

## **A Percepção dos universitários dos cursos de engenharia, tecnologia e curso técnico sobre Responsabilidade Social Empresarial**

Rosângela Penteado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Leila Mendes da Luz - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Patricio Henrique - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Antonio Carlos Francisco - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Hélio Gomes de Carvalho - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

### **Resumo**

Nos últimos anos, as discussões sobre o tema que trata da Responsabilidade Social tem crescido nos diferentes âmbitos acadêmicos, empresariais e governamentais, como uma dimensão ética cujas organizações e instituições devem adotar para promoção das suas atividades. Nesse contexto, este artigo tem por objetivo identificar qual a percepção que os alunos dos cursos de Engenharia, Tecnologia e Técnico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná têm a cerca do tema e como se comportam sob esta ótica. É um estudo exploratório, realizado no campus de Ponta Grossa, e teve como instrumento de coleta, um questionário com 21 questões, baseado nas questões do Instituto Ethos, estruturado em três constructos básicos: i) percepção dos alunos referente à Responsabilidade Social nas empresas; ii) percepção com relação à universidade e, iii) a percepção que os alunos têm sobre Responsabilidade Social de si mesmos. A abordagem utilizada para análise foi predominantemente qualitativa valendo-se da estatística básica somente a título de comparação para os constructos. Entre os principais resultados obtidos, identificou-se que a percepção dos alunos quanto à Responsabilidade Social das empresas configura-se em ações compartilhadas com ações governamentais para a promoção do bem estar e desenvolvimento social. Além disso, as empresas devem se responsabilizar e resolver problemas sociais criados por elas, uma vez que a responsabilidade social é um fator relevante para a manutenção da imagem e para o desenvolvimento sustentável da empresa. Com relação á universidade, os alunos percebem as ações e projetos realizados na instituição e que isso contribui para um posicionamento socialmente responsável para formação profissional dos mesmos. Quanto à percepção que têm de si mesmo sobre o assunto, a maioria dos alunos acredita serem consumidores conscientes por priorizar qualidade nas suas compras e que as melhores práticas com relação à Responsabilidade Social são aquelas que preservam o meio ambiente, que praticam a reciclagem e que respeitam os direitos humanos.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social, Universidade, Empresas.

### **1. Introdução**

O mundo está passando por processos de rápidas mudanças. As relações econômicas, as inovações tecnológicas e os valores da sociedade refletem na estrutura e no ambiente organizacional.

Grayson (2002) defende que as forças globais dessas mudanças surgiram com a revolução tecnológica, com a revolução dos mercados, com a revolução da demografia e do desenvolvimento e, principalmente, com a revolução dos valores. Esta última,

baseada em ideias e percepções, provocou mudanças na natureza dos negócios, no comportamento das pessoas e no papel do Estado.

Cada vez mais, através de publicações em revistas especializadas e desenvolvimento de pesquisas acadêmicas e a mídia em geral, percebe-se que existe uma tendência crescente do exercício da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) por parte das organizações e um anseio por parte da sociedade que estas organizações cumpram os princípios da RSE.

Para Tachizawa (2008) a expansão da consciência coletiva com relação a questões ambientais e as demandas sociais induziram um novo posicionamento por parte dos empresários e executivos diante destas questões, criando relações mais próximas entre as empresas, os consumidores e as comunidades em que estas atuam mais diretamente.

Desta forma quando se fala em RSE deve-se entendê-la sob a ótica de várias dimensões e ideias. Para alguns, ela está relacionada ao cumprimento da lei, para outros, com as ações sociais das empresas, filantropismo ou com a ética empresarial. De fato, todos estes elementos citados, compõem a responsabilidade social empresarial, mas não como um fim em si mesmo.

São partes integrantes de uma visão maior que entende a Responsabilidade Social como uma forma de gestão definida pela relação ética e transparente da empresa com os públicos com que está relacionada. Neste conceito está incluído o estabelecimento de metas que estimulem o desenvolvimento sustentável da sociedade, levando em consideração a preservação dos recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade ao mesmo tempo em que promove a redução das desigualdades sociais (ETHOS, 2011).

Tem-se, portanto, uma abordagem conceitual complexa, dinâmica, baseada em valores e percepções. Portanto, compreender a RSE sob esta ótica, depende do grau de conhecimento, informação e percepção que os sujeitos da sociedade possuem sobre este tema, que por vezes pode gerar conflitos ou disfunções quanto ao campo conceitual e prático.

Assim, as instituições de ensino assumem papel importante para uma formação de profissionais que apresentem uma visão mais abrangente, bem como influenciar em comportamentos socialmente responsáveis, contribuindo desta forma, para atender as exigências da sociedade atual.

