

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

EDUCAÇÃO, AMBIENTE E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO DESCRITIVO REALIZADO NA FACULDADE DA SERRA GAÚCHA

EDUCATION, ENVIRONMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A DESCRIPTIVE STUDY PERFORMED AT THE FACULTY OF SIERRA GAÚCHA

Rejane Adelaides Leites Antunes, Lucas Charão Brito, Luis Felipe Dias Lopes, Sandra Leonara Obregon, Rafael de Lucena Perini e Fábio Teodoro Tolfo Ribas

RESUMO

Diante da perspectiva que a globalização trouxe consigo mudanças nas organizações, surgindo assim uma maior preocupação perante as expectativas de seus consumidores, surge a Responsabilidade Social Empresarial – RSE. Essa é uma forma de gestão adotada ao qual pretende diminuir os impactos negativos no meio ambiente, preservando os recursos ambientais e culturais e que respeita quanto à diversidade e desigualdade social. Sob esta ótica, o presente trabalho caracteriza-se por ser uma pesquisa descritiva, que tem o intuito de avaliar o grau de conhecimento dos futuros administradores, especificamente, os alunos da graduação de Administração da Faculdade da Serra Gaúcha - FSG em relação à Responsabilidade Social Empresarial - RSE. Para o desenvolvimento do trabalho, utiliza-se da abordagem quantitativa, de caráter descritivo no qual são analisados os dados primários, e no que tange ao instrumento de coleta, utiliza-se da aplicação de questionários. Como resultado, evidencia-se que o conhecimento da RSE está abaixo das expectativas, havendo assim uma necessidade de interferência da Instituição de Ensino na busca pela melhoria da situação apurada. Portanto, sugere-se à FSG a incorporação dos temas Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Empresarial nas disciplinas ministradas no curso de Administração.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Responsabilidade Social Empresarial. Educação Ambiental. Consumo Sustentável.

ABSTRACT

Faced with the prospect that globalization has brought about changes in organizations, thus resulting in a greater concern about the expectations of their consumers, arises Corporate Social Responsibility - CSR. This is a form of management adopted which aims to reduce the negative impacts on the environment, preserving the environmental and cultural resources and as regards to diversity and social inequality. From this perspective, this work is characterized by being a descriptive research that aims to assess the degree of knowledge of future managers, specifically, the graduate students of the Faculty of Administration of Serra Gaucha - FSG in relation to social responsibility business - CSR. For development work, is used the quantitative approach, the descriptive nature in which the primary data are analyzed, and with respect to the collection instrument, is used in questionnaires. As a result, it is evident that the knowledge of CSR is below expectations, so there is a need for interference Education Institution in the pursuit of improving the situation found. Therefore, it is suggested that the incorporation of themes FSG Environmental Management and Corporate Social Responsibility in the subjects taught in the course of Directors.

Keywords: Sustainability. Corporate Social Responsibility. Environmental Education. Sustainable Consumption.

1 INTRODUÇÃO

Muitas são as provações impostas à humanidade nos últimos tempos, além das dificuldades econômicas enfrentadas, os problemas de ordem ambiental têm causado enormes preocupações à comunidade mundial. Neste sentido, Cardoso e Cairrão (2007) elencam em seus estudos alguns desafios como sendo: o aquecimento global, a redução da pobreza, a emissão de gases com efeito estufa, a ética nos negócios, a segurança no trabalho e o controle de substâncias que possam prejudicar o meio ambiente. Sendo assim, a falta de equilíbrio entre as três esferas, sociais, ambientais e econômicas, colaboram enormemente para situação atual do planeta.

Desta maneira, ressalta-se que a Sustentabilidade e a Responsabilidade Social Empresarial – RSE têm sido frequentemente abordadas pelos meios de comunicação e que hoje são comuns os debates entre estudiosos sobre a gravidade da situação ambiental mundial. Além disso, muitas empresas vêm demonstrando interesse em minimizar os impactos causados ao meio ambiente por suas atividades industriais ou comerciais. Em razão disso, Melo Neto e Froes (2011) ponderam acerca da importância das empresas assumirem o papel de agentes do desenvolvimento social e ambiental, de maneira que auxilie o governo e a sociedade local na manutenção do meio ambiente e na sobrevivência das empresas.

