

Responsabilidade Social: Percepção dos Alunos de Engenharia de uma Ies Pública

Humberto Felipe da Silva
humberto.felipe@usp.br
USP

Jessica Dias Oliveira
USP

Michele Atanes de Jesus
USP

Resumo: A Responsabilidade Social vem crescendo, no Brasil e no mundo, como um novo conceito de gestão empresarial. No entanto o tema não está em foco apenas nas corporações, ele também tem ocupado um espaço cada vez maior nas mídias, pesquisas, publicações científicas, debates e, até mesmo conversas cotidianas. O consumidor vem pressionando as empresas a assumirem uma postura socialmente responsável, e, para isso, elas precisam de funcionários que entendam desta temática, principalmente os que ocupam cargos de liderança. É neste contexto que se insere esta pesquisa, ela teve como objetivo avaliar a importância que os alunos de Engenharia de uma IES pública atribuem ao tema Responsabilidade Social; qual a percepção eles têm do assunto. Adotou-se como procedimento metodológico a pesquisa quantitativa, com a aplicação de questionários com questões fechadas com amostragem aleatória, complementadas por entrevistas a grupos de alunos. a amostra representou 14% do total dos alunos dos cursos de engenharia da IES estudada, em número de 4 cursos. Os resultados obtidos indicam que faltam aos alunos um pouco mais de compreensão sobre a RSC, em que pese 60% deles atribuírem importância e se considerarem aptos a lidar com o tema.

Palavras Chave: ensino de engenharia - RCS - aprendizagem - engenharia - resp. social

1. Introdução

1.1 Conceito de Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social é um tema recente no mundo, e ainda mais no Brasil. Não há um conceito exclusivo aceito como definição do que é Responsabilidade Social, (ARAÚJO, 2006; OLIVEIRA CLARO; PIMENTEL CLARO; LUCCI, 2009). O conceito, como afirma Passador (2002), ainda está em construção, ou como afirmam Ashley, Coutinho e Tomei encontra-se ainda em processo de maturação.

O Instituto Ethos, uma organização sem fins lucrativos criada em 1998 com o intuito de mobilizar, sensibilizar e ajudar empresas a gerirem seus negócios de modo socialmente responsável, é hoje uma referência no assunto. Segundo ele, Responsabilidade Social Empresarial é:

a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2010, p. 78).

Na concepção contemporânea de responsabilidade social empresarial, esta se refere, de forma ampla, à atitude ética tomada em relação à comunidade, envolvendo a preocupação com o desenvolvimento e a sustentabilidade da mesma. A abrangência desse conceito é muito discutida, não havendo um consenso sobre que práticas devem ser adotadas e em que circunstâncias pode-se considerar que uma empresa está sendo socialmente responsável.

Ademais, o agravamento tanto dos problemas sociais como dos problemas ambientais de forma geral no mundo, como por exemplo o crescimento do desemprego, a exclusão social, agravamento da poluição ambiental, além da própria exaustão dos recursos naturais economicamente disponíveis, aliado à dificuldade que a sociedade e os governos encontram para oferecer uma solução, levou a que a sociedade passasse por um processo de reorganização. Este é o contexto no qual as empresas estão imersas e que as pressiona para que adotem uma posição e procedimentos socialmente responsáveis na gestão de seus negócios.

Assim, a Responsabilidade Social é um compromisso das empresas com a sociedade e a humanidade em geral, pois estas organizações devem prestar contas de seu desempenho, já que se apropriam e usam recursos que não lhes pertencem originalmente (MELO NETO; FROES, 1999 apud ALESSO, 2003).

Segundo Oliveira Claro, Pimentel Claro e Lucci (2009) Responsabilidade Social é um termo que pode ter um significado pessoal, ou seja, pode ter significados diferentes para pessoas diferentes; assim como acontece com conceitos como sustentabilidade e democracia. Apesar disso as definições convergem pois se trata de um modelo atual de gestão que vai além das obrigações legais da empresa. Observando esse conceito a empresa foca seus esforços na obtenção de lucros, mas, também, na melhoria da qualidade de vida dos seus funcionários e da sociedade em geral através de programas consistentes e contínuos. Além disso, ela também

se preocupação com a preservação do meio-ambiente. Este modelo contribui para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, como também, para o desenvolvimento dos colaboradores (diretos e indiretos) e para que a sociedade melhore seus níveis de educação, saúde, bem estar e condições dignas para vida.