Diante deste contexto, este artigo tem como objetivo identificar qual a percepção que os alunos dos cursos de Engenharia, Tecnologia e Técnico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná têm a cerca do tema RSE e como se comportam sob esta ótica.

Para sua realização foram traçados os seguintes objetivos específicos: Apresentar um perfil sócio-cultural-demográfico dos alunos dos cursos da área tecnológica da UTFPR campus Ponta Grossa; Identificar as percepções destes acerca da responsabilidade social das empresas; Investigar se a formação oferecida nos cursos de engenharia da UTFPR permite a construção de uma consciência profissional socialmente responsável.

Com isso, o presente artigo visa contribuir com o amadurecimento do debate sobre a RSE à medida que realiza um estudo junto aos acadêmicos dos cursos de Engenharia da Universidade Federal Tecnológica do Paraná, como forma de observar até que ponto os futuros formados pela UTFPR percebem a importância do compromisso social responsável das empresas face uma nova realidade social.

## 2. Fundamentação teórica

O tema Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pode ser discutido em várias esferas de percepção, sejam elas éticas, legais, ambientais, sociais, econômicas.

Entretanto, estas percepções tem relação direta com o modo como cada sujeito envolvido nesta temática, entende o significado da Responsabilidade Social e se comporta em relação a esta. Sendo necessário, portanto, conhecimento conceitual para responder questões como: o que vem a ser a responsabilidade social? Como interfere nos sistemas produtivos e no processo de consumo? Quais são os limites e as interfaces sobre esta temática?

Nas próximas sessões, discutiremos as abordagens sobre a RSE que possam elucidar estas questões que se apresentam e que são fundamentais no campo das percepções sobre este tema.

### 2.1 Definições sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e suas interfaces

A dinamicidade das atividades unida à complexidade das ações dá início ao surgimento da Responsabilidade Social Empresarial. O conceito de RSE associa-se a diferentes ideias, por não existir um consenso único entre os estudiosos deste tema.

Carrol (1991), um dos maiores expoentes da literatura em Responsabilidade Social Empresarial, reuniu, comparou e analisou as abordagens dos estudos acadêmicos e suas contribuições entre os anos de 1950 até meados de 1990. Os resultados apontaram Howard R. Bower, autor do livro “As responsabilidades Sociais do Homem de Negócios”, como sendo o criador da RSE.

Para Bower (1953) a responsabilidade social é a “obrigação do empresário em adotar práticas, tomar decisões e acompanhar linhas de decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis segundo objetivos e valores da sociedade”.

Na mesma linha de pensamento, outros autores, como Davis, Eells e Walton são destacados por Carrol (1991), por terem se referido a RSE como sendo às decisões e ações de interesse econômico ou técnico tomadas por empresas com base em princípios éticos para conduzir as relações empresariais e sociais. Na visão do autor, as empresas devem estabelecer e praticar metas e programas sociais, integrados à sensibilidade ética, nas tomadas de decisões, políticas e ações adicionadas de quantidade, qualidade, eficácia e eficiência.

Ressalta ainda, que os resultados de seus estudos identificaram a existência de uma crescente atenção dada pelos acadêmicos e pelos gestores de negócios sobre como as empresas respondiam ou agiam em relação à RS, não apenas no campo das abordagens, mas no sentido de como colocá-la em prática.

Carrol (1979) expõe que a responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento.

Já para o instituto ETHOS (2011), instituição referencia neste tema no Brasil, a Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Esta visão é pautada na relação entre a empresa e as comunidades, com as quais mantém contato e o nível de impacto que suas ações podem ter em termos de atitude de aceitação ou rejeição.

O confronto entre estas variadas percepções, valores e práticas, contribuiu para a evolução do conceito e do entendimento do que venha a ser a RSE. Até meados de 1980 as empresas adotavam uma visão econômica sobre a RSE. Para elas, a única responsabilidade social da empresa e de seus executivos era a maximização do lucro para os acionistas, em que a preocupação central era atender os interesses de seus proprietários.

Se por um lado, essa estratégia voltada para o acionista promoveu o crescimento da produção em massa, do padrão de vida e do nível educacional, por outro, resultou também na exploração do trabalho e da natureza, aspectos não condizentes com os fundamentos da RSE.

Assim, diante dessa falta de consenso sobre os conceitos de (RSE) um grande número de pessoas confunde RSE com Obrigações Sociais, Filantropia, ou ainda, com Ações sociais. Vejamos o que diz as literaturas sobre estes temas em relação a RSE.