Neste contexto, as empresas que percebem a necessidade de ações de Responsabilidade Social e Gestão Sustentável têm sido guiadas por organizações criadas para balizar as atividades das empresas. O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômico (IBASE) foi o idealizador por meio do sociólogo Herbert de Souza, do modelo de balanço social mais utilizado pelas empresas e outra organização destacada por Pavanelli e Cavalcante (2011) é o Instituto Ethos de RSE. As autoras mencionam a criação em 2000 dos Indicativos Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, utilizados como ferramenta de auto avaliação para empresas que desejam alinhar os seus objetivos com a Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Dessa maneira, os Indicativos Ethos são caracterizados como alentos para as empresas socialmente responsáveis ou que buscam aliar-se à RSE.

Sob esta ótica, o presente estudo visa a avaliar o conhecimento dos futuros administradores, atualmente alunos da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG), no tocante à RSE, por ser um assunto de grande importância na área empresarial, pela seriedade da temática, carência de profissionais preparados e necessidade de disponibilizar as organizações profissionais qualificadas e capazes de enfrentar as adversidades atuais (BRANDALISE *et al.*, 2009; SILVA *et al.*, 2011; MACEDO; FREITAS; GUERRA, 2013).

Através deste estudo, também é possível identificar o nível de educação ambiental dos alunos, cabendo à Instituição de Ensino auxiliar neste processo de sensibilização dos acadêmicos, e cabendo à ela o grande desafio de promover a compreensão dos alunos e tocá-los quanto à necessidade do envolvimento na busca de soluções (JACOBI, 2007).

Assim sendo, assevera-se que a educação é parte de um processo que conduz a humanização do ser humano, conseqüentemente, levando-os à conscientização, ao conhecimento e interpretação da realidade para auxiliar na construção dos fatos (REIS e MEDEIROS, 2011).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social

De acordo com Gaudêncio (2009) a responsabilidade social é atualmente a responsabilidade de uma empresa pelos impactos gerados na sociedade e no meio ambiente,

através de suas atividades, decisões e produtos criados. O mesmo autor ainda salienta que há a necessidade da empresa possuir o comportamento ético, transparente, pautado na conscientização dos envolvidos no processo, bem como da importância do desenvolvimento sustentável alinhado ao bem-estar da comunidade.

Dessa maneira, a Responsabilidade Social Empresarial- RSE, gerida corretamente, pode servir como um mecanismo capaz de promover benefícios à empresa. Além disso, através dela, a empresa possivelmente auxiliará no alinhamento de princípios e gerenciamento das relações com *stakeholders*, estabelecendo relações duradouras e ganhando vantagem competitiva com relação a outras empresas (FEITOSA, SOUZA E GÓMEZ, 2011).

Neste contexto, os autores Melo Neto e Froes (2011), corroboram com a ideia da importância das boas relações entre a empresa e os seus públicos para o sucesso da implantação da RSE, e ressalta que em decorrência disso, a empresa torna-se mais participativa, receptiva junto a seus parceiros, funcionários e comunidade em geral.

Sob esta abordagem, tornar-se importante destacar, que infringir normas técnicas, sofrer sanções e multas, tornou-se um perigo eminente no cotidiano dos empresários que ainda não perceberam a relevância de ser socialmente responsável e sustentável. As consequências disso vão além de denegrir a imagem da empresa, podem acarretar até mesmo no seu fechamento (HANDY, 2003).

Sendo assim, conforme Tachizawa (2010), a Responsabilidade Social pode ser conceituada como “efetividade”, e tal efetividade é baseada em desenvolvimento econômico-social, por isso uma organização que mantém uma postura socialmente responsável é uma empresa efetiva. Entretanto, o avanço tecnológico e o desenvolvimento do conhecimento humano não produzirão efeitos, se a administração não utilizar, de forma correta, estes recursos. Então, a gestão da empresa deve fazer uso da responsabilidade social que é considerada uma das principais chaves para solução de problemas que atingem o mundo moderno.

Já quanto aos fatos que marcaram a história da Responsabilidade Social no Brasil e no mundo, Duarte e Torres (2005) focam-se no trabalho desenvolvido no Brasil pelo sociólogo Herbert de Souza e podem ser visualizados conforme o Quadro 01.

HISTORIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	
ANO	FATOS
1906/1907	Surgem os primeiros trabalhos sobre o tema de Responsabilidade Social, porém são interpretados como de cunho socialista.
1953	<i>Howard Bowen</i> edita o primeiro livro, tornando o assunto alvo de estudos.
1960	Fundada em São Paulo por empresários a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), com objetivo de estudar as atividades econômicas e sociais do meio empresarial.
1970/1980	Criada a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), com base na ADCE.
	Criado o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), no qual participou ativamente o sociólogo Herbert de Souza, o “Betinho”. Nesse sentido, o IBASE contribuiu muito para a mobilização da sociedade na Campanha de Ação da Cidadania contra a Miséria pela Vida, criada em 1993. A campanha foi o marco da aproximação dos empresários com as questões sociais.
1995/1997	Fundado em 1995, o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE). Em 1997, o “Betinho” lançou um modelo de balanço social, e, com a Gazeta Mercantil, criou o “selo do balanço social”, com o intuito de estimular as empresas a divulgarem as suas ações sociais.
1998	Lançado na Holanda durante o Conselho Mundial para o Desenvolvimento Sustentável o conceito de Responsabilidade Social Empresarial, e foi criado no Brasil o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

2000	O Instituto Ethos lança a primeira versão dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.
------	---

Quadro 1: História da Responsabilidade Social no Mundo.

Fonte: Adaptado de Duarte e Torres (2005)

A importância do trabalho de entidades, como o Instituto Ethos, é mencionado pelos autores Tenório (2006) e Pavanelli e Cavalcante (2011), que desenvolveram, em 2000, uma metodologia própria, o qual foi criado um questionário que permite avaliar o grau de comprometimento e o nível de atuação das empresas diante das questões sociais, ambientais e éticas. Este é composto por um conjunto de indicadores qualitativos e quantitativos que abordam as sete dimensões da Responsabilidade Social: valores, transparência e Governança, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e sociedade.

Portanto, o crescimento da conscientização das questões sociais resulta em cobranças por parte da sociedade, exigindo das empresas postura e atuação responsável. Duarte e Torres (2005) salientam ainda o papel de agentes de uma nova cultura que vem sendo imposto às empresas, e cabe às organizações desempenhar a função de unir os diferentes atores deste cenário na busca de um bem-estar social e redução da desigualdade social.

Gorni, Gomes e Dreher (2011), ressaltam em sua pesquisa sobre a dificuldade de avaliar o tema RSE entre os estudantes universitários, pelo fato que muitos desses não se encontram estabelecidos profissionalmente ainda. Provavelmente, isso pode afetar a sua concepção em relação a produtos ecológicos, em virtude de os preços destes produtos serem majorados em relação a produtos convencionais. Além disso, Serrano (2003), ao defender a sua tese, pondera sobre a necessidade de uma reflexão acerca do papel das Instituições de Ensino na discussão e construção do conhecimento dos temas correlatos à RSE, tornando-se um multiplicador de ideias.

3 METODOLOGIA

Esta etapa foi administrada com o intuito de levantar subsídios que serviram de base para a preparação do instrumento de coleta de dados. Então, foi efetivado o delineamento da pesquisa, definindo-se quais métodos seriam empregados para a análise das informações levantadas. Sendo assim, tendo como finalidade aferir o grau de conhecimento com relação à RSE dos acadêmicos do Curso de Administração da FSG, justifica-se a escolha do tema de pesquisa em razão da relevância que a temática tem recebido nos últimos tempos.

O estudo envolveu um levantamento do tipo Survey aplicado com acadêmicos do Curso de Administração da FSG, no qual a população gira em torno de 1.800 alunos, e os estudantes foram escolhidos como alvo da pesquisa por conveniência. Foram focados os estudantes matriculados a partir do quarto semestre, perfazendo a amostra de 200 alunos, em torno de 11% dos matriculados. O cálculo amostral de Santos (2013) apontou uma amostra de 194 alunos, com 95% de nível de confiança, 5%, de percentual de erro amostral e 17%, de percentual máximo da população.

Por intermédio da pesquisa descritiva quantitativa, aplicou-se o questionário elaborado com perguntas fechadas composto por 19 questões, utilizando como base os Indicativos Ethos de RSE, que buscou a sondagem do conhecimento referente à RSE. Deste modo, na visão de Gil (2007) as pesquisas descritivas o objetivo de descrever as características de uma determinada população ou fenômeno estabelecimento uma relação entre essas variáveis. Já a análise das respostas em uma pesquisa quantitativa é considerada um método denominado “estatística descritiva ou dedutiva”, a qual tem por objetivo descrever e analisar determinada

população, levando a conclusões mais precisas, e este pode ser representado por um número-resumo que possibilita reduzir os dados a proporções mais facilmente explicáveis (CASTANHEIRA, 2010).

