

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE

**PERCEPÇÃO DOS ALUNOS CONCLUÍNTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFCG, ACERCA DO CONTEÚDO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

STELLA BELMIRO DE ARAUJO

CAMPINA GRANDE – PB

2010



Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Humanidades
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade

**PERCEPÇÃO DOS ALUNOS CONCLUINTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFCG, ACERCA DO CONTEÚDO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

STELLA BELMIRO DE ARAUJO

CAMPINA GRANDE – PB

2010

Stella Belmiro de Araujo

PERCEPÇÃO DOS ALUNOS CONCLUINTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFCG, ACERCA DO CONTEÚDO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Trabalho Acadêmico Orientado apresentado a
Unidade Acadêmica de Administração e
Contabilidade, em cumprimento a exigência
para a conclusão do curso e obtenção do
título de graduação Administração de
Empresas.

Orientadora Prof^ª. Dra. Lucilene Klênia
Rodrigues Bandeira

Campina Grande

2010

COMISSÃO DE ESTÁGIO:

Membros:

Stella Belmiro de Araujo

Aluna

Lucilene Klênia Rodrigues Bandeira, Doutora

Professora Orientadora

Verônica Macário de Oliveira, Mestra

Coordenadora de Estágio Supervisionado

Campina Grande

2010

Stella Belmiro de Araujo

**PERCEPÇÃO DOS ALUNOS CONCLUINTES DO CURSO DE
ADMINISTRAÇÃO DA UFCG, ACERCA DO CONTEÚDO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Relatório aprovado em 07 de Dezembro de 2010.

Lucilene Klênia Rodrigues Bandeira, Doutora
Professora Orientadora

Wilson Roberto da Silva, Mestre
Examinador

Maria de Fátima Martins, Mestre
Examinadora

Campina Grande
2010

Dedico este trabalho, marco de mais uma etapa vencida na minha vida, aos meus avós, exemplo de união, caráter e honestidade, por todo amor que cultivaram fonte de inspiração maior.

Agradecimentos

Agradeço a Deus, que me guiou a trilhar o caminho da perseverança e coragem.

Agradeço a minha mãe Maria José, por todos os sacrifícios dessa longa jornada, por ser uma mãe amorosa, amiga e dedicada e por acreditar na minha capacidade, reconheço que sem ela, nada seria possível.

A Nazaré, minha querida “Nazinha”, por ter sido a babá mais maravilhosa que uma criança poderia ter, por abdicar de vários momentos com sua família para estar comigo, minha mãezinha do coração.

Ao meu tio Edval (tio babá), que na ausência do meu pai investiu nos meus estudos, me desafiando a superar meus limites.

Ao meu tio Sebastião (tio bastinho) e família, por terem me acolhido quando ingressei na universidade, obrigada por toda atenção e carinho que me concederam.

A Carlos Vieira, que não permitiu que eu desistisse diante das dificuldades enfrentadas durante toda elaboração deste trabalho e final da graduação, seu amor, carinho e apoio foram fundamentais para conclusão desta etapa.

Ao meu “amigo-irmão” Dan, por todos os momentos que passamos juntos durante esses cinco anos e meio, meu especial agradecimento.

A todos os meus amigos, principalmente a Renata, Glêdes, Karlla, Kássio, Raqueline, Diego, Leonardo, Wiviangrey, Rennally, Guillermo e Trajano pela verdadeira amizade, pelas boas conversas, discussões e ensinamentos, auxílios essenciais para que eu prosseguisse.

A minha orientadora Professora Doutora Lucilene Klênia Bandeira, por toda dedicação dispensada no auxílio à concretização deste trabalho.

Agradeço a todos os professores do curso de Administração e dos departamentos que integram o currículo do curso, que colaboraram para o meu aprendizado, e em especial aos professores Wilson Roberto, Sídia Fonseca, Adail Marcos, José Sebastião Rocha, Darcon Sousa, Paulo Cesar Cordeiro e Rosângela Silveira pela seriedade do trabalho que prestam, pelo apoio e compreensão nos momentos mais difíceis que passei ao longo da vida acadêmica na UFCG.

A todos os professores e colegas do curso de Serviço Social da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, que compreenderam esse momento de dedicação prioritária a conclusão do curso de administração.

Aos funcionários da Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade - UAAC - em geral, por todo profissionalismo e boa vontade em servir que sempre demonstraram e em especial a Berlênia e Fábio.

“É bem verdade que mil caíram ao meu lado e dez mil a minha direita, e em nada fui atingida, tão somente porque Deus me sustentou e me livrou, a Ele meu amor, temor e agradecimento eterno.”

RESUMO

A Responsabilidade Social Empresarial - é um conceito emergente do contexto da Revolução Industrial, porém ainda é um tema em construção na literatura, devido à dinâmica em que ele está inserido. A RSE tem exercido grandes impactos no âmbito empresarial, provocando alterações nos objetivos, nas estratégias e na própria cultura empresarial. Esse novo comportamento das organizações passa a ser um diferencial para a inserção do profissional no mercado de trabalho, ocasionando uma competitividade entre os profissionais. Diante dessas mudanças emerge a necessidade de um profissional competente e atualizado essas transformações exigindo da formação profissional acadêmica um conhecimento mais amplo do conceito de RSE. O presente estudo vem apoiar essa dimensão apresentando como objetivo geral *a percepção dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG, acerca do conteúdo de Responsabilidade Social Empresarial*. A relevância deste estudo consiste em oferecer uma análise no sentido de elucidar as questões em torno desta temática para compreender os conflitos no âmbito da articulação entre formação acadêmica e formação profissional. Para tanto situa sua problemática na lacuna do conhecimento que introduz o conteúdo trabalhado no contexto da Academia. Em termos de procedimentos metodológicos o estudo apresentou uma abordagem qualitativa de natureza exploratória e descritiva, utilizando para coleta de dados uma entrevista, baseado nos indicadores sociais do Instituto Ethos, estruturado e auto-aplicável, com perguntas abertas e fechadas. A partir da obtenção dos resultados é possível suscitar a emergência de um olhar mais cuidadoso por parte da Academia nas lacunas observadas nas respostas dos alunos, **concluintes** que levam o nome da Instituição de ensino como referencial de formação acadêmica e prestes a entrar num mercado competitivo. Diante do que foi exposto observou-se que a pesquisa tomou a análise dos resultados para explicar e fornecer suporte ao problema da pesquisa formulada e aos objetivos propostos.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial, Ensino, Conceitos, Empresas, Curso de Administração.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility - is an emerging concept in the context of the Industrial Revolution, but is still a topic under construction in the literature, due to dynamics in which it is inserted. CSR has had major impacts on the business, causing changes in goals, strategies and their own corporate culture. This new behavior of organizations becomes a key differentiator for the professional insertion in the labor market, causing a competition between professionals. Faced with these changes emerges the need of a competent professional and updated these transformations require academic training a wider knowledge of the CSR concept. This study has been presented to support this dimension as general objective the perception of students graduating in the administration of UFCG, about the content of Corporate Social Responsibility. The relevance of this study is to provide an analysis to clarify the issues surrounding this subject to understand the conflicts in the articulation between academic and vocational training. For both problems lies in their knowledge gap that introduces the content worked within the Academy. In terms of methodological procedures, the study has a qualitative exploratory and descriptive, using a data collection interview, based on social indicators of the Ethos Institute, structured self-administered, with open and closed questions. From the results is possible to raise the emergence of a closer look by the Academy in the gaps in responses from students, graduates who take the name of education institution as a reference for academic and about to enter a competitive market. Given what was exposed was noted that the research had to analyze the results to explain and provide support to the research problem formulated and the proposed objectives.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Education, Concepts, Business Administration Course.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Número de Cursos Segundo as Décadas de 60, 70, 80, 90 e 2000.....	51
--	-----------

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Média Referente à Formação Geral.....	61
Gráfico 02 – Média Referente ao Componente Específico.....	61
Gráfico03 - Categoria Sexo.....	70
Gráfico 04 – Categoria Faixa Etária.....	70
Gráfico 05 – Experiencial Profissional.....	71
Gráfico 06 – Renda.....	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Categorias, grupos e idéias sobre o tema de RSE na percepção dos alunos concluintes do Curso de Administração da UFCG (2010).....	67
Quadro 02 - Fala dos alunos na análise das Categorias Comunidade/Sociedade e Filantropia.....	72
Quadro 03 - Fala dos alunos na análise das Categorias Comunidade/Sociedade..	73
Quadro 04 - Fala dos alunos na análise da Categoria Ética.....	74
Quadro 05 - Fala dos alunos na análise da Categoria Funcionários.....	75
Quadro 06 - Fala dos alunos na análise da Categoria Meio Ambiente.....	75
Quadro 07 - Fala dos alunos na análise inserida nas categorias Comunidade/Sociedade, Ética e Meio Ambiente.....	76
Quadro 08 - Fala dos alunos na análise das Categorias Consumido/clientes, Critica Marketing e Stakeholders.....	77
Quadro 09 - Fala dos alunos na análise das Categorias Compreensão equivocadas e formação acadêmica.....	77
Quadro 10 - Fala dos alunos sobre os conceitos da temática de RSE ministrado no curso, a opção em cursá-la ou não e as sugestões para melhoria do ensino da mesma.....	79

SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira De Normas Técnicas
ACE – Avaliação Dos Cursos De Graduação
ADCE – Associação Dos Dirigentes Cristãos Das Empresas
ANGRAD – Associação Nacional Dos Cursos De Graduação Em Administração
CES – Conselho Do Ensino Superior
CFA – Conselho Federal De Administração
CFE - Conselho Federal De Educação
CNE – Conselho Nacional De Educação
CONSEPE- Conselho Superior De Ensino, Pesquisa E Extensão
CONSUNI – Conselho Universitário
CRAs – Conselhos Regionais De Administração
CVRD – Companhia Vale Do Rio Doce
DCN – Diretrizes Curriculares Nacionais
DOU – Diário Oficial Da União
EAESP – Escola De Administração De Empresas De São Paulo
EBAP- Escola Brasileira De Administração Publica
ENADE – Exame Nacional Do Desempenho Dos Estudantes
ENC – Exame Nacional De Cursos
EUA – Estados Unidos Da America
FEA – Faculdade De Economia E Administração
FGV – Fundação Getulio Vargas
IBASE – Instituto Brasileiro De Analises Social E Economia
IBGE – Instituto Brasileiro De Geografia E Estatísticas
IES – Instituições Do Ensino Superior
INEP – Instituto Nacional De Ensino E Pesquisa
ISBN – International Standard Book Number
ISO – International Organization For Standardization
MEC – Ministério Da Educação
NBR – Empresa Brasileira De Comunicação
OIT - Organização Internacional Do Trabalho
ONGs – Organizações Não-Governamentais
ONU – Organizações Das Nações Unidas

PB - Paraíba

PDCA - Plan-Do-Check-Act

PIB – Produto Interno Bruto

PICE – Programa Integrado De Capacitação Empreendedora

PNB – Produto Nacional Bruto

PPC – Projeto Pedagógico Do Curso

PUC/RJ – Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro

QSE – Questionário Socioeconômico

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

SA – Social Account Ability

SECU – Secretaria De Educação Superior

SGA – Sistema De Gestão Ambiental

SINAES- Sistema Nacional De Avaliação Do Ensino Superior

SIS - Swedish Standards Institute

UFCG – Universidade Federal De Campina Grande

UFMG – Universidade Federal De Minas Gerais

UFPB – Universidade Federal Da Paraíba

UFRGS – Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul

UNESCO – Organizações Das Nações Unidas Para A Educação, A Ciência E A Cultura

USP – Universidade De São Paulo

SUMARIO

CAPITULO 1. INTRODUÇÃO

1. Introdução.....	17
1.1 Justificativa.....	19
1.2 Estrutura do trabalho.....	20

CAPITULO 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2. Contextualização da Responsabilidade Social Empresarial.....	22
2.1 Uma Breve Contextualização Histórica.....	22
2.2 Discutindo o conceito de Responsabilidade Social Empresarial na Literatura.....	30
2.3 Conceituando Normas e Certificações.....	35
2.4 Dimensões dos Indicadores Sociais adotado pelo Instituto Ethos.....	38
2.5 A importância de estudar Responsabilidade Social Empresarial.....	41
2.6 O contexto histórico do curso de Administração.....	43
2.7 O surgimento da profissão do Administrador.....	47
2.8 O Currículo Mínimo e as Diretrizes Curriculares.....	49
2.9 Apresentação e contextualização do curso de administração da UFCG.....	55
2.10 Uma breve visão sobre o desempenho do curso pelo SINAES e ENADE.....	58
2.11 Discutindo sobre o ensino da Responsabilidade Social Empresarial no Curso de administração da UFCG.....	62

CAPITULO 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3. Aspectos Metodológicos do Estudo.....	64
3.1 Caracterização da pesquisa.....	64
3.2 Levantamentos de dados.....	65
3.3 Contexto da pesquisa.....	66
3.4 Determinação da amostra.....	66
3.5 Instrumento da coleta de dados.....	66

CAPITULO 4. ANÁLISES DOS RESULTADOS

4. Apresentação da Análise dos Resultados.....	69
4.1 Perfil Socioeconômico dos Entrevistados.....	69
4.2 Perfil Acadêmico dos Entrevistados.....	72

CAPITULO 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. Considerações Finais.....	81
5.1 Sugestões.....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
APÊNDICE 01.....	85

Capítulo 1:
Introdução

CAPITULO 1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social empresarial teve sua origem no arcabouço histórico da Revolução Industrial que teve início na Inglaterra do século XVIII, espalhando-se por todo o mundo, promovendo o crescimento econômico e abrindo perspectivas de maior geração de riquezas que trariam prosperidade e melhor qualidade de vida para a humanidade. No entanto, provocou, também, inúmeras alterações no meio ambiente natural, apontando para perspectiva de sua destruição. (DIAS, 2006).

No século XX, surge uma abordagem de atuação social empresarial através do filantropismo, e num período de transição da sociedade industrial para sociedade pós-industrial. O conceito de responsabilidade social passa, então, por uma evolução, desenvolvendo outros conceitos como voluntariado empresarial, cidadania corporativa e responsabilidade social corporativa, até chegar ao desenvolvimento sustentável. (TENÓRIO, 2006)

Porém Responsabilidade Social Empresarial é um tema emergente e atual e sua discussão tornou-se cada vez mais necessário no âmbito das empresas. Oliveira (2008) afirma que o ensino da responsabilidade social de empresas engloba a difícil relação existente entre empresas, sociedade, comunidades, empregados, governos e até outras empresas. Exigindo uma reflexão sobre qual deve ser o comportamento da sociedade em relação às empresas e como estas devem responder às demandas da sociedade. Na concepção de muitos, por que estudar responsabilidade social das empresas, se estas apresentam pouca relação direta com as questões sociais? Outros acreditam que as questões sociais são de responsabilidade do Estado.

Porém, existem muitas razões para discutirmos a importância de estudarmos responsabilidade social empresarial, em particular no Curso de Administração.

Segundo a Coordenação Executiva do Curso de Administração da UFCG, “o novo projeto, foi aprovado pelo colegiado do curso, composto por vinte e três professores, e após ajustes e aprovação da Pró-reitoria de Ensino. Deverão ser repassadas as outras coordenações que disponibilizam disciplinas ao curso e deverá vigorar entre os períodos 2011.2 e 2012.1, o projeto anterior era do ano de 1995 e

deveria ter sido avaliado de três em três anos no mínimo.” Reconhecendo também a importância do ensino da RSE, todavia, ressaltou que o projeto político pedagógico do curso depende de critérios estabelecidos pelo Ministério da Educação, que regem a carga horária limitada de 3.000 horas, fazendo com que a disciplina permaneça optativa e sendo trabalhada na formação complementar, ou em caráter interdisciplinar e transversal relacionando o tema a outros conteúdos. Foi ressaltado também que cabe ao aluno incentivado pelos professores, procurar outras fontes para estudo da matéria e reconhece que existe fragilidade no ensino de assuntos emergentes, contudo, que essa deficiência não atinge apenas o curso de administração sendo uma realidade de outras graduações.

Diante do exposto discute-se o ensino de responsabilidade social para a formação profissional nas universidades. Bolan e Motta (2007) observam que “a promoção do ensino socialmente responsável abarcaria a formação de indivíduos qualificados para a inclusão no mercado profissional e igualmente a formação de indivíduos críticos, moralmente competentes, capazes de tomadas de decisões frente a questões éticas, não apenas considerando uma visão deontológica, mas também seus contextos pragmáticos, morais e sociológicos.” Porém, os autores acrescentam que um teor curricular, abarcaria também as instituições que desenvolvessem ações para promover o compromisso dos alunos com a vida e sua preservação. Envolvendo a capacitação do reconhecimento de problemas ambientais no sentido amplo da palavra e a formação de indivíduos capazes influenciarem na resolução dos problemas. Essa discussão ainda inclui a questão de que muitas instituições do ensino brasileiro estão comprometidas com a prática do monopólio intelectual ficando muito aquém dos modelos de excelência educacional entre as instituições. Entretanto em outros países, o setor já se organiza para essa nova realidade educacional e percebe que não existem padrões a serem seguidas, apenas experiências bem sucedidas e a necessidade urgente da prática do ensino socialmente responsável.

Observa-se, portanto que as argumentações da Coordenação Executiva do Curso de administração da UFCG só reforçam a discussão feita por Bolan e Motta sobre a questão do ensino de responsabilidade social nas universidades. Logo vale reafirma que a escassez de conteúdos e a apatia com o ensino da RSE deixam

aquém a dinâmica que dar aos alunos a oportunidade para buscar resquícios de como eles apreendem o movimento de responsabilidade social.