### 2.1.1 RSE e Obrigações Sociais

A definição da Responsabilidade Social Corporativa como obrigação social tem como seu defensor o economista Milton Freedman, que afirmou que a única responsabilidade social das empresas era gerar lucro para seus acionistas, dentro das regras da sociedade (leis).

As outras demandas sociais caberiam ao Estado, unidade instituída com a missão e competência principal em geração o bem estar social para a sociedade.

Por esta definição, entenderíamos a responsabilidade social das organizações como sendo o cumprimento das regulações e legislações vigentes, pagamento de impostos, cumprimento dos deveres para com os seus funcionários.

Este pressuposto provocou outra discussão: Por que uma empresa que cumpre suas obrigações sociais não seria considerada socialmente responsável?

Para responder este questionamento podemos usar o conceito de Carrol (1991) quando diz que a responsabilidade social corporativa não se limita aspectos legais da conduta empresarial, mas sim das diferentes relações que mantém com seu grupo de *stakeholders* (públicos de interesses) e principalmente no apoio ao Estado para o desenvolvimento social, que não se limita apenas na geração de empregos e recolhimentos de impostos, contribuições e taxas.

De acordo com Oliveira (2008), as obrigações sociais têm relação direta com as leis trabalhistas, tributação e contribuições, não sendo passível de confusão quanto aos termos como sinônimos de responsabilidade social.

Portanto, se por um lado uma organização ilegal não pode ser considerada socialmente responsável, uma organização que cumpre apenas os aspectos legais, não poderia ser considerada socialmente responsável só por este fim em si mesmo.

Entretanto, muitas pessoas da sociedade, gestores e funcionários, de diferentes áreas, corroboram com o economista Milton Freedman, quando entendem a responsabilidade social como sendo o cumprimento dos aspectos legais de um negócio.

### 2.1.2 RSE, Ações Sociais e Filantropia.

Existe uma percepção que entende a RSE como sendo ações sociais, doações (filantropia) e projetos de responsabilidade social, desenvolvidos pela empresa, que beneficiam alguns grupos, como comunidades, funcionários e dependentes, escolas e organizações não governamentais (ONGs).

No Brasil, segundo Alonso, López e Castrucci (2006), a partir da década de 80 os indícios de responsabilidade social apareceram na forma de ações filantrópicas, de ações eventuais nas entidades, incluindo no planejamento estratégico das empresas, auxílio financeiro para projetos sociais e até formação de fundações voltadas para as necessidades da sociedade.

Estas ações podem ser introduzidas de maneira coordenada e planejada, sendo considerada como um investimento social privado ou empreendedorismo social, quando as organizações buscam trazer a prática da ação social princípios aplicados na gestão empresarial tradicional.

Para Oliveira (2008) apesar das ações sociais serem importantes, ela não pode ser o único parâmetro para avaliar a responsabilidade social das empresas. Alguns empreendimentos até investem em ações sociais, mas como forma de mascarar outros problemas de ordem ambiental, ético e até judicial.

Ainda, segundo Oliveira (2008), é preciso ter clareza que a Filantropia preconiza uma “ação social”, mas com projetos não ligados diretamente aos negócios da empresa, que muitas vezes está ligada a causas cujos valores são compartilhados pela empresa, gestores ou proprietários.

Dessa forma, a filantropia é considerada a raiz da responsabilidade social, mas não se confunde com a mesma por não estar inserida diretamente no planejamento estratégico da empresa, e principalmente, por não ser capaz de promover transformação social.

### 2.1.3 RSE, Ética Social e Ética Empresarial.

A ética social estuda o comportamento ético dos indivíduos, nas sociedades por eles formadas. Ela não modifica a ética pessoal, entretanto leva em consideração que a pessoa vive em sociedade, vive com e entre outras pessoas. Em última análise, a ética é sempre pessoal, porém alcança uma dimensão social, principalmente mediante os atos humanos externos que implicam relacionamento com outros (ALONSO; LOPEZ; CASTRUCCI, 2006, p.87).

A ética social é o conjunto de princípios e valores individuais que regem as sociedades, desta forma, de acordo com a teoria ética o que é bom para o indivíduo será bom para a sociedade. Às vezes a ética pode ser confundida com as leis. No entanto, as leis são criadas com base nos princípios éticos, e quando não é cumprido, o indivíduo sofre sanção do Estado ou de outros indivíduos da sociedade. Porém, a ética norteia as ações de cada membro da sociedade para que haja um convívio pacífico.