De acordo com relato de Grajew (2000, p. 44-50 apud PASSADOR, 2002):

Há casos no Brasil de empresas que têm ações junto à comunidade, investem em projetos de educação informal. E quando perguntamos a essas empresas se sabem qual o grau de escolaridade de seus empregados, muitas vezes a resposta é “não”. Embora aquela empresa esteja destinando uma verba para uma organização que atende crianças carentes, ela não perguntou qual é a situação educacional dos filhos de seus empregados.

Este comportamento não está de acordo com uma empresa socialmente responsável, pois a ética, o respeito ao próximo, a preocupação com o bem estar da sociedade e de todos seus funcionários, diretos e indiretos, devem fazer parte da filosofia empresarial dos que praticam Responsabilidade Social. Uma empresa que tenha alguma atividade isolada de melhoria social não pode ser considerada responsável socialmente.

Existem sete atitudes que direcionam a gestão corporativa para que uma empresa se fortaleça socialmente, e são elas: comunicação transparente, retorno aos acionistas, sinergia com parceiros, satisfação dos clientes e/ou consumidores, apoio ao desenvolvimento da comunidade em que atua, preservação ambiental e investimento em bem estar dos funcionários (MELO NETO; FROES, 1999, p. 84 apud SOUZA, 2006).

É preciso ressaltar que Responsabilidade Social não é o mesmo que assistencialismo ou filantropismo, pois estas ações não contribuem para a resolução concreta dos problemas sociais e não estão, necessariamente, relacionadas a uma conduta empresarial ética e responsável. Essas ações podem vir de empresas nas quais os funcionários não têm condições dignas de trabalho ou mesmo que praticam atividades ilícitas (BOLAN, 2011), o que contraria a lógica da Responsabilidade Social.

1.2 Por que a prática da Responsabilidade Social Empresarial vem crescendo?

No mundo, 78% da população está abaixo da linha da pobreza (CEBDS, 2004), ou seja, mais de três quartos das pessoas que vivem atualmente sobrevivem com menos de 1 dólar por dia, em condições nas quais não têm nem mesmo suas necessidades básicas atendidas. Em um sistema baseado no capitalismo este tipo de situação é extremamente crítica, pois restringe drasticamente o mercado consumidor e aumenta as tensões sociais, além disso, obriga as empresas a investir mais em segurança e passam a ter uma dificuldade constante em encontrar mão de obra qualificada. Esta situação, em uma escala crescente, levaria a um colapso empresarial; “não existem empresas bem sucedidas em uma sociedade falida”. (CEBDS, 2004, p. 11). Visando sua auto preservação as empresas passaram a se preocupar mais com setores sociais e a colocar em prática conceitos de Responsabilidade Social (SOUZA, 2006).

Além disso, há uma cobrança cada vez maior dos consumidores para que as empresas sejam socialmente responsáveis, como conclui o Instituto Ethos no relatório anual “The Millennium Pool on Corporate Social Responsibility” (MACHADO FILHO, 2002), pensamento compartilhado pela Confederação Nacional da Indústria (CONFEDERAÇÃO, 2006) e também por Castaldo (2009) que ainda ressalta que a decisão do consumidor pela compra de um ou outro produto sofre influência das atividades sociais realizadas pela empresa.

Para Mattar (2006 apud EXPRESSÃO, 2006) O que forma a reputação de uma empresa é o que os diversos stakeholders falam dela, e não aquilo que a empresa fala de si própria.

Ser uma empresa socialmente responsável, hoje, não é mais questão de escolha, de diferencial. A prática da Responsabilidade Social é um novo modelo de gestão que cresce e se difunde rapidamente. Segundo Fontes (2005), a Responsabilidade Social tornou-se um dos pilares que sustentam os negócios. Ela é tão importante para a empresa como a qualidade, a tecnologia e a capacidade de inovação. Assim, uma empresa que não se baseia em Responsabilidade Social brevemente não terá mais lugar no mercado. Em todo mundo se observa essa mudança de postura empresarial, uma postura com maior preocupação com questões sociais e ambientais (GRAJEW, 2000 apud PASSADOR, 2006).