Diante desta breve contextualização do tema em análise, tem-se a formatação do seguinte problema de pesquisa:

A percepção dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG, acerca do conteúdo de Responsabilidade Social Empresarial

De acordo com o problema apresentado este estudo tem como objetivo geral: **Identificar os principais aspectos referentes a RSE na concepção dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG.**

Bem como os objetivos específicos, que são:

- Identificar o perfil socioeconômico dos entrevistados
- Averiguar as dificuldades do aluno concluinte com o conteúdo de RSE ministrado no curso de administração da UFCG;
- Analisar a concepção dos formandos com os indicadores do Instituto Ethos na realidade do mercado de trabalho.

1.1 Justificativa

A realização deste estudo situa sua problemática na lacuna do conhecimento que introduz o conteúdo trabalhado no contexto da Academia. No entanto a realidade do mercado de trabalho exige uma apropriação do conceito em si, bem como procura conhecer e selecionar os profissionais que atuam no mercado em questão.

Num contexto mais geral a importância deste estudo versa em explicar o contexto político, social e econômico, que delibera o modelo de ensino da responsabilidade social, em geral, e do ensino da responsabilidade social empresarial, em particular. A reflexão dessas questões indica que não se pode pensar em formação profissional no contexto só da Academia, mas numa realidade maior e mais dinâmica que é a totalidade das complexas relações sociais.

Para tanto, verifica-se que não é somente uma mudança no cenário jurídico-legal que implicará num reordenamento institucional, e sim, um processo de construção empreendido pela sociedade acadêmica, literária e intelectual.

A relevância deste estudo consiste em oferecer uma análise no sentido de esclarecer o entendimento dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG, acerca do conteúdo de Responsabilidade Social Empresarial. Bem como explanar algumas questões em torno deste no mercado de trabalho, constituindo um ambiente elevado para compreender os conflitos em torno do papel de articulação entre formação acadêmica e formação profissional.

A aproximação com esta temática se deu através da experiência do Estágio Curricular do Curso de administração da UFCG em 2010. Foi neste movimento conflitante que esteve situado o nosso estudo e a nossa busca para identificarmos qual o entendimento dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG, acerca do conteúdo de Responsabilidade Social Empresarial. Por esse motivo, foi necessária uma pesquisa com os alunos concluintes do curso de administração da UFCG, onde através de uma entrevista respondida pelos mesmos, tivemos acesso a informações de grande relevância para este estudo. E assim fazemos uma análise do perfil acadêmico em construção dos potenciais profissionais.

1.2 Estrutura do Trabalho

Este estudo foi organizado em cinco capítulos sistematicamente, para poder oferecer um melhor entendimento e uma maior aproximação desta temática. O segundo capítulo percorreu de forma sucinta o contexto histórico, analisando a evolução do conceito de responsabilidade social empresarial para assim se ter dentro de um panorama mais amplo, um melhor entendimento de suas conceituações. Neste mesmo capítulo foi feita uma discussão sobre as questões relacionadas ao objeto de estudo que tem como objetivo principal *Verificar os principais aspectos da RSE na concepção dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG*. No terceiro capítulo foram apresentados os procedimentos metodológicos adotados, onde discutimos a importância da metodologia como parte fundamental da pesquisa destacando que a necessidade de apresentá-la em um capítulo é para visualizar a organização e a estrutura de maneira objetiva e como todos os métodos foram utilizados no decorrer do estudo. No quarto capítulo trabalhamos a análise de conteúdo através de quadros elaborados para identificarmos as categorias nas discussões dos alunos concluintes sobre o tema

supracitado, baseada nos indicadores sociais do Instituto Ethos, adotado neste estudo.

Por fim, situamos nossas considerações finais no quinto e último capítulo acerca do ensino de responsabilidade social empresarial no curso de administração apontando aspectos relevantes sobre o tema trabalhado, bem como todo o processo em construção, suscitando algumas provocações (sugestões) na expectativa de que as mesmas se não produziram mudanças “imediatas” pelo menos contribuam com as discussões em construção no mundo acadêmico, intelectual e literário.

Assim sendo aguardamos que essas considerações finais nos conduzam a dinâmica dessa realidade que se encontra em processo contínuo de transformações, implicando na releitura desses processos e possibilitando novas reflexões e aproximações possíveis.

Capítulo 2:
Fundamentação Teórica

CAPITULO 2. CONTEXTUALIZAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Apesar de ter dado seus primeiros sinais no contexto da Revolução Industrial, a Responsabilidade Social Empresarial é um fenômeno recente, não se pode falar em responsabilidade social empresarial sem antes fazer um apanhado histórico das questões que a envolvem e, para isso, é preciso uma breve contextualização histórica sobre a revolução industrial.¹

Desse modo, faremos uma apresentação do contexto histórico, analisando a evolução do conceito de responsabilidade social empresarial para que se tenha, dentro de um panorama mais amplo, um melhor entendimento de suas conceituações.

2.1 Uma Breve Contextualização Histórica

No século XVIII, o mundo passou por grandes transformações e a capacidade produtiva humana evoluiu mais uma vez, surgindo, então, a grande Revolução Científico-Tecnológica ou a Revolução Industrial como é mais conhecida. (DIAS 2006, p. 5). Isso ocorreu, porque, até aquele período, o ser humano tinha suas ações de produção limitadas à energia manual, animal e eólica. Com a máquina a vapor, a revolução industrial permitiu que o homem pudesse transformar combustíveis naturais, como o carvão e, depois, outros fósseis e biomassa, em energia e utilizá-la a seu bel-prazer (OLIVEIRA, 2008, p. 16).

Dias (2006) descreve que a Revolução Industrial teve início na Inglaterra do século XVIII, disseminando-se rapidamente por todo o mundo, promovendo o crescimento econômico e abrindo perspectivas de maior geração de riquezas que

¹ **A Revolução Industrial** foi a mais radical transformação já registrada na vida humana. Iniciado na Inglaterra na metade do século XVIII, este processo de mudança do processo produtivo teve desdobramentos não só econômicos, mas culturais, políticos e principalmente sociais. O mundo deixa a era agrícola e entra na era industrial que traz consigo a modernidade. A produção de bens deixa de ser artesanal e passa a ser mecanizada, ou seja, com a utilização de máquinas movidas pelo vapor e posteriormente pela energia do carvão e elétrica. Com a Revolução Industrial o volume de produção aumenta extraordinariamente. As populações têm acesso aos bens, pois os preços ficam acessíveis. A Revolução Industrial foi possível devido a uma combinação de fatores, como o liberalismo econômico, a acumulação de capital e por uma série de invenções. (...) Revolução Industrial produziu uma acirrada disputa entre as potências, originando inúmeros conflitos e um crescente espírito armamentista que culminaram, mais tarde, na eclosão, em 1914 da Primeira Guerra Mundial. (**disponível em [HTTP://br.answers.yahoo.com/question/index?qid.](http://br.answers.yahoo.com/question/index?qid. Acesso em 09/11/2010)** Acesso em 09/11/2010)

trariam prosperidade e melhor qualidade de vida para a humanidade. No entanto, provocou, também, inúmeras alterações no meio ambiente natural, apontando para perspectiva de sua destruição. A industrialização trouxe vários problemas ambientais, como a alta concentração populacional, devido à urbanização acelerada; o consumo excessivo dos recursos naturais, alguns deles não renováveis (petróleo e carvão mineral, por exemplo); a contaminação do ar, do solo e das águas e desflorestamento, entre outros.

Ao esboçar o contexto histórico da revolução industrial, Oliveira (2008) faz referência ao surgimento de uma classe trabalhadora urbana que influenciou mudanças políticas, como o movimento de trabalhadores e os movimentos socialistas. Para o autor, com o aceleramento da exploração das riquezas naturais, o mundo passou a sofrer as conseqüências do seu processo de produção sobre a degradação ambiental. O autor ainda ressalta que responsabilidade social empresarial não é um conceito novo, na prática, pois a organização privada, na Idade Média, bem antes da criação do capitalismo como sistema econômico, já atuava na área social, com ações de filantropia. Os séculos XIX e XX viram a consolidação da ação filantrópica nas empresas capitalistas e a criação das grandes fundações ligadas às corporações. Além disso, especialmente a partir da segunda metade do século XX, começaram a surgir diversos movimentos ligados ao que hoje se conhece como responsabilidade social das empresas.

Contudo, só na segunda metade do século XIX, surgiram os primeiros movimentos sociais organizados para tentar controlar as transformações crescentes vindas da revolução industrial, principalmente nos Estados Unidos, com os conservacionistas, que temiam a expansão para o Oeste com os mesmo resultados verificados na Costa Leste, onde as cidades e fazendas praticamente ocuparam os espaços naturais. Porém, mesmo com êxito em algumas de suas ações, como a criação de parques nacionais nos Estados Unidos, os conservacionistas não conseguiram mudar a ação humana de forma mais radical (OLIVEIRA, 2008).

Tenório (2006), para melhor contextualizar a responsabilidade social empresarial, analisa aquele momento em dois períodos distintos: o primeiro, do início do século XX até a década de 1950 e o segundo, vem desde a década de

1950 até os dias hoje, trazendo uma abordagem mais atual.

O primeiro período é compreendido pela transição da economia agrícola para a industrial, que mudou o processo de produção através da evolução tecnológica e a ampliação das ciências na organização do trabalho. A visão clássica da responsabilidade social empresarial incorporava os princípios da ideologia liberal defendida por Adam Smith, David Ricardo e Stuart Mill e se baseava no princípio da propriedade e da iniciativa privada. Porém, cabia ao Estado a responsabilidade pelas ações sociais, pela promoção da concorrência e pela proteção da propriedade, enquanto que as empresas elevavam ao máximo os lucros, geravam empregos e pagavam impostos, resumindo a isso sua função social.

O Instituto Observatório Social relata que, na década de 1950, nos Estados Unidos, o período pós-guerra e o poder das empresas norte-americanas tinham crescido imensamente em decorrência da Segunda Guerra, o que diminuiu a capacidade industrial de outros países. Foi quando surgiu o debate sobre quais os retornos que as empresas deveriam oferecer à sociedade. A principal discussão era que as grandes empresas deveriam de alguma forma, principalmente por meio da caridade (filantropia), ajudar aos grupos menos favorecidos da sociedade.

Essas argumentações foram rebatidas por aqueles que defendiam que a função social de uma empresa é apenas gerar resultados. Para eles, nessa perspectiva, o bem-estar da sociedade só é garantido se a empresa cumprir a sua função principal, ou seja, produzir bens e serviços com lucro e garantir retorno para os seus proprietários e acionistas. Com a geração do lucro, a empresa garante produtos de qualidade, empregos e salários para os trabalhadores, além de benefícios para toda a sociedade, por meio dos impostos e taxas pagos ao governo, que é o verdadeiro responsável pela gestão das políticas públicas. Dessa forma, a responsabilidade social das empresas está na melhor alocação do capital; os acionistas são os que melhor sabem fazer isso. Oferecer outro destino ao capital significaria, portanto, reduzir a geração de riquezas.

Segundo Ashley (2000), um dos exemplos desse debate foi a disputa judicial envolvendo Ford & Dodge. Henry Ford, presidente e acionista majoritário da empresa de automóveis, contrariando os interesses dos Dodge, também acionistas,

decidiram investir parte dos dividendos na capacidade de produção, no aumento de salários e como fundo de reserva para a produção esperada de receitas, alegando a realização de objetivos sociais. Com base na legislação, a justiça americana decidiu a favor dos interesses dos Dodge contra os argumentos de Ford. Caso a empresa decidisse realizar ações filantrópicas ou algum investimento na sua imagem para atrair consumidores, ainda assim, aquelas ações deveriam, necessariamente, favorecer os lucros dos acionistas. E assim, no final da década de 1950 a justiça americana estabeleceu em lei a filantropia empresarial, sob o argumento de que a empresa poderia buscar também o desenvolvimento social.

Friedman apud Tenório (2006), a respeito da função social da empresa enfatiza o seguinte:

Ultimamente um ponto de vista específico tem obtido cada vez maior aceitação – o de os altos funcionários das grandes empresas e os líderes trabalhistas tem uma responsabilidade social além dos serviços que devem prestar aos interesses de seus acionistas ou de seus membros. Este ponto de vista mostra uma concepção fundamentalmente errada do caráter e da natureza de uma economia livre. Em tal economia só há uma responsabilidade social do capital – usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraudes.

Oliveira (2008) afirma que Friedman era um dos mais brilhantes e polêmicos economistas, porém, sua teoria econômica, apesar de consistente, apresentava vários problemas na prática, pois diversas de suas premissas eram irreais. Além do que essa visão ficou muito restrita a investimentos como custos. No entanto, apesar de todas as restrições das afirmações de Friedman sobre responsabilidade social, sua ajuda para o debate na teoria e na prática de RSE foi essencial, pois muito se avançou neste campo nas últimas décadas, na tentativa de contestar os seus argumentos.

De acordo com Galbraith (1982; apud TENÓRIO, 2006), nesse período o mercado era formado por pequenas empresas com concorrência perfeita, tecnologia estável e acessível e pouco poder de influência no mercado. Entretanto, a evolução tecnológica e a ciência na organização do trabalho alteraram todo o processo produtivo, o que gerou debates sobre as obrigações empresariais em relação aos

empregados, contribuindo bastante para ampliar a discussão do conceito de responsabilidade social empresarial.

Tenório (2006) enfatiza que Taylor, Ford, e Fayol foram os principais idealizadores da administração científica que tinha como objetivo principal somar a produtividade e atenuar desperdício na produção. A aplicação da ideologia liberal no chão de fábrica era representada pela maximização do lucro e a otimização da produção. Porém, o liberalismo não estimulava a prática das ações sociais; pelo contrário, as reprovava, pois considerava que a filantropia não cooperava com desenvolvimento das companhias.

Dessa forma, a responsabilidade social empresarial, no início do século XX, restringia-se apenas ao ato filantrópico de caráter pessoal feito pelo empresário. Contudo, com a pressão da sociedade, a ação filantrópica passou a ser promovida pela própria empresa, incorporando a temática social na gestão empresarial.

No entanto, a industrialização, a princípio ocasionou a degradação da qualidade de vida, intensificando os problemas ambientais e precarizando as relações de trabalho, o que mobilizou a sociedade a pressionar o governo e as empresas para resolverem os problemas causados pela industrialização. A partir de então passaram a ser incorporados ao conceito de responsabilidade social empresarial não só pagamentos de impostos e geração de empregos e lucros, como também o cumprimento das obrigações legais referentes tanto às questões trabalhistas (jornada de trabalho, salário, leis trabalhistas e previdenciárias e mecanização do ser humano) quanto às ambientais (poluição, barulho, falta de água, higiene e etc.).

Portanto, até a década de 50, a representação clássica do conceito de responsabilidade social empresarial é entendida como geração de lucros, criação de empregos, pagamentos de impostos e cumprimentos de obrigações legais.

No segundo período Tenório (2006) descreve que, logo que Roosevelt programou o Deal, em 1933 para superar a depressão econômica dos Estados Unidos, as práticas liberais foram limitadas e a economia americana cresceu e

acumulou capital. Aquele período, então, ficou marcado pelo keynesiano e pela a intervenção do Estado na economia e foi até a década de 1970.

Singer (apud TENÓRIO, 2006; 19) considera que:

Apesar dessa volta do liberalismo, o panorama teórico da economia nunca mais foi o mesmo; tampouco o da política. A razão disso é que a teoria de Keynes foi aplicada no mundo inteiro, dos anos 30 até os 70 do século passado, e deu certo. Durante mais de 30 anos o pleno emprego foi geral, e o comando do Estado sobre a economia capitalista garantiu altas taxas de crescimento do produto, da produtividade, do emprego e dos salários.

Segundo Tenório (2006), o keynesianismo e sua política de intervenção do Estado sobre a economia reduziram as incertezas do mercado, o que levou as empresas a fazerem mais investimentos em tecnologia, acumulando capital e consolidando o modelo de produção em massa, contribuindo para modificações nos valores da sociedade.

Toffler (1995, apud TENÓRIO 2006) interpreta que a sociedade industrial buscava o sucesso econômico e a pós-industrial busca a qualidade de vida, a valorização do ser humano, o respeito ao meio ambiente, a organização empresarial de múltiplos objetivos e a valorização das ações sociais tanto da empresa quanto dos indivíduos, sendo essa a nova base conceitual da responsabilidade social empresarial.

Dias (2006) destaca que:

Sem duvidas, os novos mecanismos e formas de produção, acrescidos da exploração intensiva e sistemática dos recursos naturais trazidos pela revolução Industrial, generalizaram-se e se espalharam de forma descontrolada, sem prever às conseqüências para o meio ambiente. Os processos de industrialização aumentaram de forma espetacular, mas foram concebidos de forma irracional, tendo como resultado o grave problema ambiental que afeta todo o planeta nos dias de hoje. [...].

Para DIAS (2006), a exploração industrial do meio ambiente durante todo século XIX e a maior parte do século XX, manteve-se sem contestação. Havia uma

visão equivocada de que os recursos naturais eram infinitos e permaneciam à disposição do homem. Somente na década de 1970 os processos de deterioração ambiental e a possibilidade de esgotamento de determinados recursos naturais se tornaram mais evidentes e passaram a ser discutidos, exigindo maior reflexão da humanidade, embora desde os anos 50 e 60 existissem algumas ações pontuais nesse sentido.