Os princípios da Ética Social são de extrema importância, pois eles norteiam as ações dos indivíduos, assim como o comportamento das organizações na sociedade em que está inserida. Alonso, López e Castrucci (2006), descrevem seis princípios clássicos da

Ética Social, são eles: Dignidade da Pessoa; Primazia do Trabalho; Primazia do Bem Comum; Solidariedade; Subsidiariedade.

No âmbito das organizações, a Ética empresarial não se refere à empresa em si, mas aos seus gestores e suas decisões. Suas ações podem ser julgadas de acordo com os princípios éticos. Com as regras escolhidas e usadas pelos tomadores de decisão e sua ação propriamente dita, envolvendo administradores, normas sociais e corporativas, representadas através de um Código de Ética.

Um código deve especificar as infrações previsíveis e a sanção correspondente a cada uma delas. “Um código de ética empresarial é um conjunto de normas éticas ditadas pela autoridade empresarial com vistas ao bem comum”. (ALONSO; LÓPEZ; CASTRUCCI, 2006). Apresenta-se como um instrumento de realização dos princípios, visão e missão da empresa. E como tal, orienta as ações dos colaboradores e explicita a postura social do negócio.

É criado pela empresa a partir da realidade e dos problemas vivenciados e contendo o que cada funcionário deve e o que não deve fazer, de forma clara, assim como o comportamento da organização no mercado que atua. Esta abordagem permite avaliar a responsabilidade social sob o ponto de vista moral e ético.

## 2.2 Dimensões e Percepções sobre a RSE

Archie Carroll (1979) desenvolveu um dos modelos de responsabilidade social empresariais mais citados na literatura. Sua teoria é representada por um modelo em forma de pirâmide com quatro responsabilidades que vão da base ao ápice conforme ordem apresentada na Figura 1.



Figura 1 - Modelo de Responsabilidade Social  
Fonte: Adaptado de Carrol, 1979.

A Responsabilidade Econômica localiza-se na base da pirâmide, por ser o lucro o principal objetivo das empresas existirem. Possuir Responsabilidade econômica é produzir bens e serviços que venham a suprir as necessidades da sociedade com um preço justo que garanta a continuidade dos negócios.

A Responsabilidade Legal refere-se à visão que a sociedade possui do comportamento da empresa. Ou seja, espera-se que ela obtenha os resultados desejados, obedecendo à estrutura legal e as exigências legais, no que se refere às leis municipais, estaduais e federais.



A Responsabilidade Ética está relacionada com as atividades e ações que a sociedade espera da empresa, sem estar necessariamente fundamentada na legalidade. Baseando-se na ética, os tomadores de decisão das organizações devem agir com equidade, justiça e imparcialidade, não deixando de respeitar os direitos de cada um.

A Responsabilidade Discricionária, a empresa é guiada pela vontade de ajudar a sociedade contribuindo com obras beneficentes, instituições de caridade, entre outros, sem ser imposta pela economia, pela lei ou pela ética. Sendo estritamente opcional.

Para o Instituto Ethos (2011), a Responsabilidade social empresarial é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Já para a União Europeia, o conceito de responsabilidade social seria aquele em que as empresas integram de forma voluntária preocupações sociais e ambientais nas suas operações empresariais e na sua interação com as partes interessadas.

Do ponto de vista normativo, mais específico pela regulação técnica, ABNT/ISO 26000 (ainda não em vigor no Brasil), denominada *Social Accountability*, tem-se que as organizações socialmente responsáveis são aquelas que em suas ações estão dispostas a assumir as responsabilidades pelo impacto de suas atividades sobre a sociedade e o meio ambiente, em que essas ações são consistentes com os interesses da sociedade e com o desenvolvimento sustentável; Possuem comportamento ético, cumprimento das leis aplicáveis e instrumentos intergovernamentais e estes princípios se aplicam em todas as atividades da organização, ou seja, em sua cadeia de negócios.

Desta forma as organizações poderão ser avaliadas quando ao cumprimento dos normativos e a ISO 26000 auxiliaria os gestores dos empreendimentos, nas questões referentes à RSE, embora com caráter voluntário, visando a conscientização das organizações de forma a inserir na sua própria cultura, bem como, na sua missão.

Pelo exposto, perceber-se que a Responsabilidade social é de forma clara, um tema amplamente discutido, embora organizações e autores tenham formas distintas de a definirem, o seu intuito sempre será aumentar a qualidade de vida da sociedade e das gerações futuras, levando as empresas e todo o sistema em que está inserida a utilizarem os recursos disponíveis conscientemente.

Portanto, podemos entender que a construção do conceito da RSE é baseada na percepção de valores adquiridos pelos sujeitos na sociedade e na condição de consumidores de produtos e serviços, percepções estas que influem diretamente em suas ações como ser humano e como profissionais de organizações.