Neste estudo, foram empregadas as técnicas estatísticas (média e desvio padrão), sendo as adequadas para um: estudo descritivo, de abordagem quantitativa, a qual requer uma análise, com o propósito de esclarecer a problematização do estudo e atender os objetivos gerais e específicos listados para o desenvolvimento do trabalho.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 Caracterização da amostra

A primeira seção de análise evidencia o perfil dos indivíduos que compuseram a amostra deste estudo. Desta forma, a pesquisa foi aplicada a 222 alunos, sendo eliminados 22 questionários, já que dois alunos estavam cursando o segundo semestre do curso, sendo esta situação incompatível com o público alvo do estudo. Os demais questionários em número de 20 foram eliminados, devido às respostas excessivamente repetidas. Percebeu-se que preenchimento fora feito sem a leitura e atenção necessária dos respondentes, o que não atenderia o propósito do levantamento dos dados. Diante disso, analisaram-se as características dos respondentes quanto ao gênero, o qual se sobressaiu o gênero feminino, com 59% dos respondentes. O gênero masculino atingiu 41% dos participantes, e, dentre os 200 pesquisados, dois inqueridos não informaram seu gênero.

Analisaram-se as características dos respondentes quanto ao estado civil, sendo que, dentre os participantes, 197 responderam. Assim pode-se verificar que os solteiros sobressaíram-se com 69%, pois 30% dos participantes informaram ser casados. Os separados, assim como os viúvos obtiveram 0,5% do percentual total, sendo um participante separado e outro, viúvo.

Quanto ao período do curso em que os respondentes se encontravam, propositalmente, foram excluídos da pesquisa alunos entre o primeiro e o terceiro semestre, devido ao foco de o estudo estar concentrado entre os estudantes do quarto ao último semestre. O percentual mais baixo foi de alunos que informaram estar há doze semestres na Instituição, perfazendo 4% do total. Os maiores percentuais concentraram-se entre os estudantes matriculados no oitavo semestre, com 21%, no sexto semestre, com 17%, no sétimo e no quinto semestres, que ficaram empatados com 16% dos pesquisados.

O estudo focou-se nos alunos entre o quarto e o último semestre, visando avaliar aqueles que estariam há mais tempo na instituição pelo fato de terem mais semestres cursados, dessa maneira, esses alunos teriam mais contato com as ações da FSG no tocante à sustentabilidade e RSE, bem como, teriam a oportunidade de ter debatido o assunto em algumas das disciplinas cursadas até então. Ressalta-se que dois questionários respondidos por alunos entre o primeiro e o terceiro semestre, foram eliminados do estudo.

Em relação à renda familiar, 197 dos participantes responderam o questionamento. Uma minoria de 2% dos participantes informou ter renda familiar até R\$ 1.000,00. As demais rendas foram distribuídas em 23%, que ficaram entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00. Dentre os inqueridos na pesquisa, 25% confirmou ter renda entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00. Além disso, os participantes que informaram ter renda entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00 perfizeram 20% dos questionados no estudo. O maior percentual de 30% dos participantes confirmou ter renda familiar acima de R\$ 4.000,00.

Em relação à idade dos respondentes, 127 dos participantes responderam o questionamento. A média de idade dos alunos pesquisados foi 26,457 anos, tendo como moda

22 anos, o desvio padrão de 4,781 comprovou menor homogeneidade entre os participantes. O desvio padrão alto foi motivado pela participação de alunos entre 20 e 40 anos.

4.2 Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

Este trabalho visa a avaliar o conhecimento dos futuros administradores, ou seja, alunos da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG) no tocante à RSE. Neste sentido, buscando compreender a percepção dos participantes sobre as dimensões da RSE, perfazendo 3.800 perguntas. Contudo, sete perguntas não foram respondidas, totalizando um percentual de 0,18% de perguntas sem respostas. Ponderou-se o percentual de retorno de 99,82% desta parte do questionário como excelente.

Neste sentido, o Quadro 02 a seguir, esboça os números atingidos na média, moda e desvio padrão referentes à terceira parte do questionário, o qual abordou o conhecimento dos alunos em relação à Responsabilidade Social Empresarial. No questionário, utilizaram-se, como base, as sete dimensões da RSE.