O balanço social foi um instrumento que expressou a responsabilidade social das empresas, dando maior transparência às suas atividades; representa, também, uma ferramenta de gestão interna, pois fornece informações validadas sobre os resultados e as metas da empresa em cada exercício. É considerada uma peça central para todos os grupos que interagem com a empresa (seus stakeholders), visto que informa a todos como a empresa é administrada, como estabelece suas ações sociais, como se relaciona com fornecedores e investidores, além de auxiliar na identificação e na formulação de políticas públicas. (ETHOS, 2004 E IBASE, 2007)

Sua divulgação tornou-se mais comum nas décadas de 60 e 70, e sua publicação é obrigação legal, hoje, em alguns países, como a França, por exemplo. Ainda em outros, a própria sociedade o exige (Estados Unidos, Bélgica e Alemanha). As primeiras discussões sobre balanço social no Brasil começaram na década de 70; entretanto, é importante ressaltar que, no Brasil, apenas nos anos 80 as empresas iniciaram a publicação de seus relatórios, e a divulgação anual de balanço social somente ocorreu nos anos 90. Historicamente, a visibilidade maior ocorreu a partir da campanha de divulgação voluntária do balanço social empreendida pelo sociólogo Betinho, em 1997.

Galbraith (1982, apud TENÓRIO, 2006) considera que os fatores do amadurecimento das companhias é o resultado das significativas mudanças na economia e na organização das empresas, através dos avanços tecnológicos. Tendo suas principais características nas máquinas requintadas; nos grandes investimentos de capital; em homens tecnicamente sofisticados, o que envolve um tempo maior de decisão entre a produção e o surgimento do produto. Galbraith considera que o conhecimento é o principal fator de produção nas companhias

amadurecidas; é usado como poder, para justificar a produção, pois está naquilo que é difícil, caro e incerto para obter. Isto se dá, portanto, na organização ou na competência organizada.

Contudo, para Tenório (2006), essa nova perspectiva com caráter tecnológico reduz o poder dos acionistas devido à necessidade do capital e do conhecimento de técnicos especializados; assim, com o poder nas mãos da administração, os objetivos passam a atender os anseios da sociedade e incluir as expectativas de outros agentes em seu plano de negócios, para assim manter a continuidade das companhias em longo prazo. Finalmente, para Galbraith (Id. Ibid.), com as companhias amadurecidas os administradores passam a orientar-se por objetivos sociais, para buscar sempre o crescimento contínuo do produto nacional bruto (PNB) e a redução do desemprego; e a forma de chegar a esses objetivos é o desenvolvimento da empresa, em termos do “boom” das vendas.

No entanto, Toffler (1995, apud TENORIO, 2006) acrescenta que “somente a dimensão econômica representada pelo crescimento, não é suficiente para satisfazer as expectativas dos diversos agentes sociais e que no contexto da sociedade pós-industrial, as empresas também devem contribuir mais para uma boa qualidade de vida da sociedade.” Conforme esse autor, os valores superindustriais abrangem não só objetivos unitários do sucesso econômico mais também abarcam objetivos de qualidade de vida e isso faz com que o movimento dos consumidores desafie a comunidade dos negócios a produzir uma sociedade mais sadia e mais civilizada e não necessariamente mais rica.

Grajew (2001b, apud TENORIO, 2006) concorda que vários fatores impulsionaram a responsabilidade social empresarial e que o desenvolvimento tecnológico substituiu o trabalho físico e penoso das pessoas nas máquinas e equipamentos pelo talento, criatividade e motivação dos funcionários nas empresas.

Diante de tais mudanças, tanto no modelo de produção quanto nos valores da sociedade, as empresas passaram a enfrentar desafios no campo da tecnologia, da concorrência, da produção e do mercado, bem como tiveram que lidar com os desafios sociais, uma vez que as empresas foram introduzidas na sociedade e passou a haver uma relação de interdependência entre ambas.

Esse período incentivou a formulação da visão socioeconômica que difundia a idéia de que as empresas não apenas visassem ao lucro, mas, também, à qualidade de vida dos seus envolvidos (stakeholders), tendo como objetivo a qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

2.2 Discutindo o Conceito de Responsabilidade Social Empresarial na Literatura

Partindo do pressuposto histórico apresentado no tópico anterior, a discussão do conceito de responsabilidade social empresarial se desenvolveu e tornou-se cada vez mais necessário no aprimoramento da filosofia das empresas. No entanto, é a partir da década de 1970 que os trabalhos desenvolvidos nesta área ganham maior destaque.

O tema de Responsabilidade Social Empresarial é desenvolvido por Tenório (2006) como um conceito recente, dinâmico e polêmico, pois envolve a simplificada geração de lucros e a abrangente e complexa implementação de ações sociais no plano dos negócios das companhias. Segundo o autor, é no contexto histórico do século XX que vai surgir a abordagem da atuação social empresarial através do filantropismo e a transição da sociedade industrial para sociedade pós-industrial. O conceito de responsabilidade social passa, então, por uma evolução, desenvolvendo outros conceitos como voluntariado empresarial, cidadania corporativa e responsabilidade social corporativa, até chegar ao desenvolvimento sustentável.

Tenório faz referência a Borges (2001), que trabalhou alguns conceitos desenvolvidos por Preston e Post, através dos quais propuseram o termo “Responsabilidade Pública”, por entenderem que a responsabilidade social está dentro do contexto da vida pública. Já Carrol, também citado por Borges, (2001), defende que a responsabilidade social empresarial é composta por dimensões econômica, legal, ética e filantrópica.

Borges (op.cit.) discute o conceito de “responsividade” social, que “tem como idéia central que as empresas devem responder às demandas sociais para sobreviverem, adaptando o comportamento corporativo às necessidades sociais”

(p.44). Sousa (1995, apud TENÓRIO, 2006), juntamente com Borges, acredita que o argumento para essa questão é que a atividade empresarial, apesar de privada, presta um serviço público e deve atender, também, ao interesse público; e essa questão é fundamental para a continuidade dos negócios na sociedade.

Na década de 1980, com retorno da ideologia liberal e com a globalização, o conceito de responsabilidade social empresarial passa por modificações, revestindo-se de argumentos em benefício do mercado. Na contemporaneidade, a afinidade existente entre mercado e responsabilidade social é para Singer (apud TENÓRIO 2006; 24), um ambiente competitivo, onde as empresas procuram resguardar a sua imagem através da sua reputação e de uma marca confiável. Até mesmo porque, em países que desfrutam do estado de direito, a sociedade pode mobilizar-se para retaliar as empresas socialmente irresponsáveis, e a cidadania estabelecida pode levar os administradores empresariais a agirem de forma responsável, em detrimento, até, das suas persuasões pessoais. No entanto, ele argumenta que houve uma energização dos problemas sociais, com a retomada do liberalismo econômico, o que ocasionou o desenvolvimento de organizações não-governamentais (ONGs) e solidificou o terceiro setor.

Porém, é na década de 1990 que a ideologia neoliberal conduz o debate a respeito da responsabilidade social empresarial, dando origem ao conceito *Desenvolvimento Sustentável* que é composto pelas dimensões econômica, ambiental e empresarial e tem como objetivo o crescimento econômico e a preservação ambiental, respeitando os anseios dos diversos agentes sociais e melhorando a qualidade de vida da sociedade. As empresas conquistaram, assim, o respeito e admiração dos consumidores, da sociedade, dos fornecedores e empregados, mantendo seus negócios em longo prazo (TENÓRIO, 2006.)

Tenório (2006) acrescenta que, no Brasil, essa discussão tem acontecido num contexto de transição de valores que o país atravessa, de sociedade industrial para pós-industrial. Analisando o *Relatório de Desenvolvimento Humano*, elaborado pela Organização das Nações Unidas (ONU), verificou que o Brasil tem um conjunto de indicadores econômicos e sociais que são peculiares de um país em

desenvolvimento, de base industrial. Entretanto, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) publicou que a economia brasileira, recentemente, apresentou uma característica de serviços, o que, para Tenório, demonstrou claramente a transição econômica que o país atravessou, da economia industrial para serviços.

Segundo o IBGE (2002), o setor de serviços tem uma participação de 59% do total do PIB e a agricultura e a indústria somam 41% do PIB. De Masi (apud TENÓRIO 2006; 26) também percebe essa transição, pois para ele, o Brasil tem características que o conduzem a uma economia pós-industrial, apesar de sua condição econômica.

Mais uma vez, é interessante ressaltar a importância do balanço social e contextualizá-lo neste tópico. A Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE) descreve que nos anos 60, nos EUA e na Europa, o repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito. A sociedade exigia uma nova postura ética e diversas empresas passaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais. A elaboração e divulgação anual de relatórios com informações de caráter social resultaram no que hoje se chama de balanço social.

No Brasil, a idéia começou a ser discutida na década de 70. Contudo, apenas nos anos 80 surgiram os primeiros balanços sociais de empresas. A partir da década de 90, corporações de diferentes setores passaram a publicar balanço social anualmente. A proposta, no entanto, só ganhou visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social. Com o apoio e a participação de lideranças empresariais, a campanha decolou suscitando uma série de debates através da mídia, seminários e fóruns. Hoje é possível contabilizar o sucesso desta iniciativa e afirmar que o processo de construção de uma nova mentalidade e de novas práticas no meio empresarial está em pleno curso.

Tenório (2006) ainda descreve três formas de atuação social empresarial: a primeira é a *Filantropia empresarial* que é caracterizada como uma ação social de natureza assistencialista, caridosa e predominantemente temporária, realizada por meio de doações de recursos financeiros ou matérias à comunidade ou às

instituições sociais. Azambuja (apud TENÓRIO 2006; 29) comenta que o ato de filantropia ou assistencialismo por ser voluntário e circunstancial; esgota-se em si, gerando expectativas para um futuro que possa não vir necessariamente, dado o caráter episódico e gratuito, e que jamais a filantropia deve eximir a empresa de suas obrigações e responsabilidades. A Segunda é a *Cidadania empresarial*, uma expressão utilizada para descrever o grau de inclusão da empresa em programas sociais de participação comunitária e representa uma atuação social bem mais ampla do que o voluntariado empresarial; por isso, não são sinônimos como alguns costumam interpretar. Conforme a discussão apresentada por Tenório (Id. ibid.) Fischer e Schommer (2000) argumentam que a cidadania empresarial é diferente pelo fato de que uma empresa possui personalidade jurídica distinta da de seus acionistas e proprietários e assim pode ser considerado um cidadão.

Por fim a terceira é a *Responsabilidade Social Corporativa*, sobre a qual existem, atualmente, três interpretações distintas na literatura. A primeira tem uma abordagem industrial do conceito, que é o cumprimento das obrigações legais e o comprometimento com o desenvolvimento econômico. A segunda sugere que a expressão designa o envolvimento da empresa em atividades comunitárias (com algumas divergências entre os autores), pois para eles o melhor significado seria cidadania empresarial.

Na opinião de Frei Betto (2001; apud TENÓRIO, 2006);

Uma empresa convencida de sua responsabilidade social não se restringe a cumprir rigorosamente as leis trabalhistas. Ela avança na direção de constituir-se numa comunidade. Transformar a empresa numa comunidade não consiste apenas em recusar mão-de-obra infantil e oferecer aos funcionários condições dignas de trabalho e benefícios. É, sobretudo, inserir no quadro de alcance da empresa o tendão de Aquiles de todo ser humano: a família.

Outros autores, que entendem essa perspectiva suscitada por Frei Betto, argumentam que “a responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce” (D’AMBRÓSIO e MELLO, apud MELLO NETO e FRÓES, 2001). Portanto, o conceito de responsabilidade corporativa é absorvido por eles como um

compromisso da empresa com a sociedade na busca de melhorar a qualidade de vida da comunidade.

A terceira e última interpretação é que RSC é entendida como uma série de compromissos da empresa com a sua cadeia produtiva: clientes, fornecedores, comunidade, meio ambiente e sociedade (stakeholders), sendo bem mais abrangente do que as primeiras.

Esse conceito é o mesmo utilizado pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2000):

A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação empresarial deve, necessariamente, buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização empresarial dos empregados, promoverem benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalecem a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

Segundo Tenório (2006), essa abordagem é a mais moderna e já está em uso, representando uma atuação da empresa em que a ação social está presente em todos os aspectos dos negócios.

De acordo com Duarte e Dias (1986 apud PINTO, SILVA e FREITAS 2008) alguns autores defendem que “o termo representa uma idéia de obrigação legal; para outros, impõem as empresas padrões mais altos de comportamento; há os que traduzem como prática social, papel social e função social; enquanto outros o vêem associado ao comportamento eticamente responsável ou à filantropia. Por fim, há os que entendem o seu significado como ser responsável ou socialmente consciente.” (p.34)

No apreender de Carroll (1999), “o conceito de responsabilidade social é o mesmo no passado e no presente”. Contudo, frisa que as mudanças aconteceram nas questões enfrentadas pelas empresas e no relacionamento empresa-sociedade (apud PINTO, SILVA e FREITAS 2008; p34).

Vale salientar que o conceito de responsabilidade social empresarial adotado pelo instituto Ethos e aceito pelos autores aqui representados constata

que essa nova concepção de empresa, que supera suas expectativas de geração de lucros para seus acionistas, investidores e dirigentes (stakeholders), passa a ter um papel social comprometido com a sociedade na execução de ações permanentes que resultem no bem-estar geral. No entanto, é importante destacar que a responsabilidade social empresarial deve ser distribuída de forma que venha a exceder os conceitos abstratos com práticas concretas. Logo, as empresas estão alterando o foco da sua gestão estratégica para então garantir espaço no mercado e manter-se competitiva.

2.3 Conceituando Normas e Certificações

Os acionistas e investidores de uma empresa precisam avaliar sempre o desempenho de suas companhias; antes, essa função estava relacionada aos indicadores econômico-financeiros. A partir do momento que as empresas aderiram às práticas de responsabilidade social, incorporando-as a seus objetivos e metas estratégicas, passaram, então, a integrar à avaliação do desempenho conceitos como: ética, relação com o meio ambiente e stakeholders. Todas as iniciativas buscam um conjunto de desempenho de indicadores que possam auxiliar na inclusão das práticas de responsabilidade social para que as empresas possam conhecer e melhorar o seu desempenho na gestão empresarial. No Brasil, são adotados os indicadores Ethos que são muito importantes e essenciais para as empresas que pretendem obter qualquer sistema de certificação, por mais complexos que sejam.

Nos últimos anos, na área socioambiental, foi desenvolvido um grande número de normas e certificações, buscando melhorar a relação do modo de gestão das empresas com o meio ambiente, a saúde, a segurança dos funcionários e a gestão com os stakeholders.

Normas e Certificações têm significados diferentes. Oliveira (2008) descreve o conceito de certificação segundo a definição da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que diz: “um conjunto de atividades desenvolvidas por um organismo independente da relação comercial, com o objetivo de atestar publicamente, por escrito, que determinado produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados”

O mesmo autor acrescenta que as certificações são criadas por organizações governamentais e não-governamentais. E o seu valor depende da credibilidade do organismo que a emitiu e do processo como é feito a certificação. No entanto, uma empresa não é obrigada a ter uma certificação, porém, existem várias razões relevantes para que ela adote esse procedimento. São elas: exigência do cliente; exigência da matriz; concorrência; marketing verde-social; melhoria na imagem institucional; possibilidade de redução de desperdícios e pressão dos governos ou da sociedade civil.

É importante salientar que a certificação de um produto também traz benefícios para a sociedade, para os consumidores e para o comércio dos países, como por exemplo: a homogeneização dos produtos nacionais e internacionais facilitando o comércio entre os países, bem como a garantia de que o produto tem padrões de qualidade e adaptação para determinado uso. Nas questões socioambientais de interesse da sociedade ou dos consumidores ela pode passar as informações do produto em relação a padrões socioambientais. Enfim, a certificação provê uma informação fundamental para o bom funcionamento dos mercados.

Conforme Oliveira (2008) norma é um documento emitido por uma organização para estabelecimento de diretrizes, regras e padrões dos processos ou produtos. Segundo ele, algumas normas podem gerar certificações, como é o caso da ISO14001² ou a SA8000³.

O autor enfatiza que desde a década de 1990, estão aparecendo diversas normas e certificações socioambientais. Sobre a ISO ele versa que é uma organização internacional que trata de padronização e é uma espécie de “guarda chuva” das organizações de padronização nacionais, com mais de 150 membros. A ABNT é a única representante do Brasil, na organização, que transforma as normas ISO em equivalentes nacionais NBR. Oliveira ainda acrescenta que tais normas têm

² **ISO14001** é uma norma certificável para o sistema de gestão ambiental. Ela pode ser utilizada para qualquer tipo de organização (indústria ou serviços). A idéia é que uma organização que busca excelência em gestão ambiental adote a ISO14001 como referencia. (OLIVEIRA, 2008.p. 164)

³ **SA8000** foi à primeira iniciativa para avaliar a responsabilidade social de empresas em nível global. Ela é uma norma que pode levar a certificação por auditorias independentes. A maior preocupação da SA8000 é com as condições dos trabalhadores das empresas. A idéia é garantir condições mínimas de trabalho de produtores e/ou vendedores em uma cadeia de produção. (OLIVEIRA, 2008.p. 161)

impacto importante no estabelecimento de padrões mundiais. A ISO cria normas para homogeneizar padrões entre países, englobando desde o sistema internacional de identificação de livros (ISBN), às normas de gestão de qualidade (série ISO9000), às normas de gestão ambiental (ISO14000) e, mais recentemente, ao processo para estabelecer normas de responsabilidade social (ISO26000⁴).

Na discussão sobre normas e certificações, Dias (2006) descreve a ISO14000 como uma família de normas que buscam estabelecer ferramentas e sistemas para administração ambiental de uma organização. Acrescenta que essa família tem como eixo central a ISO14001, que estabelece os requisitos necessários para a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), tendo como objetivo conduzir a organização dentro de um SGA certificável, estruturado e integrado à atividade geral de gestão, especificando os requisitos que deve apresentar, os quais deverão ser aplicáveis a qualquer tipo e tamanho de organização. Os requisitos são: política ambiental; planejamento; implementação e operação; verificação e ação corretiva; revisão pela gerência. O autor ainda destaca que as empresas podem obter benefícios ao adotarem um SGA, e que a NBR ISO14004 pode ajudar uma organização a transmitir confiança às partes interessadas.

