Quis-se saber quais as sugestões para melhorar a percepção do aluno sobre a RSC? Disse que ao abordar os efeitos da RSC nos indicadores de performance de todos os tipos de organizações (públicas, privadas e não governamentais, de todos os portes e setores de atuação), ou seja, transcender a visão puramente teórica da temática e mostrar mais resultados. Questionou-se então, e para terminar a entrevista, quais as três (três) principais ações de RSC que as empresas brasileiras têm praticado. Abaixo a demonstração do resultado.

As principais ações de RSC que as empresas têm praticado identificadas pela coordenadora do curso foram as doações para programas comunitários, o Projeto de inserção social para menores carentes e o suporte e melhoria da educação oferecida pelas escolas públicas.

Nesta etapa, pode-se concluir que existe percepção e preocupação em inserir os estudos de RSC no processo de montagem dos planos de ensino, mas esta proposta não se encontra incorporada ainda.

Considerações Finais

No capítulo, através do estudo apresentado, propôs se apresentar uma pesquisa exploratória descritiva que caracteriza a visão de alunos, professores e coordenação de um curso de administração particular frente à Responsabilidade Social Corporativa. A análise final não apresenta conclusões objetivas, mas levanta, ao longo das reflexões, suposições de hipóteses a serem levantadas.

Em relação aos objetivos previstos, os resultados mostram que o aluno não percebe o trabalho proposto, pois, o corpo docente e a coordenação não expressam conhecimentos sobre a RSC. No entanto, esse fato não ocorre de forma isolada, isto é, o estudo por si só não dá conta de promover a integração dos conhecimentos sobre a RSC.

As afirmações da coordenação de que o ensino da RSC está incluído nos planos de ensino da graduação e que desde o primeiro ano do curso a responsabilidade social é abordada sob diferentes enfoques não é confirmada pelos docentes, quando dizem que abordam o tema RSC em sala de aula, mas não diretamente, como RSC, mas como responsabilidade social apenas e que falta efetividade. A coordenação procura abordar aspectos éticos na ação profissional e como gestor refletir a responsabilidade deles não só junto aos clientes e funcionários, mas junto à comunidade e o mundo em que estão inseridos. Pensam que desta forma estão discutindo alguns fundamentos deste tema.

A análise das respostas evidenciou que alunos têm preocupação e não conhecimento sobre o tema, que professores ensinam a responsabilidade social como conhecimento geral e não específico para a corporação e que a coordenadora de curso mostra-se preocupada em que as propostas sejam implantadas.

Como compromisso frente a essa pesquisa procura-se deixar aqui hipóteses geradas a partir da análise dos capítulos em busca da materialização das características da RSC. A partir das respostas dos docentes, discentes e coordenadora do curso foi constatada dissonância entre eles.

Observando-se as respostas dos professores pode-se perceber que não conhecem, ou, se conhecem a respeito de RSC, é de forma generalista. Observando-se as respostas dos alunos pode-se perceber que são levados a pensar o assunto RSC de forma política e aceitar o que ecologicamente ou eticamente seria correto, mas que dizem não se aplica na prática nas empresas. E observando as respostas da coordenação de curso, pode-se perceber preocupação em que o processo de aprendizagem em RSC esteja instalado e sendo aplicado.

É possível afirmar que o que se propõe ensinar não está incluído nos planos de ensino. Cabe aqui, de maneira geral, expressar que o trabalho de dissertação aqui apresentado, precisa ser reconhecido como elemento político, devendo ser tomado como norteador em permanente situação de reavaliação e movimentação por parte dos grupos que conseguem intervir na sua construção.

Cabe a todos os agentes envolvidos as proposições e participação no processo da implementação valorativa da RSC no curso de Administração comprometendo-se com a formação do administrador do século XXI.

Dentre as limitações encontradas no estudo pode-se citar o fato de que foi aplicado somente em uma instituição e nem a todos os docentes envolvidos no processo de ensino, podendo assim não ser a visão do todo. Novos estudos realizados em outras instituições poderão confirmar se a realidade se dá em todos os cursos de administração.

Questões para Debate

- 1- Tomando como base a pesquisa realizada no capítulo, qual a percepção dos alunos perante o ensino e sobre quem recai o encargo pela prática da Responsabilidade Social Corporativa?
- 2- Como os docentes, sujeitos entrevistado, abordam o ensino de Responsabilidade Social Corporativa?
- 3- De que forma o Coordenador do Curso, abordou a Responsabilidade Social Corporativa no contexto do curso pesquisado?