QUESTÃO	MÉDIA	DP
1 - Você conhece os princípios e os valores éticos que devem ser incorporados e disseminados entre os funcionários da empresa socialmente responsável?	2,955	0,984
2 - Você sabe como deve agir o Conselho Administrativo para garantir que o planejamento estratégico esteja alinhado com ações de Responsabilidade Socioambiental?	2,445	1,021
3 - Você sabe como deve ser a relação de uma empresa socialmente responsável com os seus concorrentes e <i>stakeholders</i> ?	2,615	1,026
4- Você conhece as informações que devem constar no balanço social e como elas devem ser divulgadas?	2,533	1,029
5- Você sabe como deve ser a relação entre o triângulo “funcionários, empresa e sindicato da categoria” da empresa socialmente responsável?	2,337	1,05
6- Você conhece o que informa a legislação sobre a utilização de mão de-obra infantil e em que condições podem ser utilizadas ou não?	2,905	1,105
7- Você sabe de que forma a empresa socialmente responsável deve tratar a equidade de raças, gênero e divisão de cargos de chefias entre os funcionários?	2,914	1,011
8- Você sabe como a empresa socialmente responsável deve agir com relação a: remuneração, benefícios, desenvolvimento profissional, condições de trabalho e saúde dos funcionários?	3,07	1,052
9-Você sabe de que forma uma empresa socialmente responsável pode contribuir para a conscientização da população e melhoria da qualidade ambiental?	3	0,94
10- Você sabe quais são os critérios que devem ser adotados por uma empresa socialmente responsável na parceria com fornecedores de sua cadeia produtiva e o ciclo de vida de seus produtos e serviços?	2,66	0,969
11- Você sabe como a empresa pode reduzir os impactos de utilização de recursos naturais, como água, energia e compensar os resíduos sólidos e gases lançados na natureza através de suas atividades?	3,126	1,071
12-Você sabe quais os critérios devem ser observados pela empresa socialmente responsável no tocante à legislação trabalhista dos fornecedores de sua cadeia produtiva?	2,563	1,032
13- Você sabe de que forma a empresa socialmente responsável pode auxiliar na erradicação do trabalho escravo e infantil nas empresas que compõem sua cadeia produtiva?	2,734	1,037

14- Você sabe como uma empresa socialmente responsável deve agir em relação ao compromisso com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor/cliente?	3	0,972
15- Você sabe como a empresa deve agir no gerenciamento de danos potenciais ocasionados por seus produtos e serviços?	2,834	0,984
16- Você sabe como deve ser a relação da empresa socialmente responsável com as organizações locais presentes no entorno da empresa?	2,753	1,015
17- Você sabe de que forma a empresa socialmente responsável pode concretizar e financiar a sua ação social na comunidade?	2,719	1,069
18- Você sabe como a empresa socialmente responsável deve agir com relação ao financiamento de partidos políticos a cargos públicos?	2,165	1,083
19- Você sabe como deve ser o envolvimento da empresa socialmente responsável com as demais entidades em projetos sócio governamentais em: educação, assistência social e saúde?	2,49	1,037

Quadro 02: Conhecimento da Responsabilidade Social Empresarial
Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

No que tange aos resultados do conjunto de análise da RSE, este se enquadrado na opinião de conhecimento muito pouco, e os números auferidos foram baixos, levando-se em consideração a população inquerida, ou seja, alunos com média cursando o sétimo semestre. O desvio padrão foi ultrapassado em treze questões, com o índice de 1,000, demonstrando menor homogeneidade de opinião entre os respondentes.

A questão 18 obteve a menor média entre as 19 questões do conjunto de RSE, isto é, apenas 2,165, cuja pergunta inqueria sobre o financiamento de partidos políticos a cargos públicos, assim a questão serviu para comprovar que os respondentes conhecem muito pouco sobre o assunto, talvez por tratar-se de um tema que causa muita polêmica na mídia, a maioria dos respondentes afirmou desconhecer ou conhecer muito pouco o tema.

O balanço social, destacado por Reis e Medeiros (2011), como sendo uma ferramenta de divulgação utilizada pelas empresas que mantêm ações de RSE, mostrou-se pouco conhecido pelos respondentes, com média de 2,533, sendo este assunto abordado na questão quatro. O fato de os alunos conhecerem muito pouco o balanço social demonstra que há pouca preocupação dessas pessoas com o assunto, embora tratar-se do meio mais conhecido e divulgado de informações de ações de Responsabilidade Social Empresarial pelas empresas.

O gerenciamento de danos potenciais, ocasionados por produtos e serviços, foi o assunto na questão 15, a qual atingiu uma média de 2,834, próxima à opinião de conhecimento razoavelmente. Provavelmente, este seja um reflexo da consciência ecológica avaliada na primeira parte do questionário.