Dias (2006) também discute a necessidade de uma cultura ambiental nas organizações; para ele, a adoção de SGA nas empresas deve vir acompanhada de uma mudança cultural, que leve as pessoas a se envolverem mais com a nova perspectiva. Nesse sentido, alguns hábitos e costumes arraigados, que são consolidados no ambiente externo das empresas, devem ser combatidos, enquanto outros, positivos, devem ser assimilados pelo conjunto da organização.

⁴ **ISO26000** deverá ser um grande guia sobre Responsabilidade Social. Sendo capaz de orientar organizações em diferentes culturas, sociedades e contextos. Abordará também temas que englobam desde direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente e governança, a até questões de implementação. A futura norma seguirá as seguintes deliberações: será uma norma de diretrizes, sem propósito de certificação; será aplicável a qualquer tipo de organização, como empresas, governos, ONGs, entre outros; será consistente e não conflitante com normas da ISO e outros documentos, tratados e convenções internacionais já existentes; não terá caráter de sistema de gestão (modelo PDCA). Outra característica importante do processo de construção da norma é seu caráter *multistakeholder*, algo inovador dentro da ISO. Neste processo, representantes de diversas categorias de *stakeholders* – Consumidores; Empresas; Governos; Trabalhadores; ONGs; e Serviço, suporte, pesquisa e outros – se encontram para debater as principais tendências e buscar um futuro consensual para a responsabilidade social no mundo. Além disso, pela primeira vez na ISO, a liderança de um processo desta natureza é compartilhada entre um país em desenvolvimento, o Brasil (ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas), e um país desenvolvido, a Suécia (SIS, Swedish Standards Institute). <http://www.ethos.org.br/ISO26000/> Pesquisado em 13/10/2010.

2.4 Dimensões dos Indicadores Sociais adotado pelo Instituto Ethos

O instituto Ethos se apresenta como uma empresa de responsabilidade social e uma organização sem fins lucrativos, que foi fundada em 1998, tendo como associadas algumas centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa. O instituto Ethos dissemina a prática da responsabilidade social por intermédio de atividades de intercâmbio de experiências, publicações, programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral.

O instituto Ethos é também parceiro de várias entidades internacionais, entre as quais o Prince Of Wales Business Leadership Forum, do Reino Unido, e o Business For Social Responsibility, organização empresarial sediada nos Estados Unidos, que conduz projetos e programas em nível global, buscando incentivar empresas a alcançarem sucesso em seus negócios, implementando práticas que respeitem pessoas, comunidades e o meio ambiente.

Para fortalecer o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o instituto Ethos concebeu os indicadores sociais Ethos como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas. A criação dos Indicadores Ethos faz parte do esforço do Instituto na disseminação da responsabilidade social empresarial no Brasil. Os Indicadores Ethos, ao mesmo tempo em que servem de instrumento de avaliação para as empresas, reforçam a tomada de consciência dos empresários e da sociedade brasileira sobre o tema.

Sendo assim, vamos apresentar cada uma dessas dimensões a partir do modelo Ethos, para uma melhor compreensão do tema aqui proposto.

- **Valores, transparência e governança** - Valores e princípios éticos formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social. A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, buscar benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promoverem benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalecem a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

- **Público interno** - A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho), ainda que esse seja um pressuposto indispensável. A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados. Também deve estar atenta para o respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses.

- **Meio ambiente - Sustentabilidade da Economia Florestal**
A empresa deve criar um sistema de gestão que assegure que ela não contribui com a exploração predatória e ilegal de nossas florestas. Alguns produtos utilizados no dia-a-dia em escritórios e fábricas, como papel, embalagens, lápis etc. têm uma relação direta com esse tema e isso nem sempre fica claro para as empresas. Outros materiais como madeira para construção civil e para móveis, óleos, ervas e frutas, utilizados na fabricação de medicamentos, cosméticos, alimentos etc. devem ter a garantia de que são produtos florestais extraídos legalmente, contribuindo, assim, para o combate à corrupção nesse campo.

- **Fornecedores** - A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e

trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.

- **Consumidores e clientes** - A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral. A publicidade de produtos e serviços deve garantir seu uso adequado. Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte para o cliente antes, durante e após o consumo. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.

- **Comunidade** - A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infra-estrutura e capital social, representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais deve fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

- **Governo e sociedade - Construção da Cidadania pelas Empresas** É importante que a empresa procure assumir o seu papel natural de formadora de cidadãos. Programas de conscientização para a cidadania e importância do voto para seu público interno e comunidade de entorno são um grande passo para que a empresa possa alcançar um papel de liderança na discussão de temas como participação popular e corrupção.

Face ao exposto, podemos ressaltar que as empresas devem procurar se relacionar com a sociedade como um membro ativo e competente para promover-lhe benefícios e melhorias.

Segundo Silva (2008) o Instituto World Bank Institut menciona alguns benefícios para as empresas que adotam a RSE, que são:

- Obtenção de licença para operar;
- Criação de novas oportunidades de negócios,
- Utilização das comunidades, como local de testes para o desenvolvimento de novos produtos;
- Devido ao seu envolvimento na construção de infra-estrutura social acaba atraindo novos e potenciais investidores e parceiros;
- Evadia-se de manifestações advindas de condutas não socialmente responsáveis;
- Apoio dos governos através de incentivos financeiros para iniciativas de redução da pobreza; e
- Criação de oportunidades para melhorar o relacionamento com o governo e com os líderes políticos, influenciando nas relações e nas propostas de melhorias tornando melhor sua imagem pública. (RODRIGUES, 2005)

É importante entender que a RSE sempre contribuirá para o bem da sociedade e da própria empresa. O fato de uma empresa estar comprometida com a responsabilidade social não significa que ela vá abnegar de seus lucros e dividendos; pelo contrário: ela vai atrair vários benefícios que vão agregar valores à sua imagem institucional e, ao mesmo tempo, trará benefícios à sociedade, quer no campo econômico, social ou ambiental.

Tomando como pressuposto todo o apanhado histórico apresentado neste capítulo, passaremos agora às questões relacionadas ao objeto de estudo cujo objetivo principal é verificar os principais aspectos da RSE na concepção dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG.

2.5 A importância de estudar Responsabilidade Social Empresarial

A difícil relação que existe entre empresas e sociedade, abrangendo comunidades, empregados, governos e até outras empresas, engloba o ensino da responsabilidade social de empresas. Isso requer uma reflexão sobre qual deve ser o comportamento da sociedade em relação às empresas e como estas devem

responder às demandas da sociedade. Na concepção de muitos, por que estudar responsabilidade social das empresas, se estas apresentam pouca relação direta com as questões sociais? Outros acreditam que as questões sociais são de responsabilidade do Estado. Porém, existem muitas razões para discutirmos a importância de estudarmos responsabilidade social empresarial. (OLIVEIRA, 2008)

Analisando essa questão, Oliveira (2008) considera que, nos últimos anos, tem-se visto uma crescente extensão do desempenho econômico das empresas ao redor do mundo. Para ele, a globalização dos mercados, o “boom” econômico global e as fusões e parcerias entre empresas têm alavancado suas receitas e outros indicadores econômico-financeiros. E ressalta que, hoje, algumas empresas já estão no topo da lista das maiores entidades econômicas do mundo, pois suas receitas já ultrapassam o Produto Interno Bruto (PIB) de muitos países. Um exemplo disso é a cadeia de lojas da *Wal-Mart* que, em 2005, já era, em termos econômicos, a 22^a entidade do mundo, acompanhada de perto pela BP, *Esso* e *Shell*, os gigantes do petróleo. Para que se tenha noção desse poder econômico, tais empresas têm suas receitas maiores que o PIB de países como Portugal, Grécia e Finlândia. Outro exemplo gritante é o da *Shell* que, com 408 mil empregados (entre empregos diretos e terceirizados), tem sua receita maior que o PIB da Indonésia, cuja população é de 234 milhões de habitantes. Ainda de acordo com Oliveira, essa participação das empresas deverá crescer com o passar dos anos.

No Brasil, não tem sido diferente, pois o poder econômico de algumas empresas já excede os PIBs de alguns Estados e municípios. Um exemplo disso é a Vale do Rio Doce (CVRD), empresa privada, que, em 2004, teve uma receita bruta (29,02 milhões de reais) maior que o PIB de 12 estados brasileiros e maior que a soma dos PIBs dos estados de Alagoas, Sergipe Acre e Roraima. A PETROBRAS, de controle estatal, que opera como empresa privada, teve sua receita bruta, em 2004, acima de 150 bilhões de reais, perdendo apenas para o PIB de dois estados ricos, São Paulo e Rio de Janeiro, e ultrapassando o de Minas Gerais.

Oliveira (2008) ainda destaca a importância do impacto social das empresas não só na produção, mas nos preços, no consumo dos produtos, na taxa de câmbio com transferências de lucros, exportação e importação e até mesmo no

desenvolvimento local que pode ou não gerar novos negócios a partir de suas atividades.

Portanto, o campo da responsabilidade social não abrange só as multinacionais com impacto global, mas também as pequenas empresas com atuação econômica local em muitos lugares do mundo. Todavia, muitas dessas empresas desenvolvem uma relação bem próxima com a sociedade através de projetos sociais. No entender de Oliveira, “é inegável o poder econômico das empresas, maior do que o de muitos países. Isso lhes dá um poder fenomenal em todos os níveis: local, nacional ou global. Suas decisões, além dos impactos econômicos, têm impactos sociais, ambientais e políticos, que não podem ser ignorados pela sociedade”. (2008; p.3)

Desse modo, apreender essas questões em toda a sua dimensão e os impactos que elas causam na sociedade e nas empresas é de grande importância para o estudo de responsabilidade social empresarial.

2.6 O Contexto Histórico do Curso de Administração

Diante do exposto no tópico anterior, faremos uma breve exposição da evolução do curso de Administração no Brasil, para mais adiante discutirmos sobre o ensino de responsabilidade social empresarial no curso de Administração.

Segundo VALENTIM, ALMEIDA e SILVA, et.al. (2008), historicamente o ensino da Administração concretizou-se gradualmente, atravessando constantes mudanças que, devido ao momento político do boom econômico da época, foram necessárias. As Instituições de Ensino Superior (IES) foram organizadas a partir de apoios recebidos dos norte-americanos para a implantação de práticas no sentido de organizar e direcionar a administração pública e privada.

Portanto, o que se viu foi o surgimento do ensino da Administração no Brasil através de rígidos e inflexíveis processos que logo foram impostos, para acompanhar o crescimento econômico do país, com a Revolução Industrial. Com isso, cursos foram criados para prover a necessidade do mercado que se desenvolvia constantemente.

Os autores (Op.Cit.) descrevem esse momento da seguinte forma;

O ensino da Administração passou por três fases distintas, marcadas, respectivamente, pelos seguintes aspectos: 1) pela caracterização e elaboração dos currículos mínimos necessários para a formação básica de um profissional, para que este viesse e a desempenhar seu papel nas organizações; 2) pelo reconhecimento da profissão de administrador, deve-se à relevância dada às práticas administrativas no processo de expansão vivido; e, por fim, 3) pela a implementação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), concedendo liberdade e autonomia às IES para a determinação de suas grades curriculares.

Dessa forma, a criação de Escolas de Administração levou à criação dos currículos mínimos para distinguir cada curso e seu respectivo profissional. Logo surgiram críticas quando estes se apresentavam inflexíveis, tornando impraticável o ensino nas diferentes áreas da Administração. Com o crescimento quase que incontrolável das IES privadas, houve uma preocupação com a qualidade do ensino para a formação de um profissional competente. Delegando então aos órgãos fiscalizadores, como o Conselho Federal de Administração (CFA) e os Conselhos Regionais de Administração (CRAs), regular a prática profissional, assim como trabalhar juntamente ao Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas (INEP) e ao Ministério da Educação. Nesse sentido, criaram-se os indicadores de desempenho, na tentativa de avaliar os Cursos de Administração no país. (VALENTIM, ALMEIDA e SILVA, et.al. 2008)

O Conselho Federal de Administração (CFA) elaborou um documento denominado *Biblioteca Básica para os Cursos de Graduação em Administração*, no qual faz uma avaliação sobre *O Ensino de Administração no Brasil*. Segundo esse documento, os cursos de Administração no Brasil têm uma história muito curta, principalmente se a comparamos com os EUA, onde os primeiros cursos na área se iniciaram no final do século XIX, com a criação da *Wharton School*, em 1881. Em 1952, ano em que se iniciava o ensino de Administração no Brasil, os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e 100 doutores em Administração, por ano. (CASTRO, 1981)

Conforme o Conselho Federal de Administração, a evolução de tais cursos apresenta-se como uma faceta do desenvolvimento do espírito modernizante. E é neste sentido, isto é, na mudança e desenvolvimento da formação social brasileira, que devemos buscar as condições e as motivações para a criação desses

cursos. Tais motivações estão relacionadas ao caráter de especialização e ao uso crescente da técnica, tornando imprescindível a presença de profissionais para as diferentes funções de controlar, analisar e planejar as atividades empresariais. (COVRE, 1982)

Martins (1989, apud CFA) observa que o ensino de Administração está relacionado ao processo de desenvolvimento do país, marcado por dois períodos históricos característicos. O primeiro, pelos governos de Getúlio Vargas, representativos do projeto "autônomo", de caráter nacionalista e o segundo, pelo governo de Juscelino Kubitschek, evidenciado pelo projeto de desenvolvimento associado e caracterizado pelo tipo de abertura econômica de caráter internacionalista. Este último apresentou-se como um ensaio do modelo de desenvolvimento adotado após 1964. Nesse período, o processo de industrialização se acentuou, sobretudo devido à importação de tecnologia norte-americana.

O autor observa, ainda, que a expansão do ensino superior, e em especial o de Administração, é resultado da relação que existe, de forma natural, entre essa expansão e o tipo de desenvolvimento econômico adotado após 1964, calcado na tendência para a grande empresa. Nesse contexto, tais empresas, equipadas com tecnologia difícil e com um crescente grau de burocratização, passaram a requerer mão-de-obra de nível superior para lidar com essa realidade.

Para Martins (op.cit.), o surgimento da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a criação da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (USP) marcaram o ensino e a pesquisa de temas econômicos e administrativos no Brasil, contribuindo para o processo de desenvolvimento econômico do país. Essas instituições ocuparam um caráter dominante no campo das instituições de ensino de Administração, assim como uma identificação futura no desenvolver desses cursos. Segundo Martins, o objetivo da Fundação era formar especialistas para atender ao setor produtivo, tomando como inspiração as experiências norte-americanas.

Em 1948, representantes daquela Instituição visitaram vinte e cinco Universidades americanas que mantinham cursos de Administração Pública, com intuito de conhecer diferentes formas de organização. Isso favoreceu a realização de encontros entre representantes da FGV e professores norte-americanos, visando à

criação de uma escola voltada ao treinamento de especialistas em Administração Pública. Como fruto dessas relações, foi criada em 1952, a Escola Brasileira de Administração Pública (EBAP), pela Fundação Getúlio Vargas, com o apoio da ONU e da UNESCO, para a manutenção inicial. O convênio com aqueles organismos internacionais previa a manutenção de professores estrangeiros na escola e bolsas de estudo para o aperfeiçoamento dos futuros docentes no exterior.

Essa situação possibilitou a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), em 1954. Para a implantação da escola, a FGV buscou apoio do governo federal, do Estado de São Paulo e da iniciativa privada. É importante destacar que a FGV escolheu aquela cidade, considerada a capital econômica do país, "coração e cérebro da iniciativa privada", com intuito de atender às expectativas do empresariado. Para Schuch Júnior (1978, apud CFA), "com a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), surgiu o primeiro currículo especializado em Administração, que influenciou, de alguma forma, o movimento posterior nas instituições de ensino superior do País".

Em 1946, foi criada a Faculdade de Economia e Administração (FEA), que tinha por objetivo formar funcionários para os grandes estabelecimentos de administração pública e privada. A criação da FEA deve-se, sobretudo, ao grande surto de industrialização, quando surgiram empresas movimentando consideráveis capitais que exigiram, para sua gestão, técnicas altamente especializadas.

É importante mencionar o Instituto de Administração, criado em 1946, que, juntamente com a FEA, foi, até 1966, muito importante na orientação de projetos e pesquisas para a administração pública e estatal. Enquanto a criação da EBAP e EAESP correspondeu a um momento histórico, em que o segundo Governo de Getúlio Vargas procurou conduzir uma política econômica baseada na criação de empresas estatais e empresas privadas nacionais, retomando o tema do nacionalismo. A criação do curso de Administração da FEA coincidiu com um momento em que a grande empresa estrangeira havia-se consolidado no mercado interno nacional.

Observou-se também que a criação e a evolução dos cursos de Administração na sociedade brasileira, no seu primeiro momento, deram-se no interior de instituições universitárias, fazendo parte de um complexo de ensino e pesquisa. Essas escolas transformaram-se em polos de referência para a organização e o funcionamento desse campo.

No final dos anos 60, a evolução dos Cursos de Administração ocorreu não mais vinculada a instituições universitárias, mas às faculdades isoladas que proliferaram no bojo do processo de expansão privatizada na sociedade brasileira.

Essa expansão também está relacionada às transformações ocorridas no plano econômico. A partir da década de 60, o estilo de desenvolvimento privilegiou as grandes unidades produtivas na economia do país. Ocorreu o crescimento acentuado das grandes empresas, principalmente estrangeiras e estatais, permitindo a utilização crescente da técnica. Isso implicou diretamente a necessidade de profissionais com treinamento específico para executar diferentes funções internas das organizações.