### **3. Metodologia**

Para atingir o objetivo do estudo foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, cujos resultados permitiram identificar a percepção dos alunos de graduação da UTFPR sobre o assunto tratado nesse artigo.

#### **3.1 Amostra**

Os alunos que participaram da pesquisa foram selecionados pelo critério de acessibilidade. A UTFPR, campus de Ponta Grossa conta com 2.153 alunos matriculados nos cursos de engenharia, tecnologia e técnico.

A amostra do estudo constituiu-se de 212 alunos, sendo 58 alunos dos cursos de engenharia, 120 alunos dos cursos de tecnologia e 34 alunos dos cursos técnicos, representando uma amostra de aproximadamente 10%.

### 3.2 Instrumento de pesquisa

Como instrumento de coleta de dados, foi elaborado um questionário com base nos Indicadores de RSE do Instituto Ethos (2003), contendo 21 questões. As duas primeiras questões foram para identificar a faixa etária dos respondentes bem como o curso em que estava matriculado. Das 19 questões seguintes, 17 foram elaboradas em escala do tipo Likert de três pontos (discordo, não sei dizer, concordo) sendo que a questão de número 7 recebeu um tratamento diferenciado na sua terminologia (baixo, médio e alto) devido a questão de concordância com a questão pesquisada. No entanto, é correspondente com as demais questões. As duas últimas questões foram de múltipla escolha em que os alunos podiam assinalar mais de uma alternativa como resposta para melhor representar a questão pesquisada.

Esse questionário foi estruturado em três constructos básicos: buscou-se identificar a percepção dos alunos referente à RS nas empresas, com relação a RS na universidade e a percepção de RS que os alunos têm de si mesmos.

A Tabela 1 apresenta detalhadamente as questões referentes a cada constructo pesquisado para esse artigo.

Tabela 1 - Percepção dos alunos quanto a Responsabilidade Social

Percepção dos alunos quanto a Responsabilidade Social			
	Empresas	UTFPR	Si mesmos
Questões	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	14,15,17,18	16,19,20,21

Fonte: os autores

Assim, as questões referentes ao primeiro constructo têm por objetivo identificar a percepção dos alunos sobre a RS das organizações, o segundo constructo visa identificar a percepção dos alunos sobre a RS na UTFPR e as questões referentes ao terceiro constructo são para verificar qual a percepção que os alunos têm sobre a RS de si mesmos.

O questionário foi elaborado na ferramenta do Google docs e enviado, via web, aos 2.153 alunos juntamente com um texto explicativo sobre o objetivo da pesquisa e as instruções para preenchimento.

No entanto, após 90 dias da data de envio, apenas 215 questionários retornaram preenchidos para os pesquisadores.

### 3.3 Tratamento dos dados

Foi identificado o grau de concordância ou discordância de cada uma das questões, obtendo-se por meio de estatística simples, o percentual de respostas para cada ponto da escala em relação ao número total de respostas. Com exceção das questões 1, 2, 20 e 21 que não utilizaram esta escala.

Para as duas últimas questões, a pesquisa elaborou, em forma de gráfico, a frequência com que os estudantes assinalaram as questões, lembrando que podiam ser assinaladas mais de uma opção.



## 4. Apresentação e Análise dos Resultados

### 4.1 Idade

A faixa etária dos respondentes são apresentadas no Gráfico 1.