Através dos dados coletados, constatam-se apenas quatro questões com média igual ou superior a 3,000. O destaque é dado à questão 11, que atingiu maior média no conjunto de análise do conhecimento de RSE dos alunos, cuja pergunta investigava acerca das formas de reduzir os impactos na natureza, o uso racional de recursos naturais e a compensação de resíduos e gases lançados na natureza. Esta questão chegou a 3,216 de média, ficando dentro da opinião de conhecimento razoavelmente, possivelmente, reflexos da consciência ecológica constatada.

A média geral do quesito de conhecimento da RSE pelos alunos pesquisados não ultrapassou os 2,727, percebendo-se, assim, um conhecimento pequeno no que concerne à responsabilidade atribuída ao administrador de empresas, conforme destacaram. Na visão de Barroso, Arruda e Souza (2012), a possível causa deste resultado é pela falta de conhecimentos dos respondentes, ou seja, da falta de debate do tema durante o curso, concentrando os debates apenas na parte final do curso.

Neste contexto, a necessidade da inserção da educação para sustentabilidade nas Universidades é destacada por Jacobi, Raufflet e Arruda (2011), como sendo o papel estratégico e decisivo da inserção da temática na vida acadêmica. Inegavelmente, a opinião dos autores proporcionou uma reflexão sobre a importância da bagagem de conhecimento no tocante à RSE para vida profissional dos futuros administradores inqueridos neste estudo.

Neste conjunto de 19 questões, referentes à RSE, inquiriu-se sobre as sete dimensões da RSE. Inquestionavelmente, os resultados comprovaram um baixo conhecimento do assunto, tanto por homens como por mulheres. Assinala-se que, nos dois primeiros conjuntos analisados, as mulheres demonstraram ligeira vantagem sobre os homens em termos de consciência ecológica e sensibilidade na inserção da temática na vida acadêmica na RSE, comprovando-se um conhecimento aquém do averiguado nas respostas masculinas. No entanto, os resultados, nesta questão, foram semelhantes aos encontrados por Morais *et al.* (2012) que também perceberam um conhecimento menor do gênero feminino referente à RSE.

Percebeu-se, desta forma, que os homens esboçaram pequena vantagem sobre as mulheres, ou seja, enquanto o gênero masculino obteve média no conjunto de 2,800, as mulheres ficaram com 2,679 de média no conhecimento da RSE. É fato que a opinião de ambos os gêneros não ultrapassaram o patamar de conhecimento muito pouco. Assim sendo, este resultado mostra que há um problema, visto que os acadêmicos pesquisados estavam no final do curso de Administração e não tinham conhecimentos suficientes acerca do assunto em comento.

Sob esta perspectiva, Costa *et al.* (2008) enfatizam a importância das escolas de Administração na formação de profissionais qualificados para exercício de gestão socioambiental. Além disso, Tristão (2004) vai de encontro com essa ideia ao mencionar que o ambiente acadêmico é um lugar impregnado de valores, e, desse modo, é muito adequado para o aprimoramento de valores éticos, morais e de sensibilização para o respeito a toda espécie de vida.

Dessa forma, retoma-se a Tachizawa (2010) quando conceitua RSE como efetividade, equilíbrio entre o econômico e o social; e a Feitosa, Souza e Gómez (2011) quando enfatizam os benefícios de ser socialmente responsável, além de Melo Neto e Froes (2011) ao destacar a relação entre público interno e externo, enquanto Handy (2003) adverte sobre o perigo das penalizações na infringência de normas. Sendo assim, pode-se concluir que as ideias desses autores vão ao encontro ao que se propõe nesta pesquisa, demonstrando a importância da RSE. Todavia, os resultados obtidos nela comprovam que há um conhecimento insuficiente por parte dos alunos, havendo a necessidade de melhor preparar os futuros administradores para os desafios que o mercado exige.

5 CONCLUSÕES

O objetivo geral deste estudo foi mensurar o grau de conhecimento dos alunos da FSG do Curso de Administração em relação à Responsabilidade Social Empresarial. E através do referencial teórico mencionado, visualizou-se, com mais nitidez, a importância do conhecimento das dimensões que abarcam a RSE. Assim, torna-se importante novamente ressaltar que o Instituto Ethos de RSE foi criado por empresários interessados na prática de RSE e com a finalidade de nortear outras empresas que também optassem por um caminho de equilíbrio entre as esferas: econômica, social e ambiental. Além disso, os demais autores abordados nesta pesquisa corroboraram com as orientações do Instituto Ethos, inclusive ao mencioná-lo como um grande alento para empresas que desejam ser socialmente responsáveis.