Diante dessa situação, as grandes empresas passaram a adotar a profissionalização de seus quadros, tendo em vista o tamanho e a complexidade das estruturas. Isso veio constituir um espaço potencial para a utilização dos Administradores que passaram pelo sistema escolar.

2.7 O surgimento da profissão do Administrador

No tocante à formação do Administrador no Brasil, Martins (1989, apud CFA) analisa que, no Brasil, esse contexto começou a ganhar contornos mais claros na década de quarenta. A partir desse período, acentua-se a necessidade de mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do ensino de administração. O autor ressalta a importância da formação de pessoal especializado para a planificação de mudanças, assim como da criação de centros de investigação para dar suporte a questões econômicas e administrativas, em uma sociedade que passava de um estágio agrário para a industrialização.

Segundo essa visão, tratava-se de formar, a partir do sistema escolar, um Administrador profissional, apto para atender ao processo de

industrialização que se desenvolvia de forma gradativa, desde a década de 30, e que, ficou acentuado no momento do regulamento da profissão, ocorrida na metade dos anos sessenta, através da Lei nº 4.769, de 09 de setembro de 1965. Após esta lei, o acesso ao mercado profissional seria privativo dos portadores de títulos expedidos pelo sistema universitário. (CFA)

Vale salientar que a idéia dessas instituições era instituir um tipo de intelectual preparado tecnicamente para revestir suas ações de conhecimentos especializados, para usar estrategicamente na continuação das mudanças econômicas começadas na metade dos anos trinta.

Conforme Castro (1981 apud CFA), a relação entre a prática profissional e a obtenção de título específico impulsionou aqueles que aspiravam a ter acesso a funções econômico-administrativas em órgãos públicos ou privados, a ingressarem em centros de ensino que oferecessem tal habilitação. Também aqueles que já desenvolviam tais atividades no mercado profissional foram estimulados a buscar o título universitário para obter promoções.

Com as mudanças econômicas, acentuou-se a tendência à profissionalização do administrador. A regulamentação dessa atividade ocorreu na metade da década de 60, através da Lei nº 4.769, de 9 de setembro de 1965 que afirma no seu artigo 3º:

O exercício da profissão de Técnico em Administração é privativo dos Bacharéis em Administração Pública ou de Empresas, diplomados no Brasil, em cursos regulares de ensino superior, oficial, oficializado ou reconhecido, cujo currículo seja fixado pelo Conselho Federal de Educação, nos termos da Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961, que fixa as Diretrizes e Bases da Educação no Brasil. (CFA)

Isso fez com que se expandisse o campo de trabalho para a profissão de Administrador. Segundo Schuch Júnior (1978 apud CFA), no ano seguinte à regulamentação da profissão, o Conselho Federal de Educação fixou o primeiro currículo mínimo do curso de Administração, por meio do Parecer nº 307/66, aprovado em 8 de julho de 1966. Dessa forma, foram institucionalizadas, no Brasil, a profissão e a formação de Técnico em Administração.

2.8 O Currículo Mínimo e as Diretrizes Curriculares

Conforme versa o documento do CFA, uma análise nas reais condições da Administração no país e nos postulados que emanavam da lei e da doutrina fixada na experiência nacional e internacional inspirou as diretrizes do parecer.

O currículo procurou reunir matérias de cultura geral, objetivando o conhecimento sistemático dos fatos e condições institucionais em que se introduzia o fenômeno administrativo; matérias instrumentais, oferecendo os modelos e técnicas de natureza conceitual ou operacional e matérias de formação profissional.

O Parecer nº 307/66, constituiu o currículo mínimo do curso de Administração, para o exercício da profissão de Técnico de Administração, com as seguintes matérias:

- Matemática
- Estatística
- Contabilidade
- Teoria Econômica
- Economia Brasileira
- Psicologia Aplicada à Administração
- Sociologia Aplicada à Administração
- Instituições de Direito Público e Privado (incluindo Noções de Ética Administrativa)
- Legislação Social
- Legislação Tributária
- Teoria Geral da Administração
- Administração Financeira e Orçamento
- Administração de Pessoal
- Administração de Material

Além desse elenco de matérias, tornava-se obrigatório o Direito Administrativo, ou Administração de Produção e Administração de Vendas, segundo a opção do aluno. Os alunos também tinham de realizar um estágio supervisionado

de seis meses para obter o diploma. Após a regulamentação da profissão, foram criados os Conselhos Regionais de Administração (CRAs) para que controlassem o exercício da profissão.

Martins (1989, apud CFA) destaca que a função de tais organismos era fiscalizar o desempenho da profissão e expedir as carteiras profissionais. Só poderiam exercer a profissão aqueles registrados no Conselho Regional de Administração- CRA, organismo que passaria a ter um forte controle sobre as condições de acesso à profissão. Logo, a profissão do Administrador, regulamentada, institucionalizou que o seu exercício seria privativo somente daqueles que tinham o título de bacharel em Administração, colaborando de maneira marcante para a ampliação do curso

Souza (1980, apud CFA) afirma que o fator decisivo nesse processo de profissionalização foram as leis da Reforma do Ensino Superior, caracterizando claramente os níveis de ensino, que seriam voltados às necessidades empresariais, e possibilitariam o surgimento das Instituições privadas que, juntamente com as Universidades, suprimo à grande demanda de ensino superior desde a década de 1950.

A Lei nº 5.540, nos seus artigos 18 e 23, afirma que:

Os cursos profissionais poderão, segundo a área abrangida, apresentar modalidades diferentes quanto ao número e a duração, a fim de corresponder às profissões reguladas em Lei: As Universidades e os estabelecimentos isolados poderão organizar outros cursos para atender às exigências de sua programação específica e fazer face à peculiaridade do mercado de trabalho regional.

Esses acontecimentos, segundo Castro (1981, apud CFA), refletiram significativamente, pois em um intervalo de 30 anos, o ensino de Administração alcançou uma dimensão expressiva na sociedade brasileira. Contando com apenas dois cursos, em 1954, o da EBAP e o da EAESP, ambos mantidos pela FGV, avançou, significativamente, com o decorrer do tempo. Na Tabela abaixo podemos constatar a avanço desses cursos antes da década de 60 até 2000.

Tabela 01 - Número de cursos segundo as décadas de 60, 70, 80, 90 e 2000.

Décadas	Número de cursos
Antes de 1960	02
1960	31
1970	247
1980	305
1990	823
2000	1.462

Fonte: MEC - Dados compilados pelo Conselho Federal de Administração.

É importante ressaltar que na expansão dos cursos de Administração, um dos aspectos que merece destaque é a enorme participação da rede particular nesse processo, a partir do final dos anos 70. No início da década de 80, o sistema particular era responsável por quase 79% dos alunos, ficando o restante para o sistema público. O mesmo ocorreu nos demais campos do conhecimento, onde a classificação é de 61% para a rede particular.

Para Martins (1989, apud CFA);

Outro fator importante que envolve o ensino privado são os estabelecimentos isolados, isto é, instituições não-universitárias, que absorvem 63% de todos os alunos de administração do país. Segundo o autor, se acrescentarmos a este número os estudantes dos estabelecimentos isolados, municipais e estaduais, pode-se verificar que no início da década de oitenta, cerca de 70% dos alunos de graduação em administração encontram-se neste tipo de instituição.

No momento em que o Estado pós-64 abriu um grande espaço para a iniciativa privada, surgiu, a partir da atuação da esfera educacional, novas escolas, visando atender à enorme demanda de entrada no ensino de 3º grau. Essas novas escolas, ao contrario das primeiras que estavam próximas dos campos do poder econômico e político, nasceram distantes das expectativas e dos grupos que ocupavam posições predominantes nesses campos.

O autor (op.cit.) ainda acrescenta que a abertura dos cursos apresentou-se vantajosa, uma vez que poderia ser estruturada sem muitos dispêndios financeiros. Tais cursos buscaram certa rentabilidade acadêmica, procurando adaptar suas práticas aos grandes centros que desfrutavam de maior legitimidade.

Observa-se uma relação assimétrica em que as primeiras escolas de Administração têm como tendência, produzir para o setor público e privado uma elite administrativa vinculada aos pólos dominantes próximas aos campos do poder político e econômico. Por outro lado, as novas instituições produziram os quadros médios para as burocracias públicas e privadas que, em função de sua complexidade, necessitavam de pessoal para suas rotinas, isto é, um pessoal treinado para questões econômico-administrativas.

Segundo observa no documento do CFA, outro fator interessante que foi fruto da expansão dos cursos de Administração na sociedade brasileira, foi a concentração do ensino em determinadas regiões. É oportuno salientar que no início da década de 80, as regiões Sudeste e Sul respondiam por 80.722 alunos e 81% de todo o ensino de Administração do país. Esses dados indicaram uma forte prevalência das regiões de maior concentração e diferenciação produtiva, onde se localizavam as maiores oportunidades em termos de mercado de trabalho.

Por outro lado, Siqueira (1987, apud CFA) afirma que;

A preocupação não deve estar apenas voltada à preparação de profissionais para as empresas privadas. Segundo ele, no momento em que o Brasil se encaminha para uma sociedade democrática, parece oportuno defender a formação de um profissional capaz de atuar em outras formas organizacionais, tais como: associações de bairros, cooperativas, pequenas empresas e outros campos novos à espera de formas organizacionais inovadoras, além do seu tradicional campo nas empresas.

Desse modo, a preocupação de aprimorar as condições dos cursos de administração, fez com que várias instituições reunissem forças na mesma direção. A Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ANGRAD) e o Conselho Federal de Administração (CFA) trabalharam conjuntamente para aprovação do novo currículo mínimo de Administração, aprovado em 1993.

Segundo documento do CFA, o currículo deveria ser entendido dentro de sua dimensão mais ampla de desempenhos esperados, de desejado relacionamento com o meio a que servem suas instituições, organizações, professores, alunos, empresas, envolvendo-se com sua ideologia e filosofia de educação.

No tocante ao curso de Administração, especificamente, os currículos deve responder não somente às necessidades de ação nas faculdades, mas também mudar seu enfoque de solucionador de problemas, reproduzidor das forças produtivas e das relações sociais, para agente de novas relações produtivas e sociais. Constituindo-o em um agente transformador capaz de ajustar-se com rapidez aos avanços das ciências e da tecnologia no estabelecimento de uma nova ordem.

Ainda acrescenta o documento do CFA que;

A síntese de sua metodologia deveria implicar numa integração dos conhecimentos parciais, num todo orgânico e lógico, podendo dar origem a um novo conhecimento ou novas formas de ação. O impacto da tecnologia no desenvolvimento, por exemplo, está a requerer uma permanente atualização daquelas ações educacionais, ante as transformações que se sucedem, principalmente no nível das técnicas, das ciências, da organização e do controle do processo de trabalho.

Por fim, o documento enfatiza que é justamente dentro desse quadro de exposições que a escola tem que estabelecer suas propostas curriculares com um comprometimento metodológico altíssimo e com um repensar constante do seu cotidiano

Quanto às diretrizes curriculares do curso de Administração PINTO; SILVA E FREITAS (2010) afirma que o Parecer CNE/CES 4/2005 do Conselho Nacional de Educação/ Câmara de Educação Superior, em seu artigo 3º contemplam o perfil desejado, os conteúdos curriculares e as habilidades que se esperam dos profissionais dessa área de conhecimento. Sendo expresso, da seguinte forma;

O curso de graduação em administração deve ensejar como perfil desejado do formando, capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisões, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes nos vários segmentos do campo de atuação do administrador.

Os autores (op.cit.) observam que a diretriz direciona para o desenvolvimento de uma racionalidade instrumental dos graduados, pois é clara a

preocupação na formação dos profissionais para atuar no mercado de trabalho. Entendem também que as competências e habilidades requeridas do administrador, expressas no Parecer 04/2005, abrangem componentes de natureza técnica, científica e econômico-social, situado na idéia de um profissional capaz de tomar decisões em situações diversas ou emergentes, nos variados segmentos da área de atuação do administrador. Até mesmo porque as competências e habilidades ficam centradas na idéia de ética no exercício profissional, e não no papel social ou na atuação do indivíduo em outras esferas da vida além do trabalho (SOUZA; CARVALHO; XAVIER, 2003 apud PINTO; SILVA; FREITAS, 2010, p.38).

Portanto, as diretrizes do curso de administração implicam conteúdos bastante variados que apreciam disciplinas dos campos das Ciências Sociais e Humanas e também elevam disciplinas que se destinam a desenvolver a racionalidade substantiva e capacitam o estudante a formar e avaliar valores pertinentes à existência humana. (PINTO; SILVA; FREITAS, 2010)

Os autores (op.cit.) ainda destacam que alguns estudos foram publicados com o intuito de discutir questões concernentes ao ensino de conteúdos voltados para a responsabilidade social no curso de Administração. Entre eles, estão os de Sousa, Carvalho e Xavier (2003). A partir da análise das Diretrizes Nacionais dos Cursos de Administração e de Ciências Contábeis, esse estudo objetivou discutir a forma como valores de mercado, éticos e de responsabilidade social estão contemplados na formação dessas duas áreas. Esses autores chegaram à conclusão de que os conteúdos propostos pelos dois cursos trabalham a racionalidade instrumental na maior ou menor convergência para atingir fins organizacionais preestabelecidos, uma vez que as diretrizes dos dois cursos estão orientadas para a capacitação técnica na tomada de decisão e na implantação de ações. (PINTO; SILVA E FREITAS, 2010 p. 38)

Em um desses estudos observados por PINTO; SILVA E FREITAS (2010), as autoras CANOPF E PASSADOR (2004) fizeram algumas investigações sobre a concepção de responsabilidade social na formação dos acadêmicos de quatro cursos de administração no sudoeste do Paraná e concluíram que as

misturas dos conceitos, com enunciados críticos e normativos, só se preocupam com a formação de profissionais voltados para o lucro de suas organizações.

Também foi citada a publicação de Pessoa et al (2005) sobre o trabalho que teve o propósito de apresentar o modelo teórico do programa integrado de capacitação empreendedora (PICE) como forma de complementação da formação do aluno de graduação em Administração, o qual pode ser utilizado como alternativa ao estágio curricular. Verificou-se então que, de modo geral, o referido programa pode ser aproveitado como opção para associar futuros administradores à questão da responsabilidade social e do empreendedorismo.

Também foi citada a pesquisa de Silva (2006, apud PINTO; SILVA; FREITAS 2010) como outra contribuição que teve o objetivo de averiguar se uma instituição de ensino superior pode agenciar de forma ininterrupta a inclusão de pessoas em programa de voluntariado. Os resultados mostraram que essa inclusão é provável, visto que houve um sensível aumento dos alunos envolvidos em projetos de responsabilidade social a partir da implantação da pesquisa.

Apesar dessas argumentações verificou se a inexistência de estudos voltados a expor as inquietações dos alunos para buscar vestígios de como eles compreende o movimento de responsabilidade social.

2.9 Apresentação e contextualização do curso de administração da UFCG

Neste tópico traremos para discussão a pesquisa apresentada pelos autores VALENTIM, ALMEIDA e SILVA, et.al. (2008) sobre a evolução do curso de administração da UFCG, na qual eles fazem um relato histórico do surgimento da UFCG, a sua origem está relacionada à antiga Escola Politécnica de Campina Grande, criada em 1952, apesar de ser formalmente uma universidade nova. Desde o início, sua história foi marcada pelo forte intercâmbio com a sociedade através da formação de recursos humanos para cooperar com a solução das dificuldades regionais. Em 1973, em função da demanda da sociedade por profissionais qualificados na área de Computação e Informática e da competência já instalada, foi criado o Curso de Formação de Técnicos de Nível Superior em Processamento de

Dados da UFPB, mesma época em que foram instalados os outros cursos também pioneiros no Brasil: PUC/RJ, UFMG e UFRGS.

Segundo informações da Coordenação de Ensino de Graduação do Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande – PB, o Curso foi criado pelo Conselho Universitário – CONSUNI, em 27 de novembro de 1962, reativado em 27 de novembro de 1979, pelo Conselho do Centro de Humanidades e reconhecido pela Portaria Ministerial nº 347 de 12 de agosto de 1983, publicada no D.O.U. em 12 de agosto de 1983. A carga horária do curso é de 3.000 horas/aula, executada em regime semestral, em turno diurno e noturno, atendendo ao regime acadêmico de sistema de créditos, com matrícula por disciplina e adoção de pré-requisitos (conforme Art. 6º da Resolução nº 4, do CNE, de 13 de julho de 2005). Atualmente, o Projeto Pedagógico vigente é regulamentado pela Resolução Nº 39/99 do CONSEPE-UFPB, de 16 de setembro de 1999. A sua regulamentação profissional é regida pela Lei 4.769 de 09 de setembro de 1965.

A federalização da Universidade Federal da Paraíba, UFPB, através da Lei 3.835 de 13 de dezembro de 1960, fez nascer em toda a Paraíba, sobretudo em Campina Grande, um movimento reivindicatório por mais opções em termos de Cursos e aumento de número de vagas. Com o intuito de atender a essas solicitações, em 27 de novembro de 1962, o Conselho Universitário da UFPB aprovou a proposta de criação do Curso de Administração. Naquela ocasião por falta de condições infra-estruturais e de recursos humanos, não foi possível iniciar suas atividades letivas. Em 27 de novembro de 1979, dezessete anos depois, surge a oportunidade de reativar o Curso de Administração, pois o Conselho do Centro de Humanidades avaliou uma proposta do próprio Centro, na qual se apresentavam as condições necessárias.