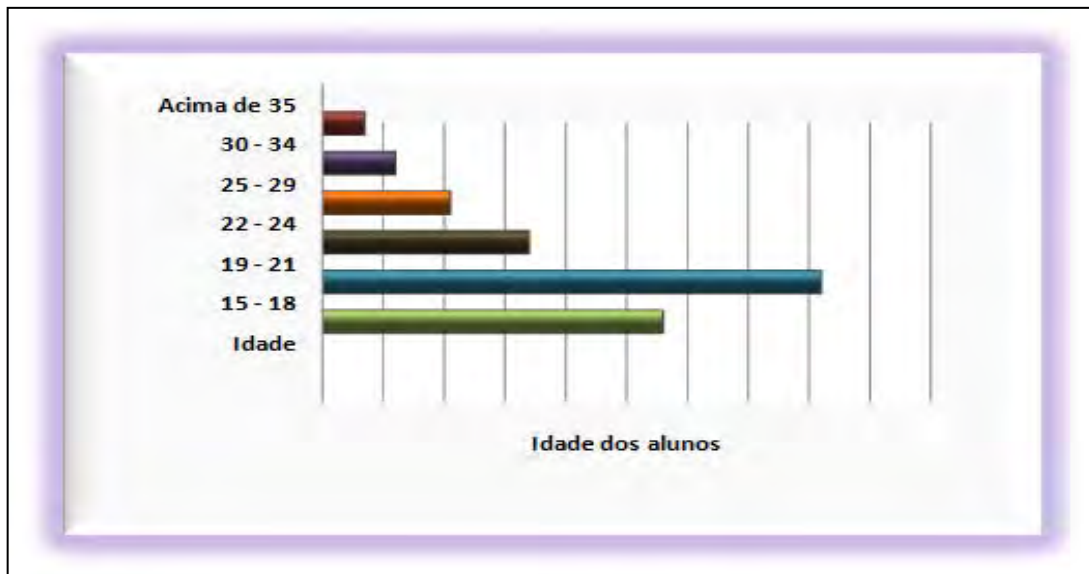


Gráfico 1 - Idade dos respondentes

Fonte: Dados da pesquisa

Percebe-se claramente que a maioria dos alunos situa-se na faixa etária de 19 a 21 anos, mais precisamente, 82 respondentes. Dos demais alunos 56 estão com idade entre 15 e 18 anos, 34 estão na faixa etária de 22 a 24 anos, 21 encontram entre 25 a 29 anos, 12 alunos têm entre 30 e 34 anos e somente 7 respondentes estão acima dos 35 anos.

### 4.2 Área do curso

O Gráfico 2 apresenta o percentual de alunos cursando as áreas de engenharia, tecnologia e técnico que participaram da pesquisa.

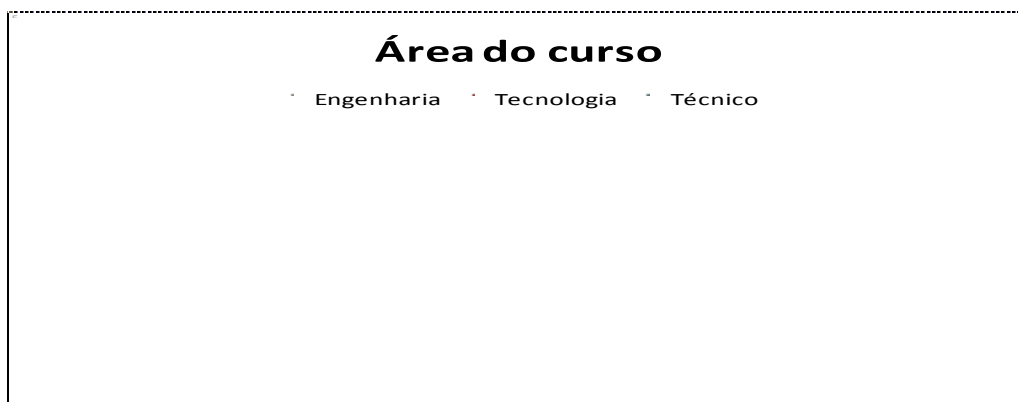


Gráfico 2 - Área do curso

Fonte: Dados da pesquisa

Dos respondentes 58 estão matriculados na área de engenharia, 34 estão cursando o técnico e 120 alunos são dos cursos de tecnologia.

### 4.3 Percepção dos alunos sobre RSE

Quanto aos resultados obtidos referentes à percepção dos alunos acerca do tema RS em relação aos três constructos pesquisados podem ser visualizados na Tabela 1.

Tabela 1 - Percepção dos alunos quanto a RSE

Percepção dos alunos quanto a Responsabilidade Social das Empresas (%)			
Questões	Discordo	Não sei dizer	Concordo
3. RS e Filantropia são sinônimos.	59,6	8,7	31,7
4. Ao se envolver em atividades socialmente responsáveis, as empresas compartilham com o governo o papel de promover o bem-estar e o desenvolvimento social.	13,0	5,8	81,3
5. As empresas devem se responsabilizar pelos problemas sociais criados por suas ações.	1,9	1,9	96,2
6. As empresas não precisam tentar resolver problemas sociais criados por outras empresas, uma vez que estas ações retornam em forma de lucro.	85,6	9,6	4,8
7*. A importância da RS para o desenvolvimento sustentável da sociedade pode ser considerada de grau.	<b>Baixo</b>	<b>Médio</b>	<b>Alto</b>
	3,8	23,1	73,1
Questões	Discordo	Não sei dizer	Concordo
8. Programas de ações sociais (ou RS) contribuem na construção de uma imagem positiva para a empresa.	1,4	5,3	93,3
9. Contribuir com a solução dos problemas sociais pode ser lucrativo para as empresas.	3,8	16,8	79,3
10. Responsabilidade Social é um investimento de longo prazo.	10,6	13,0	76,4
11. Responsabilidade Social é um elemento importante para o aumento da competitividade empresarial.	13,9	22,1	63,9
12. Atualmente existem muitas empresas socialmente responsáveis no Brasil.	46,6	49,5	3,8
13. O tema sobre Responsabilidade Social é passageiro.	81,3	13,9	4,8

Fonte: Dados da pesquisa

\* Tratamento diferenciado na terminologia

Os resultados revelam que os alunos possuem um bom entendimento quanto à diferença de conceito entre RS e Filantropia indo ao encontro da observação de Oliveira (2008) ao afirmar que não se pode confundir o conceito de RS com o conceito de Filantropia.