Neste estudo, ressalta-se que a sustentabilidade é apontada como um tema atual, porém há muito tempo algumas pessoas já percebiam a necessidade premente de ações reparadoras em relação ao meio ambiente. Sendo assim, percebe-se que os desafios dos empresários, governo e sociedade são muitos, mas, com bons exemplos, como do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, que criou o Instituto IBASE e idealizou o modelo mais utilizado do balanço social, pode-se vislumbrar um futuro melhor.

A educação ambiental é apontada por diversos autores como a melhor arma para as mudanças necessárias e cabe as Instituições de Ensino, sejam elas de ensino fundamental ou superior, auxiliar neste processo tão necessário de conscientização e práticas sustentáveis. Deste modo, a preparação dos futuros empresários depende dos saberes adquiridos nas escolas e universidades, e construir este conhecimento é considerado um desafio.

Através deste estudo, foi possível avaliar os conhecimentos e a percepção dos alunos em relação à RSE, atingindo os objetivos traçados por meio da aplicação do questionário. Por consequência, percebeu-se a necessidade de debater o assunto junto aos alunos, sendo pertinente a incorporação do tema nas disciplinas que compõem o currículo do Curso de Administração da FSG.

Sendo assim, ratifica-se que a sustentabilidade é alcançada somente através do atendimento das necessidades básicas dos indivíduos, do equilíbrio entre as três esferas: social, econômica e ambiental e a RSE é baseada nos valores e princípios éticos, e a empresa que não os possui, não pode se tornar socialmente responsável. A RSE se desenvolve de dentro para fora da organização, e a cultura organizacional atua como o “fermento desta massa”.

Salienta-se ainda que, sem ética e princípios, não há cultura organizacional compatível com a RSE. Somente vivenciando e disseminando os princípios éticos uma empresa pode começar a sua caminhada rumo à Sustentabilidade e à Responsabilidade Social Empresarial.

Em suma, como proposta a estudos futuros, sugere-se após a incorporação da temática nas disciplinas da FSG, realizar uma nova mensuração, a fim de avaliar a ocorrência de melhorias nos índices encontrados neste estudo. Recomenda-se também verificar de que forma os alunos recomendariam a incorporação da temática, já que o parágrafo único do Artigo 16 da Resolução nº 2 menciona que outras formas de inserção da Educação Ambiental nas Instituições de Ensino podem ser admitidas.

REFERENCIAIS

BARROSO, Aline Silva; ARRUDA, Daniela Vasconcelos; SOUSA, Edileusa Godói.

Responsabilidade socioambiental: uma análise sobre a inserção do tema no currículo dos cursos de Administração nas IES da cidade de Itumbiara- GO. In: XIV ENGEMA, 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos do XIV Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente.** São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://engema.org.br/edicoes-antteriores/engema-2012/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BRANDALISE, Loreni Teresinha *et al.* **A percepção e comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental.** In: **Revista Gestão e Produção.** São Carlos: Gestão & Produção, v. 16, N.º 2, Abr./Jun. 2009. p. 273- 285. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v16n2/v16n2a10.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

CARDOSO, António Joaquim Magalhães; CAIRRÃO, Álvaro Miguel da Costa Lima.
Os jovens universitários e o consumo sustentável: a sua influência na compra de

produtos ecológicos. **Biblioteca Digital da Universidade Fernando Pessoa**. Oporto: 2007. Disponível em: <http://ufpbdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/403/1/124-135_2007.pdf>. Acesso em: 23 mar.2013.

CASTANHEIRA, Nelson Pereira. **Estatística aplicada a todos os níveis**. 5. ed. Curitiba: Ibpx, 2010.

COSTA, Francisco José da, *et al.* **A gestão ambiental na formação em administração: uma análise da perspectiva dos alunos**. In: X ENGEMA, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos do X Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. São Paulo, 2008.

Disponível em:

<<http://engema.org.br/upload/pdf/edicoesanteriores/X/ID012%20A%20Gestão%20Ambiental%20na%20Formação%20em%20Administração%202008.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

DUARTE, C; TORRES, J. **Responsabilidade Social Empresarial: dimensões históricas e conceituais**. In: Responsabilidade Social das Empresas – a contribuição das universidades, volume 4. São Paulo: Petrópolis: Instituto Ethos, 2005.

ETHOS. INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL.