Versa a pesquisa que o currículo do Curso foi elaborado de maneira a oportunizar ao alunado uma formação profissional abrangente e comprometida com a realidade social e gerencial do Nordeste e da Paraíba. No entanto, sua estrutura curricular obedecia às normas do Conselho Federal de Educação em termos de currículo mínimo (matérias) e duração. É importante ressaltar que essa estrutura

curricular pioneira foi aprovada pelo CONSEPE – Conselho Superior de Ensino Pesquisa e Extensão, através da Resolução nº 41/80.

Conforme relatos, o curso iniciou suas atividades no período letivo de 1980-1, com 30 vagas no turno diurno para ingresso de alunos aprovados no vestibular daquele mesmo ano. Posteriormente, essas vagas foram aumentadas para 40 por semestre. Em 1983, foi feita a primeira alteração curricular (ano do reconhecimento do Curso pela Portaria Ministerial nº 347 de 12 de agosto de 1983), visando a uma maior flexibilidade na inserção de novas temáticas no campo da administração. Essa alteração curricular foi aprovada pelo CONSEPE, através da Resolução nº 61/83.

Em 30 de novembro de 1995, à luz da Resolução CFE-02/93, que estabelece um novo currículo mínimo para o Curso de Administração, foi aprovada pelo CONSEPE a estrutura curricular vigente, através da Resolução nº 54/95. Em 1998, o Curso de Administração foi avaliado pela Comissão de Especialistas em Administração da SESU/MEC, obtendo um conceito “muito bom” nas dimensões: projeto pedagógico, corpo docente e instalações físicas. No mesmo momento, o corpo discente obteve conceito B no Exame Nacional de Cursos (ENC), o Provão.

A partir do semestre letivo 1998.2, para atender a uma demanda especificamente projetada para o turno da noite, ajustando-se perfeitamente com o aproveitamento de um espaço físico ocioso, houve uma ampliação do Curso, oferecendo-se, portanto, anualmente 40 vagas para o período noturno. Segundo dados atualizados, a oferta do Curso é de 120 vagas, sendo 80 para o dia (entradas de 40 por semestre) e 40 para a noite (entrada de 40 por ano).

A Universidade Federal de Campina Grande, no Curso de Administração, comporta hoje 659 alunos matriculados, dos quais a maioria representa os alunos do Centro de Humanidades; no entanto, somente uma pequena parcela participa de projetos de pesquisa, extensão, monitoria e produção científica. Tal fato pode ser justificado pela pouca divulgação da existência de Grupos de Estudos nas diversas áreas estudadas o que, por vezes, pode considerado como fator desmotivador para o aluno que se encontra ocioso. Porém, gradativamente, esse quadro vem

mudando, principalmente no momento em que há uma pré-disposição para a reestruturação e expansão da Universidade como um todo.

2.10 Uma breve visão sobre o desempenho do curso pelo SINAES E ENADE

Quanto ao desempenho dos cursos de administração no cenário nacional, estadual e local os autores VALENTIM, ALMEIDA e SILVA, et.al. (2008) destaca que: “a avaliação dos Cursos de Administração é praticada através do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e proporciona às IES uma oportunidade de mapear seus processos e aprender a verificar o que está sendo efetuado com sucesso e o que precisa ser melhorado ou adaptado, a fim de buscar a excelência na prestação dos seus serviços.” (era uma citação)

Discorrendo um pouco sobre o SINAES, trata-se de um sistema de avaliação global e integrada das atividades acadêmicas, composto por três processos diferenciados:

- (i) avaliação das IES;
- (ii) avaliação dos cursos de graduação – ACG;
- (iii) avaliação do desempenho dos estudantes – ENADE.

No relatório do ENADE 2006, o desempenho nacional da área apresentou-se satisfatório, tendo em vista o crescimento do aluno, que levou em consideração a formação geral adquirida e o componente específico avaliado, compreendido na comparação ingressante/concluente.

A pesquisa constata que a Paraíba tem uma média relativamente superior às obtidas pela média nacional, considerando o nível de algumas IES privadas não qualificadas à prática do ensino e ainda com dificuldades de colocar no mercado um profissional generalista. A Universidade Federal da Paraíba (UFPB - João Pessoa), a Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), a Universidade Estadual da

Paraíba (UEPB) e a Universidade Federal da Paraíba (UFPB – Bananeiras), merecem destaque no cenário estadual

O desempenho da área de administração, em Campina Grande, de modo geral, foi bem visto, considerando que as principais IES apresentaram índices satisfatórios. No entanto, apontou aspectos que merecem ser trabalhados com o propósito de melhorar a qualidade do ensino. Decorrente desses aspectos os autores apontam a urgência de uma avaliação institucional que objetive a implantação de um projeto pedagógico autônomo e flexível.

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) disponibilizou o Relatório do Curso com os resultados do Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE) de 2006, da Universidade Federal de Campina Grande. Nesse relatório encontram-se o desempenho dos estudantes da prova de Administração e alguns resultados do Questionário de Impressões sobre a prova e do Questionário Socioeconômico (QSE).

O ENADE, como parte do SINAES, tem por objetivo aferir o desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares do respectivo curso de graduação; às suas habilidades para ajustamento às exigências decorrentes da evolução do conhecimento e à sua competência para compreender temas outros, fora do âmbito específico de sua profissão, que digam respeito à realidade brasileira e mundial, bem como a outras áreas do conhecimento.

No caso específico do Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande, todos os resultados foram obtidos com base nas análises que consideraram o peso amostral de cada estudante convocado e presente ao exame, podendo, portanto, ser estendidos para o total de estudantes ingressantes e concluintes da instituição.

Embora admitindo as limitações do instrumento como mecanismo de avaliação de curso, o INEP considera que os dados gerados, tanto no que tange aos resultados da prova quanto à opinião dos estudantes, podem ser bastante úteis para orientar as ações pedagógicas e administrativas da instituição e do curso. Desde

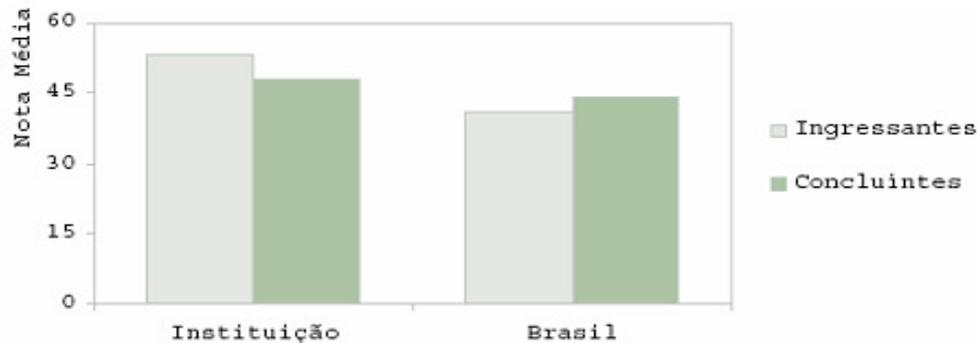
que contribua significativamente para uma reflexão interna com vistas à melhoria da qualidade do ensino de graduação.

A nota do curso tem como base um conceito bastante estabelecido da estatística chamado afastamento padronizado. A nota final do curso depende de três variáveis, a saber: desempenho dos estudantes concluintes, no Componente Específico; desempenho dos estudantes ingressantes, no Componente Específico e desempenho dos estudantes (concluintes e ingressantes) na Formação Geral.

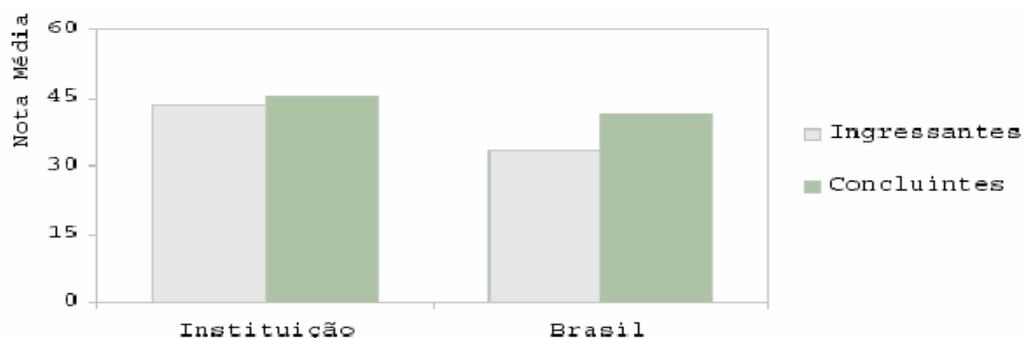
Segundo a pesquisa, o ENADE considerou que o Curso de Administração da UFCG encontra-se numa situação confortável. Baseado no desempenho avaliado nas três variáveis, a UFCG encontra-se da seguinte maneira: média da formação geral ingressante e concluinte: 53.3 e 47.9, respectivamente; média do componente específico ingressante e concluinte: 43.1 e 45.4, respectivamente e, média geral de ingressante e concluinte: 45.7 e 46.0, respectivamente.

Apesar disso, os autores destacam uma situação crítica e comprometedoras quanto ao ensino da instituição voltado para a formação geral, tendo em vista que ela consegue piorar o nível de conhecimento de seu aluno, levando ao mercado um profissional, de certa forma, deficiente. Por outro lado, apresenta um aumento no que concerne ao componente específico.

Contudo, o Curso de Administração da UFCG se inseriu num grupo de instituições reconhecidamente qualificadas na prática do ensino da Administração e na busca de aperfeiçoamento, para garantir ao aluno ensino de qualidade e uma formação básica que pudesse levá-lo ao mercado de trabalho de modo igualitário. Tal fato apresentou índices superiores aos da média nacional que é comprovado pelo conceito 4 obtido no ENADE, conforme ilustram os gráficos 1 e 2 apresentados na pesquisa dos autores.

Gráfico 1: Média referente à formação geral.

Notas médias dos estudantes (ingressantes, concluintes) em Formação Geral na prova de Administração

Gráfico 2: Média referente ao componente específico.

Notas médias dos estudantes (ingressantes, concluintes) em Componente Específico na prova de Administração

Portanto dentro do parâmetro de avaliação do ENADE, as melhores universidades do país ainda continuam sendo as concentradas na Região Sudeste e Sul, ou seja, no Rio de Janeiro (Fundação Getúlio Vargas), em São Paulo (Universidade de São Paulo), no Rio Grande do Sul (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) e em Santa Catarina (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC).

Diante dos dados apresentados na pesquisa mencionada os autores destacam que conforme a avaliação de desempenho do Curso de Administração da UFCG, faz-se necessária uma imediata reestruturação do seu Projeto Pedagógico

de Curso (PPC), de modo a criar oportunidades e viabilizar meios de aperfeiçoamento da prática do ensino, através da flexibilização e da interdisciplinaridade, elevando a auto-estima do seu corpo docente e discente.

2.11 Discutindo sobre o ensino de Responsabilidade Social Empresarial no curso de administração da UFCG

Em relação ao ensino de responsabilidade social para a formação profissional nas universidades Bolan e Motta (2007) discutem que:

A promoção do ensino socialmente responsável abarcaria a formação de indivíduos qualificados para a inclusão no mercado profissional e igualmente a formação de indivíduos críticos, moralmente competentes, capazes de tomadas de decisões frente a questões éticas, não apenas considerando uma visão deontológica, mas também seus contextos pragmáticos, morais e sociológicos. A auto-sustentabilidade, mais que um conteúdo curricular, compreenderia o foco sobre o qual as instituições desenvolveriam ações que fomentem o compromisso dos alunos com a vida e sua preservação. Envolve sua capacitação para ir além do reconhecimento de problemas ambientais no sentido amplo da palavra. Envolve a formação de indivíduos capazes de, se não solucionas esses problemas, influenciá-los na resolução.

Os autores supracitados defendem que a formação humanística, tão importante para a conquista da equidade e da inclusão social, não seria apenas um conteúdo presente em algumas disciplinas, que habitualmente é ensinada nos primeiros anos de diversos cursos, passando a ser um conteúdo que perpassa toda matriz curricular. Para eles (op.cit) “em uma instituição socialmente responsável, essa educação não se manifestaria apenas no “currículo oculto”, mas par e passo a formação profissional.” Com isso a avaliação e o acompanhamento do desenvolvimento dessa competência seriam permissíveis (BOLAN E MOTTA, 2007).

Dentro desse quadro, os autores ainda discutem a questão de que muitas instituições do ensino brasileiro estão comprometidas com a prática do monopólio intelectual ficando muito aquém dos modelos de excelência educacional entre as instituições. Entretanto em outros países, o setor já se organiza para essa nova realidade educacional e percebem que não existem padrões a serem seguidas, apenas experiências bem sucedidas e a necessidade urgente da pratica do ensino socialmente responsável.

Observa-se, portanto que as argumentações da Coordenação Executiva do Curso de administração da UFCG só reforçam a discussão feita por Bolan e

Motta sobre a questão do ensino de responsabilidade social nas universidades. Logo vale reafirma que a escassez de conteúdos e a apatia com o ensino da RSE deixam aquém a dinâmica que dar aos alunos a oportunidade para buscar resquícios de como eles apreendem o movimento de responsabilidade social.

Capítulo 3:
Aspectos Metodológicos

CAPITULO 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO

A Metodologia da pesquisa e da produção científica se torna o principal instrumento de trabalho quando se tem a necessidade de capacitar um pesquisador de conhecimentos sobre determinado problema ou fenômeno para melhor explicá-lo e os tipos de pesquisa se adéquam a realidade de cada um (ARAUJO, 2010). Por isso a metodologia é parte fundamental da pesquisa, e a ocorrência de apresentá-la em um capítulo é para visualizar a organização e a estrutura de maneira objetiva, como todos os métodos foram utilizados no desenvolvimento do estudo.

3.1 Caracterização da pesquisa

Araújo (2010) destaca a importância da metodologia da pesquisa e da produção científica da seguinte forma:

Podemos verificar a importância da Metodologia da Pesquisa e da Produção Científica, nos seus mais variados meios e formas de utilização, para através de exames técnicos, científicos, analíticos e sintéticos nos servir de instrumento de aquisição e construção de conhecimentos e saberes, formando pensadores que chegam à natureza de determinado problema ou fenômeno com melhores condições de estudá-lo, explicando-o quando solicitado e modificando-o quando necessário.

Conforme Vergara (2007), a pesquisa pode ser classificada no tocante aos fins e aos meios. Em relação aos fins, a autora destaca que uma pesquisa pode ser exploratória, quando é realizado em áreas de pouco conhecimento sistematizado, deste modo não comporta hipóteses na sua fase inicial, porém no decorrer da pesquisa estas poderão surgir naturalmente; é descritiva quando expõe características claras e bem delineadas de determinada população ou fenômeno, para isso envolve técnicas padronizadas e bem estruturadas de coletas de seus dados; as explicativas têm como principal objetivo tornar as ações estudadas em dados de fácil compreensão, justificando e explicando os seus principais motivos e o "por que" das coisas; a metodológica está associada aos caminhos, formas, maneiras e procedimentos utilizados para atingir determinado fim; a aplicada tem a necessidade de resolver problemas que já existem na prática (de forma imediata ou não). E por fim a intervencionista, não se satisfaz apenas na explicação do que se está sendo estudado, mas pretende interferir de alguma forma na realidade, no dia-a-dia do seu objeto de pesquisa. A particularidade desta pesquisa foi procurar

perceber, dentro do universo acadêmico, quais as percepções dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG em relação ao conteúdo de responsabilidade social empresarial ministrado durante todo Curso. Sendo classificada quanto aos fins de caráter exploratório e descritivo, podendo ainda ser analisada como uma abordagem qualitativa, devido a metodologia interpretativa apresentada onde foi utilizado uma abordagem narrativa para as interpretações do pesquisador e posterior descrição dos resultados.

No tocante aos meios a autora (op.cit.) afirma que, a investigação de uma pesquisa pode ser de campo onde é baseada pela experiência que está sendo aplicada na investigação, realizada exatamente no local onde são observados os fenômenos estudados; a de laboratório é a realizada em local determinado e limitado; a documental é através de análises em documentos encontrados em órgãos públicos ou privados, ou com pessoas que detenham a guarda destes documentos; a bibliográfica é aquela realizada com base em material publicado em livros, jornais, revistas, sites na internet, e que sejam disponibilizados ao público em geral; e, a experimental é a investigação empírica na qual o pesquisador manipula e controla variáveis independentes e observa os resultados destas manipulações. Com isso entendemos termos uma pesquisa bibliográfica por corresponder aos requisitos acima citados por Vergara.

3.2 Levantamentos de dados

Lakatos (1991) também classifica em três os procedimentos para a obtenção de levantamentos de dados: a pesquisa documental, a bibliográfica e o contato direto que podem ser em campo ou laboratório. Neste estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica através de materiais disponibilizados em livros e artigos científicos produzidos por autores e já publicados em sites oficiais e em revistas. Bem como, uma pesquisa de campo, com visita as turmas concluintes do curso de administração da UFCG para aplicação de uma entrevista.

Com relação às técnicas de coleta de dados utilizadas, foi adotado o procedimento de documentação indireta, constituído por pesquisa documental (fontes primárias), acompanhado por uma pesquisa bibliográfica (fontes secundárias). A pesquisa documental foi realizada através da bibliografia de vários

autores, bem como em Monografias do Curso em foco e em arquivos públicos, disponibilizados principalmente através de Sites oficiais na Internet. Também foram coletadas algumas informações sobre o Curso em tela junto à Coordenação de Ensino, às quais forneceram dados relevantes sobre o perfil do Curso de Administração da UFCG, situado no município de Campina Grande, na Paraíba. Além de outros dados referentes a alguns indicadores de desempenho de Cursos de Graduação.