No entanto, 81,3% dos respondentes concordam sobre a existência de um compartilhamento entre empresas e governos na promoção social e no desenvolvimento da nação.

Também fica claro que os alunos concordam em quase 100% com a proposição que atribui responsabilidade às empresas quanto às suas atividades. Esse dado demonstra que apesar de Bower (1954) ter identificado há muito tempo atrás as obrigações dos líderes, quanto às suas decisões e adoção de políticas, a responsabilidade dos agentes empresariais quanto ao respeito dos valores e objetivos sociais ainda são cobrados pela sociedade nos dias atuais.

No entanto, a cobrança a respeito da responsabilidade se estende às ações das outras empresas. Aproximadamente 86% dos alunos discordam quanto à alternativa que afirma não haver necessidade das empresas contribuírem com ações que beneficiem a sociedade, mesmo quando a empresa não é a causadora do problema, independentemente de obterem lucro ou não com essas ações.

Quanto à importância da RS para o desenvolvimento sustentável da sociedade, 73% dos alunos acreditam que o grau de atuação desse fator é alto. Essa percepção vai de encontro à visão econômica de Alonso (2006), porém é consonante quanto à exigência dos clientes no sentido de exigir das instituições ações socialmente responsáveis.

Para a criação de uma imagem positiva, 93% dos respondentes concordam que as ações socialmente responsáveis contribuem para isso e ainda, essas ações se revertem em forma de lucro para as empresas, e como tal, deve ser um investimento de longo prazo.

Os alunos percebem que a RS é um diferencial e que aumenta a competitividade empresarial. Todavia, os resultados mostram, quase na mesma proporção, os alunos não acreditam ou não sabem sobre ações socialmente responsáveis das empresas do Brasil. Mas, mesmo sem acreditar ou sem saber dessas ações, eles discordam (81%) sobre o tema ser um modismo.

Esses dados revelam a visão dos alunos sobre o comportamento da empresa, situando-se entre a Responsabilidade Legal e Ética na pirâmide de Carrol (1979).

#### 4.4 Percepção dos alunos sobre a RS da Universidade

Quanto à percepção dos alunos para identificar as ações de Responsabilidade Social adotadas pela UTFPR, a Tabela 2 apresenta os resultados.

Tabela 2 - Percepção dos alunos quanto a RS da UTFPR

Percepção dos alunos quanto a Responsabilidade Social da UTFPR (%)			
Questões	Discordo	Não sei dizer	Concordo
14. A UTFPR é uma instituição consciente de sua RS	5,3	24,5	70,2
15. A UTFPR exerce projeto e/ou ação de Responsabilidade Social	4,3	29,3	66,3
17. A UTFPR contribui para a formação de posicionamento socialmente responsável em seus alunos	11,5	13,9	74,5
18. Os conceitos de RS são definidos/apresentados/discutidos em disciplinas do curso ao qual frequento	34,1	14,9	51,0

Fonte: Dados da pesquisa

Para o segundo constructo proposto nesse trabalho, 74,5% dos alunos concordam que a UTFPR contribui para a formação de posicionamento responsável. Também há um significativo grau de concordância, 70,2% quanto à instituição ser consciente da sua Responsabilidade Social. Situando a UTFPR no topo da pirâmide do modelo de Carrol (1979), Responsabilidade Discricionária, quanto à adoção de ações que auxiliam a sociedade sem ser imposta pela economia, pela lei ou pela ética, motivada por uma opção consciente da importância das políticas que regem a instituição e do impacto das ações na formação profissional dos alunos.

#### 4.5 Percepção dos universitários sobre Responsabilidade Social de si próprios

Para a percepção dos alunos sobre o entendimento próprio de Responsabilidade Social, a Tabela 3 apresenta os resultados.