Indicadores Ethos de RSE, Edição 2012. São Paulo, 2012. Disponível

em:<<http://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-versao-2012/>>. Acesso em: 01 set. 2012. p. 1-78

FEITOSA, Maria José da Silva; SOUZA, Natália Mary Oliveira; GÓMEZ, Carla R. Pasa. **Inserção dos princípios da responsabilidade social empresarial nas relações “empresa-stakeholders” como fonte de vantagem competitiva: rumo a um framework integrador**. In: XIII ENGEMA, 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos do XIII Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://engema2011\trabalhos\341.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2012.

GAUDÊNCIO, Pedro Miguel Duarte. **Análise das percepções e comportamentos dos trabalhadores em função da responsabilidade social empresarial e o seu desempenho individual**. Coimbra: IPL, 2009. Dissertação (Mestrado em Estratégia Empresarial); Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra; Escola Superior de Tecnologia e Gestão; Instituto Politécnico de Leiria, 2009. Disponível em:

<https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/13329/1/Disserta%20e%20Mestrado_Pedro%20Gaudencio.pdf>. Acesso em: 22 set. 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GORNI, Patrícia Monteiro; GOMES, Giancarlo; DREHER, Marialva Tomio. **Consumo sustentável e o comportamento de universitários: discurso e práxis**. In: XIII ENGEMA, 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos do XIII Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. São Paulo, 2011. Disponível em:

<<http://www.engema.org.br/upload/pdf/2011/317-181.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

HANDY, Charles. **O elefante e a pulga: a autobiografia de um dos maiores pensadores da administração moderna**. São Paulo: Futura, 2003.

JACOBI, Pedro Roberto. **Educar na sociedade de risco: o desafio de construir alternativas.** In: **Revista Pesquisa em Educação Ambiental.** São Paulo, v. 2, n.º 2, p. 49-65, 2007. Faculdade de Educação da USP e PROCAM- USP. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/pea/article/view/30029>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

JACOBI, Pedro Roberto; RAUFFLET, Emmanuel; ARRUDA, Michelle Padovese. Educação Para a Sustentabilidade nos Cursos de Administração: **Reflexão sobre paradigmas e práticas.** In: **Revista de Administração Mackenzie.** São Paulo, Edição Especial, N.º 3, v. XII, Maio/Jun. 2011. ISSN 1678-6971. p 21-50. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-69712011000300003&script=sci_arttext>. Acesso em: 12 mar. 2013.

MACEDO, Carla Vanessa Pinto de; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de; GUERRA, Diego de Sousa. **Uma escala para mensuração da importância percebida pelos docentes sobre a abordagem socio ambiental nos cursos de Administração de Empresas.** In: **Revista Administração Mackenzie.** São Paulo, v.14, N.º1, Jan-Fev. 2013. p. 75-97. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/2992>> Acesso em: 12 mar. 2013.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **O bem-feito: os novos desafios da gestão da responsabilidade socioambiental sustentável corporativa.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.

MORAIS, Dafne Oliveira Carlos de, *et al.* **Responsabilidade social corporativa: compreensão e práticas de consumo sustentável de futuros Administradores.** In: XIV ENGEMA, 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos do XIV Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente.** São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://engema.org.br/edicoes-antiores/engema-2012/>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

PAVANELLI, Giselle; CAVALCANTE, Marcileide M. **A prática da responsabilidade social corporativa como mecanismo social e diferencial competitivo organizacional.** In: XIII ENGEMA, 2011, São Paulo. **Anais Eletrônicos do XIII Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente.** São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://engema2011\trabalhos\666.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2012.

REIS, Carlos N dos; MEDEIROS Luiz E. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social.** São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. **Cálculo amostral: calculadora on-line.** Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 13 abr. 2013.

SERRANO, C. M. L. **Educação ambiental e consumerismo em unidades de ensino fundamental de Viçosa-MG.** Viçosa: IPEF, 2003. Dissertação (Mestrado em Ciência Florestal); Universidade Federal de Viçosa, 2003. 91 p. Disponível em: <<http://www.ipef.br/servicos/teses/arquivos/serrano,cml.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

SILVA, Thayse C. M. *et al.* **Responsabilidade social das empresas um conceito multifacetado: a percepção dos alunos de graduação dos cursos de Administração e Ciências Contábeis.** In: XIII ENGEMA, 2011, São Paulo. **Anais Eletrônicos do XIII Encontro**

Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.engema.org.br/upload/pdf/2011/323-363.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa:** estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2010.

TENÓRIO, Fernando Guilherme (Org.). **Responsabilidade social empresarial:** teoria e prática. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

TRISTÃO, Martha. **A Educação Ambiental na Formação de Professores:** redes de saberes. São Paulo: Facitec, 2004.