3.3 Contexto da pesquisa

A pesquisa foi realizada na própria faculdade de Administração da UFCG, localizada na cidade de Campina Grande na Paraíba. E ocorreu entre os meses de setembro e outubro de 2010, contando com a colaboração de 17 alunos concluintes do curso de administração num universo de 35 alunos concluintes. É Interessante observar que o conteúdo de responsabilidade social empresarial apareceu no discurso dos alunos concluintes de forma a considerar qual a percepção dos mesmos em relação ao tema aqui abordado.

3.4 Determinação da amostra

A partir dos objetivos da pesquisa, no que se refere à obtenção de dados que permitisse avaliar a percepção dos alunos concluintes quanto o conteúdo ministrado durante o curso, foi escolhido o universo de 35 alunos concluintes, sendo que, desses apenas 17 alunos se dispuseram a participar da entrevista, correspondendo a 48,8% do universo pesquisado. Os demais alegaram a falta de tempo, não responderam aos meios de comunicação utilizados (email e telefone) e outros não foram localizados apesar das nossas tentativas.

3.5 Instrumento da coleta de dados

O instrumento utilizado como subsídio, com base nos indicadores do Instituto Ethos, para a aplicação da pesquisa foi uma entrevista estruturada e auto-aplicável, com perguntas abertas e fechadas. O processo se deu através do encontro dos alunos concluintes dentro e fora da sala de aula pedindo pra que os alunos concluintes respondessem a este instrumento contendo 09 questões sendo 04 questões fechados que correspondiam ao perfil socioeconômico dos alunos: faixa

etária, sexo, experiência profissional e renda e 05 correspondiam ao perfil acadêmico com 02 questões fechadas e 3 abertas. Nenhuma informação foi repassada aos respondentes, a não ser a explicação de que se tratava de uma pesquisa conduzida por uma aluna concluinte do curso de administração para obtenção do diploma de graduação na apresentação de seu trabalho acadêmico.

É importante destacar que das 84 categorias encontradas nos discursos dos alunos concluintes 12 foram classificadas em um quadro abaixo dividido em colunas que identificou as Categorias, os Grupos e as Idéias desenvolvidas na análise dos dados.

Categoria	Grupos	Idéias
01	Comunidade e sociedade	Compreensão do desenvolvimento social, qualidade de vida para a comunidade, melhoria para sociedade, e projetos de apoio a educação, esporte, lazer, cultura, etc. parceria entre empresas e comunidade através de investimentos que reduza impactos ambientais e desigualdades sociais. Participação da empresa na inclusão do individuo no ambiente formal do mercado Retorno das empresas a sociedade através de ações sociais
02	Consumidor e cliente	Consumidor exigente na escolha dos produtos e/ou serviços.
03	Critica	Uma política de interesse e jogo de marketing. Marketing positivo como real intenção.
04	Diversos	Outras citações
05	Ética	Comportamento ético dos profissionais, das organizações nos negócios e com seus stakeholders.
06	Compreensão Equivocadas	Sustentabilidade dos negócios, crescimento econômico, maximização do lucro
07	Filantropia	Ações que beneficiam a sociedade e o meio ambiente sem obter lucro (marketing positivo). Atividade social das empresas. Ações e divulgação social.

08	Formação acadêmica	A importância da discussão do tema na formação acadêmica para entrada do profissional no mercado de trabalho
09	Funcionários	Benefícios e qualidade de vida aos seus funcionários através de projetos de inclusão social.
10	Marketing	Diferencial competitivo de produto, serviço ou empresa, em relação aos seus concorrentes e uma exigência do mercado para empresas e profissionais.
11	Meio ambiente	Consumo responsável dos recursos naturais, qualidade de vida para a sociedade, redução de impactos ambientais. Postura sócio-ambiental das empresas. Escassez de recursos naturais
12	Stakeholders	Compromisso e responsabilidade com seus parceiros (internos e externos).

Quadro 01: Categorias, grupos e idéias sobre o tema de RSE na percepção dos alunos concluintes do Curso de Administração da UFCG (2010)

Fonte: Elaboração própria, baseada nos indicadores do Instituto Ethos e nas análises das respostas da pesquisa.

Capítulo 4:

Análises dos resultados

CAPITULO 4. APRESENTAÇÃO DA ANALISES DOS RESULTADOS

Segundo informações da Coordenação Executiva do Curso de Administração da UFCG, “o novo projeto, foi aprovado pelo colegiado do curso, composto por vinte e três professores, e após ajustes e aprovação da Pró-reitoria de Ensino, deverá ser repassado as outras coordenações que disponibilizam disciplinas ao curso e deverá vigorar entre os períodos 2011.2 e 2012.1. O projeto anterior era do ano de 1995 e deveria ter sido avaliado de três em três anos no mínimo.”

A Coordenação reconhece também a importância do ensino da RSE, porém, relatou que o projeto político pedagógico do curso depende de critérios estabelecidos pelo Ministério da Educação, que regem a carga horária limitada de 3.000 horas, fazendo com que a disciplina permaneça optativa e sendo trabalhada na formação complementar, ou em caráter interdisciplinar e transversal relacionando o tema a outros conteúdos. Foi ressaltado também que cabe ao aluno incentivado pelos professores, procurar outras fontes para estudo da matéria e reconhece que existe fragilidade no ensino de assuntos emergentes, contudo, que essa deficiência não atinge apenas o curso de administração sendo uma realidade de outras graduações.

4.1 Perfil Socioeconômico dos Entrevistados

A caracterização da amostra é importante para poder traçar um perfil socioeconômico dos respondentes. Nesta caracterização houve a preocupação de pesquisar só os alunos concluintes, pois a proposta da pesquisa é descobrir qual a percepção dos mesmos em relação ao conteúdo de RSE ministrado na graduação. Observemos os gráficos abaixo onde se traça um perfil socioeconômico dos alunos concluintes do curso de administração da UFCG.

Gráfico 03 - Categoria Sexo

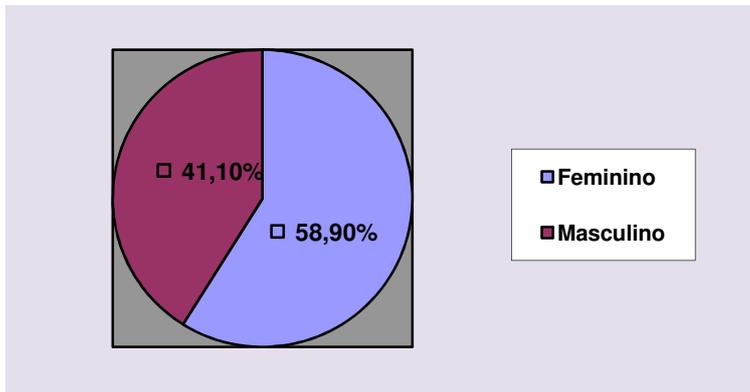


Gráfico 03: Categoria Sexo

Fonte: Pesquisa direta, 2010

No Gráfico 03 observou-se que na categoria Sexo, quase 58,9% dos respondentes são do sexo feminino. Representando uma evolução na conquista da mulher neste mercado de trabalho, antes predominantemente masculino.

Gráfico 04 – Categoria Faixa Etária

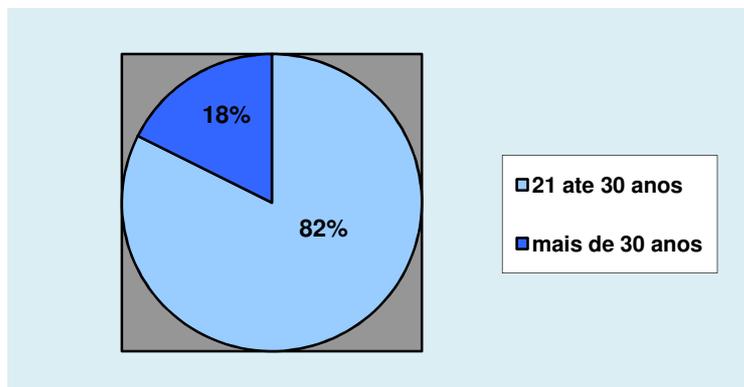


Gráfico 04: Categoria Faixa Etária

Fonte: Pesquisa direta, 2010

No Gráfico 04, referente à categoria Faixa Etária 82,4% têm de 21 até 30 anos de idade, mostrando que esse público tem entrada cada vez mais cedo no mercado, sinalizando uma proposta mais contemporânea para as gestões futuras, sem querer aqui suscitar nenhum tipo de preconceito ou discriminação com o público mais adulto ou idoso.

Gráfico 05 – Experiencial profissional

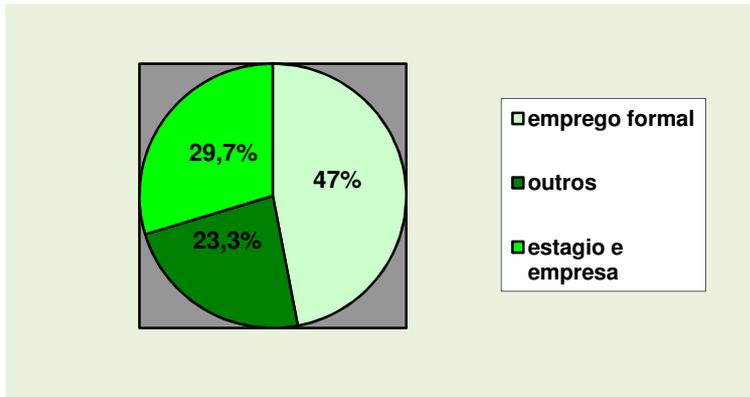


Gráfico 05: Categoria Experiência Profissional
Fonte: Pesquisa direta, 2010

Quanto à categoria Experiência Profissional o Gráfico 05 demonstrou que 47% desenvolvem uma experiência profissional em emprego formal, no entanto não foi especificado se a experiência profissional formal estava relacionada à profissão de administrador, 29,7% estão relacionados às opções de Estágio Remunerado e/ou Voluntário e Empresa Própria e/ou Familiar, e os 23,3% restantes marcaram a opção Outros. Portanto observou-se que nesta categoria só 29,7% alunos concluintes estão envolvidos em experiências profissionais relacionada ao curso.

Gráfico 06 – Renda

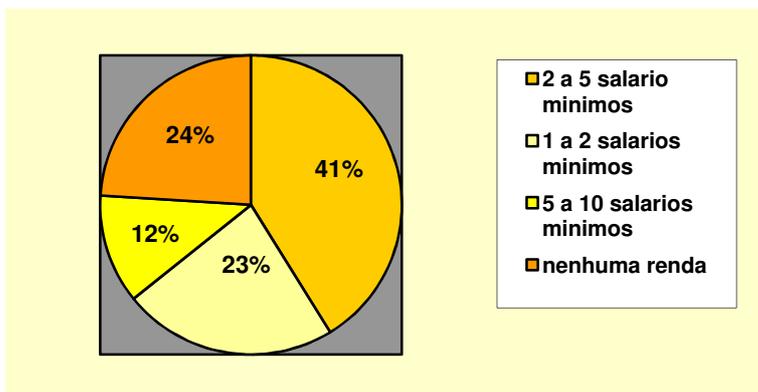


Gráfico 06: Categoria Renda
Fonte: Pesquisa direta, 2010

Quanto à categoria Renda o Gráfico 06 apresentou os seguintes percentuais: 23% dos alunos concluintes têm uma renda entre 01(um) a 02 (dois) salários mínimos, 41% recebem entre 02 (dois) a 05 (cinco) salários mínimos, só 12% responderam ter entre 5 (cinco) a 10 (dez) salários mínimos e 24% disseram não ter nenhuma renda.

Sendo assim, o perfil socioeconômico dos profissionais de administração em “formação” delineado na pesquisa é da maioria do sexo Feminino, na faixa etária de 21 a 30 anos, a maioria já experiências no mercado formal e com renda mais predominante entre 2 e 5 salários mínimos. É interessante verificar que o perfil desse profissional retrata bem o atual contexto sócio econômico do município onde está localizada a faculdade de Administração da UFCG.

4.2 Perfil Acadêmico dos Entrevistados

Quanto às perguntas subjetivas que delinearão o perfil acadêmico dos alunos, as respostas foram analisadas com base nos indicadores sociais adotados pelo Instituto Ethos sobre o tema RSE.

Para os critérios de análise da categoria Comunidade e Sociedade usamos como base os indicadores que compõem a dimensão *Comunidade* são: gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno; relações com organizações locais; financiamento da ação social; e envolvimento com a ação social. Nos discursos dos alunos foram feitas referências a projetos sociais e aos benefícios de um modo geral que as empresas podem trazer para as comunidades onde estão inseridas, constituindo uma relação de troca. Quanto à categoria filantropia ela está de certa forma subentendida nesta dimensão pelo fato de que muitas das idéias estão relacionadas às ações sociais e as atividades sociais das empresas que beneficiam a sociedade sem fins lucrativos. No entanto nas citações houve algumas confusões na hora de usar o termo comunidade e sociedade (usando sociedade para expressar a idéia) e vice-versa:

Aluno nº 07	“entendo que além das responsabilidades comuns a toda as empresas, é necessário contribuir com o desenvolvimento social, ou seja, com a sociedade promovendo projetos de apoio a educação, esporte, lazer, entre outros”
Aluno nº 08 (filantropia)	“o que a empresas faz <i>pelo meio ambiente</i> e/ou sociedade beneficiando exclusivamente os mesmo, sem obter lucros com isso [...]”
Aluno nº 12	“entendo que a empresa tem a sua finalidade de maximizar o lucro, mas retribuindo para a sociedade, esse lucro, através das ações que ajude a comunidade local que a própria empresa esta inserida.”

Aluno nº 14	“é a atividade social desenvolvida pelas empresas, com a finalidade de proporcionar ações de cultura, lazer e esportes, [...]”
Aluno nº 16	“é a participação da empresa junto à comunidade na qual está inserida, através de investimento para minimizar os impactos causados pela empresa e para reduzir as desigualdades sociais locais.”

Quadro 02: Fala dos alunos na análise das Categorias Comunidade/Sociedade e Filantropia.

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

Apesar de termos agrupado as dimensões Comunidade e Governo/Sociedade para analisar as categorias Comunidade/sociedade e Filantropia. É importante destacar que os indicadores foram separados para se poderem fazer algumas considerações específicas.

Aluno nº 01	“é o compromisso que a empresa assume com a sociedade na qual esta inserida [...] e a influencia que exerce na sociedade.”
Aluno nº 04	“é uma ação de respeito e compromisso com a sociedade [...]”
Aluno nº 05	“é ter consciência de que os atos empresariais podem ajudar a sociedade, tomando atitude para tal”
Aluno nº 07	“Entendo que além das responsabilidades comuns a toda as empresas, é necessário contribuir [...] com a sociedade promovendo projetos de apoio a educação, esporte, lazer, entre outros”
Aluno nº 12	“entendo que a empresa tem a sua finalidade de maximizar o lucro, mas retribuindo para a sociedade, [...] que a própria empresa esta inserida.”
Aluno nº 13	“se trata do retorno que a empresa dá a sociedade através de ações ou divulgação social”

Quadro 03: Fala dos alunos na análise das Categorias Comunidade/Sociedade

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

Na dimensão *Governo e Sociedade* encontram-se os indicadores: contribuições para as campanhas políticas; construção da cidadania pelas empresas; praticas de anticorrupção e antipropinas; liderança e influencia social; e participação em projetos sociais governamentais. Esses indicadores estiveram vagamente presentes nos discursos dos alunos, o termo governo não foi nenhuma vez citado, percebendo certa lacuna no que diz respeito ao conteúdo de RSE.

Como já foram acima mencionados, os parâmetros utilizados para análise das respostas dos alunos concluintes são os indicadores sociais adotados pelo Instituto Ethos. Na categoria Ética a dimensão *Valores, Transparência e Governança* que é composta pelos indicadores: Compromissos Éticos; Enraizamento na Cultura Organizacional; Governança Corporativa; Relações com a Concorrência; Diálogo e Engajamento das Partes Interessadas (Stakeholders); e o Balanço Social. Foi identificada pelos alunos através da percepção dos *princípios e valores* que norteiam toda a conduta, ética e compromisso em relação ao perfil do administrador de empresas, bem como o comprometimento das empresas em relação aos stakeholders. Pode-se perceber que as variáveis envolvendo auto-regulação de conduta e relações transparente com a sociedade, foram expressas nos discursos dos alunos quando eles descreviam o que entendiam por RSE e qual a sua importância para a profissão do administrador.

Aluno nº 03	“a responsabilidade social empresarial é uma postura, ou seja, um comportamento adotado pelas organizações, que envolve ética em todas as etapas dos negócios [...]”
Aluno nº 04	“é a responsabilidade que a empresa tem para com a sociedade que ela está inserida, a partir do comportamento ético com seus stakeholders.”
Aluno nº 11	“é importante para que se garanta a sustentabilidade e a responsabilidade dos negócios”

Quadro 04: Fala dos alunos na análise da Categoria Ética

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

A categoria Funcionários foi relacionada com a dimensão *Público Interno* que é analisada a partir dos indicadores: relação com os sindicatos; gestão participativa; compromisso com o futuro das crianças; com o desenvolvimento infantil; com a valorização da diversidade; com a não-discriminação e promoção da equidade racial; de gênero; relação com os trabalhadores terceirizados; política de remuneração, benefícios e carreira; cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho; compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; comportamento nas demissões. Verifica-se que nos discursos há uma percepção da política de igualdade social e de valorização das diversidades, bem como benefícios para qualidade de vida dos funcionários através de projetos sociais que também

beneficiam a comunidade local. Essa dimensão foi identificada nos discursos dos alunos da seguinte forma;

Aluno nº 01	“é o compromisso que a empresa assume com a sociedade na qual está inserida, bem como o compromisso com seus funcionários e clientes.”
Aluno nº 03	“[...], observando questões como o consumo responsável e qualidade de vida dos membros da empresas.
Aluno nº 09	“responsabilidade social é a forma em que as empresas participam do crescimento e equilíbrio econômico, equilíbrio esse que devera ser a inclusão de indivíduos desfavorecidos no ambiente formal da empresa.”
Aluno nº 16	“é a participação da empresa junto à comunidade local, através de investimentos para minimizar os impactos causados pela empresa e para reduzir as desigualdades sociais locais.”