Tabela 3 - Percepção dos alunos quanto a RS de si mesmo

Percepção dos alunos quanto a Responsabilidade Social de si mesmo (%)			
Questões	Discordo	Não sei dizer	Concordo
16. As ações de RS divulgadas pelas empresas influenciam na decisão de compra dos consumidores	8,7	19,7	71,6
19. Posso ser considerado um consumidor consciente	17,3	18,8	63,9
<b>Questões de Múltipla escolha</b>	<b>Alternativas</b>		<b>(%)</b>
	Mais econômicos		64,9
	Com produção mais limpa		32,2
	Recicláveis		35,1
20. Ao comprar algum produto ou serviço, geralmente opto por:	Produção de empresas que se dizem socialmente responsáveis		29,3
	Qualidade		83,2
	Doações monetárias		10,1
	Respeito aos direitos humanos		82,2
	Preservação do meio ambiente		93,8
	Redução do consumo de água e energia		76,0
	Reciclagem		83,7
21. De acordo com sua percepção, quais alternativas representam as melhores práticas das empresas em relação a RS	Proibir o uso de técnicas comerciais antiéticas		44,2
	Instalar-se em comunidades pobres		9,6
	Combate à corrupção		45,2
	Comprometimento com práticas trabalhistas		52,9
	Outros		7,7

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados do terceiro constructo da pesquisa, principalmente nas questões de múltipla escolha, revelam um mix das quatro responsabilidades de Carrol, (1979). Os alunos possuem uma visão mais econômica da Responsabilidade Social, isto é, acreditam que a produção de bens e serviços para suprir as necessidades da sociedade precisa cobrar apenas o preço que proporcione a continuidade dos negócios quando optam por produtos mais econômicos, 64,9%.

Porém, as questões de qualidade 83,2%, respeito dos direitos humanos 82,2%, preservação do meio ambiente 93,8%, redução do consumo de água 76% e reciclagem 83,7% demonstraram a Responsabilidade Legal, Responsabilidade Ética encaixando-se no conceito da União Europeia onde as empresas integram preocupações sociais e ambientais nas atividades e nas relações com seus stakeholders (partes interessadas)

#### 5. Considerações finais

Apesar da intensificação dos debates sobre o tema, ainda existe uma visão equivocada quando se confunde a RSE como sendo apenas cumprimento de obrigações sociais, filantropismo (doações) ou ações sociais.

A pesquisa permitiu refletir sobre as abordagens da RSE e as percepções dos alunos da Universidade Tecnológica Federal no assunto.

No primeiro constructo, percepção dos alunos referente à Responsabilidade Social nas empresas, evidenciou-se que a responsabilidade e a resolução dos problemas sociais inerentes da sua atuação, precisam ser assumidos pela empresa uma vez que causa impacto na imagem e no desenvolvimento sustentável da mesma.

Para o segundo constructo, sobre a percepção com relação à universidade, percebe-se que as instituições de ensino assumem papel importante neste processo, cuja ótica dos alunos, demonstrou que há entendimento de ações compartilhadas com as ações governamentais para a promoção do bem estar e do desenvolvimento social. E, a percepção dos projetos e ações realizadas pela instituição contribui para o posicionamento responsável na formação profissional dos alunos.

E finalmente, quanto ao terceiro constructo, a percepção que os alunos têm sobre Responsabilidade Social de si mesmos sobre o assunto, os dados revelaram que a maioria dos alunos acredita serem consumidores conscientes por priorizar qualidade nas suas compras e que as melhores práticas com relação à Responsabilidade Social são aquelas que preservam o meio ambiente, que praticam a reciclagem e que respeitam os direitos humanos.

Assim, os pesquisadores entendem que a visão adequada por parte da sociedade, estudantes e futuros profissionais sobre a RSE, somente será possível com informação, formação, reflexão e debates sobre tema.

### Referencias Bibliográficas

ALONSO, Ruiz Félix; LÓPEZ, Francisco Granizo; CASTRUCCI, Plínio de Lauro. **Curso de ética em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

BOWER, H. R. **Social Responsibilities of the businessman**. New York: Haper & Row, 1953.

CARROL, Archie B. **A the Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Corporate Stakeholders**. Business Horizons, 34, p.42, julho-agosto 1991.

\_\_\_\_\_. **A three-dimensional conceptual model of corporate performance**. Academy of Management Review, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é Responsabilidade Social**. Disponível em [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx). Acesso em: 20 maio, 2011.

ETHOS; SEBRAE. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas: passo a passo**. São Paulo, 2003.

GRAYSON, David; HODGES, Adrian. **Compromisso social e gestão empresarial**. Tradução Carlos Mendes Rosa et al. São Paulo: Publifolha, 2002.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

TACHIZAWA, Takeshy; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Gestão Socioambiental: Estratégias na nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

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