Quadro 05: Fala dos alunos na análise da Categoria Funcionários

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

A dimensão *Meio Ambiente* foi também classificada como categoria e na análise os indicadores que ela congrega oferecem uma melhor visualização dos resultados visto que o conteúdo de responsabilidade social empresarial tem um foco maior. São estes os indicadores: compromisso com a melhoria da qualidade ambiental; gerenciamento do impacto no meio ambiente e qualidade de vida dos produtos e serviços; sustentabilidade da economia florestal; e minimização de entradas e saídas de materiais. É interessante observar que nas 12 categorias classificadas só em 12% a questão ambiental foi citada. No entanto em relação aos discursos dos alunos essa expressão esteve presente em 53%.

Aluno nº 02	“[...], pois conhecemos sobre sustentabilidade, ética, meio ambiente e nos ajuda a sermos mais competentes e éticos.”
Aluno nº 03	“avalio como muito importante, pois além dos benefícios que gera para o ambiente organizacional, o <i>meio ambiente</i> e a sociedade, [...]”
Aluno nº 10	“Tudo o que a empresa faz para o bem estar de seus parceiros (internos e externos) para uma melhor qualidade de vida dos mesmos e melhoria da sociedade”

Aluno nº 15	“Cada empresa contribui com sua parte para que todos possam sair lucrando: meio ambiente, sociedade, sócios, empregados e clientes, minimizando impactos ambientais e investindo na qualidade de vida das pessoas.”
Aluno nº 17	“E a maneira como as empresas podem contribuir com o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas sem ter que abrir mão de seu processo lucrativo”

Quadro 06: Fala dos alunos na análise da Categoria Meio Ambiente

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

A dimensão *Fornecedores* não houve uma identificação específica nas categorias, pois alguns discursos trazem essa ideia de maneira geral. No entanto se observou nas falas dos alunos certas colocações que se assemelham aos seus indicadores, que são: critérios de seleção e avaliação de fornecedores; trabalho infantil na cadeia produtiva; trabalho forçado na cadeia produtiva; e apoio ao desenvolvimento de fornecedores. Bem como estão relacionadas em outras categorias (comunidade e sociedade, ética, meio ambiente).

Aluno nº 04	“é a responsabilidade que a empresa tem para com a sociedade que ela está inserida, a partir do comportamento ético com seus stakeholders.”
Aluno nº 08	“[...] para que a empresa trabalhe com esta visão é preciso que os profissionais que a comandam tenham conhecimento da importância da RSE.”
Aluno nº 10	“Tudo o que a empresa faz para o bem estar de seus parceiros (internos e externos) para uma melhor qualidade de vida dos mesmos e melhoria da sociedade”
Aluno nº 14	“é a atividade social desenvolvida pelas empresas, com a finalidade de proporcionar ações de cultura, lazer e esportes, as quais se mostram com um diferencial competitivo no mercado de trabalho.”

Quadro 07: Fala dos alunos na análise inserida nas categorias Comunidade/Sociedade, Ética e Meio Ambiente

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

Os indicadores que integram a dimensão *Consumidores e Clientes* são: política de comunicação comercial; excelência do atendimento; conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de produtos e serviços. Na análise feita através

dessa dimensão pudemos agrupar as categorias Consumido clientes, Crítica, Marketing e Stakeholders. Porém ressaltando que nessa dimensão percebem-se lacunas em relação ao contexto propriamente dito de RSE e muita preocupação com as questões mais empresariais. Quanto a críticas feitas pelos os alunos nos discursos, observa-se que essa percepção deixa um pouco aquém a compreensão do conceito de responsabilidade social empresarial, no entanto a crítica é válida.

Aluno nº 06 (crítica)	“em minha opinião a RSE nada mais é de uma política de interesse, onde as empresas utilizam este tema p/ influenciar os consumidores.”
Aluno nº 08 (crítica)	“[...] É claro que sabemos que a real intenção é o marketing positivo para a empresa.”
Aluno nº 08	“[...] o consumidor está cada vez mais exigente sendo para o mercado atual um diferencial na escolha de um produto ou serviço.”
Aluno nº 14 (marketing)	“acho de suma importância visto que a competitividade é muito grande e aquelas empresas apresentam uma atividade de RS demonstram um diferencial competitivo na hora da escolha do consumidor.”
Aluno nº 16 (marketing)	“Hoje, as empresas que não adotarem <i>uma postura socioambiental responsável</i>, perderão espaço para as demais que usam isso como diferencial [...]”

Quadro 08: Fala dos alunos na análise das Categorias Consumido/clientes, Crítica Marketing e Stakeholders

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

Visto que as categorias Compreensão Equivocada e Formação Acadêmica não se encaixaram em nenhuma dimensão suas análises foram juntas, pois as mesmas se relacionam visto que os equívocos, sustentabilidade dos negócios, crescimento econômico, maximização do lucro, interpretados nas respostas dos alunos é resultado muitas vezes da deficiência de conteúdos nesta área específica. Bem como a ausência de discussão sobre o tema RSE na formação acadêmica para entrada do profissional no mercado de trabalho. A perceber pelos discursos dos alunos concluintes.

Aluno nº 09	“responsabilidade social é a forma em que as empresas participam do crescimento e equilíbrio econômico, [...]”
--------------------	---

(equivocos)	
Aluno nº 09 (equivocos)	“O administrador devera usar e aplicar RSE para o desenvolvimento do ambiente empresarial. [...]”
Aluno nº 11 (equivocos)	“RSE visa alcançar a sustentabilidade dos negócios para poder utilizar de maneira responsável os recursos para que não fiquem escassos. [...]”
Aluno nº 01 (formação profissional)	“a RSE se torna importante na formação do profissional de administração por que este saberá avaliar os possíveis ‘danos’ causados ao ambiente, a ética exercida a influência que exerce na sociedade”
Aluno nº 05 (formação profissional)	“hoje em dia é importantíssimo que os gestores tenham consciência da importância de RSE na sociedade sendo, portanto indispensável para a formação dos administradores”
Aluno nº 07 (formação profissional)	“Avalio como uma importância fundamental, pois todos os entendimentos que agreguem valor ao conhecimento são necessários ao a formação de um bom profissional”
Aluno nº 12 (formação profissional)	“O profissional administrador tem que entender um pouco sobre essa área para que o mesmo tenha condições de interpretar as condições das tendências do mundo empresarial”

Quadro 09: Fala dos alunos na análise das Categorias Compreensão equivocadas e formação acadêmica
Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

Cabe ainda destacar que quanto às perguntas da entrevista referentes ao conceito da temática de RSE ministrado no curso, a opção em cursá-la ou não e as sugestões para melhoria do ensino da mesma. Foi distribuída da seguinte forma:

Em relação ao conceito das categorias Bom e Regular tiveram um percentual de 41,2 % e 30% respectivamente do universo pesquisado, não deixando de observar que os mesmo se dividiram em 57% e 40% respectivamente em relação à opção de não cursá-la, deixando um pouco confusa a classificação. Pelo fato de como pode uma pessoa avaliar um conceito se não optou para cursar a disciplina em que a temática estava presente? O que nos leva a uma discussão em que a questão do conhecimento em relação ao tema é abstraída do puro senso comum ou da mídia em circulação. Quanto às categorias Ótimo o percentual foi de 11,8% e todos cursaram a disciplina oferecida. Em relação à categoria Ruim e Péssima o

percentual foi de 11%, e 6% respectivamente porem nenhum dos participantes cursou a disciplina que discute essa temática.

Quanto às sugestões para melhoria do ensino de RSE é interessante que todos os discursos sejam descritos para uma melhor apreciação do conteúdo em pauta:

Aluno nº 01	“não”
Aluno nº 02	“gostei do ensino de RSE não surgiria nada para melhoria”
Aluno nº 03	“acrescentar ao plano de ensino de algumas disciplinas pertinentes, conteúdos envolvendo a aplicação da RSE naquele contexto”
Aluno nº 04	“professores especializados na área”
Aluno nº 05	“não”
Aluno nº 09	“torná-la disciplina obrigatória por ser um componente importante e cada vez mais usual nas empresas”
Aluno nº 06	“sim, mais cadeiras envolvendo o tema, e interesse do departamento em oferecer trabalhos voltados p/ este tema”
Aluno nº 07	“sim, englobando o conteúdo com mais frequência nas disciplinas do curso”
Aluno nº 08	“neste momento não consegui pensar algo a respeito, então não”
Aluno nº 10	“a professora ministrou as aulas de forma especial e comprometida”
Aluno nº 11	“aplicação pratica de conceitos teóricos”
Aluno nº 12	“sim, oferecê-las mais vezes com salas adequadas”
Aluno nº 13	“para uma melhor assimilação dos alunos era necessário transformá-la em uma disciplina obrigatória”
Aluno nº 14	“sim, fazer uma aplicação dos conhecimentos adquiridos na disciplina de maneira a criar um grupo que possa desenvolver atividades sociais junto a comunidade carente. E este trabalho ficaria como um legado para os próximos alunos da disciplina”
Aluno nº 15	“Poderia ser uma disciplina obrigatória e interagir com as

	empresas.”
Aluno nº 16	“Sim, ao invés de optativa, a disciplina RSE deveria ser obrigatória, por se tratar de um tem que está em alta ultimamente, sendo foco de discussão e motivo de decisão da permanência da empresa no mercado”
Aluno nº 17	“Sim, torná-la uma disciplina obrigatória”

Quadro 10: fala dos alunos sobre os conceitos da temática de RSE ministrado no curso, a opção em cursá-la ou não e as sugestões para melhoria do ensino da mesma

Fonte: Elaboração própria, baseada nas análises dos dados da pesquisa.

É interessante observar que esses discursos correspondem justamente com o perfil caracterizado nas entrevistas pelos alunos. Acrescenta-se também que essas sugestões vêm suscitar a emergência de um olhar mais cuidadoso por parte da Academia nas lacunas observadas nas respostas dos alunos, frisando bem, **concluintes** que levam o nome da Instituição de ensino como referencial da formação acadêmica e prestes a entrar num mercado competitivo.

Diante do que foi exposto, pode-se observar que a pesquisa tomou a análise dos resultados para explicar e fornecer suporte ao problema da pesquisa formulada e aos objetivos propostos.

Capítulo 5:
Considerações Finais

CAPITULO 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo tinha como objetivo geral verificar os principais aspectos da RSE na concepção dos alunos concluintes do Curso de Administração da UFCG. Os dados apreendidos possibilitaram verificar que não há uma uniformidade de percepção, mais um mosaico de interpretações, o que é bastante provável, devido ao próprio tema de RSE ainda estar na pauta das discussões do mundo literário, intelectual e acadêmico. Contudo, alguns pontos precisam ser levados em consideração.

Observou-se que a análise encontrou algumas dificuldades pelo fato de que os conteúdos apresentados pelos alunos nas respostas das entrevistas deixaram algumas lacunas na compreensão de vários aspectos do conceito de responsabilidade social empresarial. Algumas falas tiveram que ser repetidas em mais de uma dimensão por causa da escassa discussão nos conteúdos avaliados. A pesquisa revelou uma ausência dos termos inerentes ao conceito de RSE, como por exemplo, *Stakeholders* que foi citado por um único aluno. Outra questão levantada é a confusão dos termos, por exemplo, Comunidade foi bastante confundida com Sociedade (já comentada na dimensão Comunidade), o que nos leva a perceber que as respostas dadas pelos alunos estão longe de reportar ou pelo menos elevar somente alguns aspectos do que vem ser responsabilidade social empresarial da forma como está sendo discutido na literatura, principalmente no conceito elaborado pelo Instituto Ethos, adotado nesta pesquisa.

Percebe-se, ainda, que grande parte do conhecimento dos alunos apresentado nas entrevistas não tem muita ligação com os conteúdos trabalhados em sala de aula, mas sim com informações procedentes do senso comum ou da mídia. O que deixa uma característica acrítica em relação aos conceitos.

Porém, é interessante observar que os discursos dos alunos podem estar refletindo o conteúdo do projeto pedagógico do curso pesquisado que, por sua vez, é coerente com as Diretrizes Nacionais do Curso, onde as competências e habilidades estão restritas à idéia de ética no exercício profissional, não percebendo a atuação do individuo em outras esferas da vida além do trabalho.

Ao longo deste trabalho, percebemos que é necessária uma ampla discussão no âmbito dos formuladores das diretrizes e também nas esferas das coordenações de faculdades e cursos, do papel dos cursos de graduação em desenvolver habilidades e competências que levam em consideração uma postura mais socialmente responsável de seus alunos.

O grande desafio para essa questão seria, então, a oferta de uma disciplina para o conteúdo de responsabilidade social, bem como um campo de atuação no estágio curricular, através do qual o aluno pudesse identificar a dinâmica dessa temática tão atual e tão necessária no mundo globalizado.

5.1 Sugestões

Para isso, suscita-se aqui, algumas provocações para que se tornem uma realidade permanente na academia.

- ✓ Tornar o conteúdo de responsabilidade social uma disciplina obrigatória na grade curricular do curso em questão.
- ✓ Promover estágio curricular no curso que abarque a disciplina através de parcerias com empresas privadas e públicas, comunidades e etc.
- ✓ Disponibilizar mais literatura sobre o tema RSE.
- ✓ Abordar essa literatura em outras disciplinas como forma de pluralidade conceitual.
- ✓ Promover seminários na academia onde os alunos participem das discussões em pauta, hoje, na literatura acadêmica e no mundo intelectual.

Por fim, não temos a pretensão de encerrar aqui a discussão dessa temática, mas almejamos que esta pesquisa colabore para uma reflexão junto à Coordenação do Curso de Administração da UFCG. Consciente de seu alcance, pois a realidade é tão enérgica quanto à habilidade que temos de entendê-la.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESA - **Balço Social** disponível www.adcemg.org.br/ acesso em 26/10/2010

BOLAN, Valmor; MOTTA, Márcia V. Artigos. **Responsabilidade Social no Ensino Superior. Responsabilidade Social.** BOLAN, Valmor; MOTTA, Márcia V. Artigos. **Responsabilidade Social no Ensino Superior. Responsabilidade Social. Acesso em 28/10/2010**

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **O ensino da administração no Brasil.** disponível em www.cfa.org.br. Acesso em 15/10/2010.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** São Paulo: ATLAS, 2006. p. 153 – 161.

Diretrizes Nacionais Curriculares. O Ensino da Administração no Brasil www.cfa.org.br/html/f_prof/f_prof_hica.html Acesso em 26/09/2010.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: www.ethos.org.br. Acesso em: 22/09/2010.

INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL – **Balço Social** - disponível WWW.google.com.br acesso em 27/10/2010

MELLO, D. L. de; MOTTER, A. A.; MIRANDA, G. M.; SENDIN, P. V.; KALINOWSKI, L. F. de A.; PELLINI, T. **Desafios para a elaboração do balanço social e do relatório de sustentabilidade por instituições públicas de pesquisa agropecuária.** Disponível www.abipti.org.br/.../41_desafios_elaboracao_balanco_social_relatorio.pdf acesso em 25/10/2010

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na Sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 1 - 25/ 153 – 159.

PINTO, M.R.; SILVA, M.C.D.; FREITAS, R. C. **Responsabilidade Social Empresarial: O Que os alunos de graduação em Administração têm a dizer?**

Corporate Social Responsibility: What Do Undergraduate Business Administration Students Have To Say? *Administração: Ensino e Pesquisa* • Rio de Janeiro • v. 11 • n. 1 • p. 31-52 • Jan/Fev/Mar 2010

SILVA, P. P. **Diagnostico das Ações de Responsabilidade Social: Um Estudo de Caso na São Paulo Alpargatas – Fábrica 22.** TAO (Graduação em Administração) - Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - Campina Grande. Universidade Federal Campina Grande, 2008.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. (org.) **Responsabilidade social empresarial: teoria e pratica.** 2ª Edição Revista e Ampliada – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.13 – 48.

VALENTIM L. M. O. ; ALMEIDA S. F.; SILVA W. R.; ALMEIDA P. L. P.: **Ensino de Administração Diagnóstico do Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande-Pb.** S/D
www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/.../564.pdf Acesso em 26/09/2010

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração.** 8ª Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.

APENDICE 1

(Questionário aplicado com os alunos concluintes)

QUESTIONÁRIO

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Idade: _____

Sexo:

- Feminino
- Masculino

Experiência profissional:

Estagio

- Remunerado
- Voluntario

Emprego

- Formal
- Informal

Empresa

- Própria
- Familiar

Outros

Renda

- De 1 a 2 salários mínimos
- De 2 a 5 salários mínimos
- De 5 a 10 salários mínimos
- De 10 a 30 salários mínimos
- Nenhuma renda.

PERFIL ACADÊMICO

Descreva o que você entende por Responsabilidade Social Empresarial?

Como você conceitua o conteúdo de RSE ministrado no curso de administração da UFCG?

Ótimo Bom Razoável Péssimo

Você cursou a disciplina optativa Responsabilidade Social Empresarial no curso de administração da UFCG?

Você teria alguma sugestão para melhoria do ensino de RSE no curso de administração da UFCG?

De acordo com as exigências do mercado de trabalho, como você avalia a importância da RSE na formação profissional do administrador?

Referências

Apêndice