No entanto, as empresas são instituições capitalistas e acima de tudo buscam auferir lucros e remunerar o capital, este é um atrativo a mais para que sejam socialmente responsáveis. No Brasil, elas contam com incentivo fiscal, podendo ter isenção de até 2% do imposto de renda quando ligadas a atividades sociais (BRASIL, 2005).

Um estudo realizado em 1997 (NORTH, 1997 apud SOUZA, 2006) aponta oito benefícios às empresas socialmente responsáveis, que coincidem, em muitos pontos, com os benefícios apresentados em um relatório do BNDS, publicado em 2000; entre eles estão a valorização da marca (instituição), o aumento da motivação, produtividade e fidelidade dos funcionários e a tendência dos consumidores e investidores de selecionar seus produtos e aplicações financeiras. De acordo com um estudo realizado por Holliday, Schmidheiny e Watts (2002 apud GARAY, 2006) empresas com índice de sustentabilidade alto têm desempenho maior do que o índice Dow Jones. Como ressalta Cremasco (2009, p.9), “muitos acionistas querem investir em companhias que tenham fortes programas éticos, sejam socialmente interessadas e tenham uma sólida reputação”. Ou seja, a valorização das ações dessas companhias na bolsa são um indicativo de que praticar ações sociais funciona para alavancar os negócios e melhorar o retorno, pois a análise de retorno de fundos relacionados a investimentos sociais sobre fundos não relacionados demonstram isso (FERREIRA, 2004).

Neste processo de busca por reputação (seja para conquistá-la ou para mantê-la) a prática da Responsabilidade Social ajuda a empresa a melhorar sua imagem e a fazer com que a marca se firme e/ou permaneça no mercado, se tornando cada vez mais competitiva. Isto pode ser usado como uma estratégia de marketing que leva a uma lucratividade maior.

Independente do motivo, Machado Filho (2002) conclui em seu trabalho que as empresas percebem um retorno positivo em função de ações de Responsabilidade Social; o que tem levado a um número cada vez maior de adeptos a esse modelo de gestão. Os benefícios que mais se destacam são a melhoria da imagem da instituição e a agregação de um “valor social” à marca; melhora na relação com consumidores e funcionários, assim como uma fidelidade maior de ambos; consolidação no mercado; aumento na lucratividade. Devido a esses fatores, hoje, é largamente crescente o número de empresas que adotam este modelo de gestão baseado na Responsabilidade Social.

1.1. A importância da Responsabilidade Social na formação do engenheiro

Quando uma pessoa termina seu curso de graduação a sociedade espera dele uma postura ética e condizente com os valores que a representam. Um dos valores crescentes, na atualidade, é uma visão social mais ampla e séria. Espera-se isto principalmente daqueles que estão em cargos de liderança, comumente ocupados por engenheiros (e, também, outras categorias). A

sociedade está cobrando das empresas e de seus dirigentes uma postura socialmente responsável. Esta cobrança social faz com que as empresas busquem cada vez mais funcionários que tenham uma postura ética e que tenham conhecimento (e prática) em sustentabilidade e em gestão (e conduta) baseada na Responsabilidade Social.

Os estudantes de engenharia costumam ter matérias relacionadas às ciências exatas, gestão de lucros, qualidade, desenvolvimentos de projetos. Matérias pouco reflexivas, úteis para sua formação, mas que não abrangem esta nova exigência empresarial. A maioria dos discentes não tem noção da importância deste tema no mercado de trabalho e chegam até ele despreparados.

Moreira (2006 apud WIENHAGE, 2009) observa que os alunos terminam a graduação sem ter claro que o programa de gestão socioambiental não é uma responsabilidade exclusiva do departamento de meio ambiente das empresas, mas sim uma responsabilidade de toda a equipe de funcionários. Enquanto Santos (2001) assevera que é preciso estabelecer um modelo de ensino que não se baseie apenas em conceitos, mas que seja voltado para uma ação social responsável, na qual haja preocupação com a formação de atitudes e valores.

E é este o tipo de profissional que o mercado tem exigido, um profissional que, além dos conhecimentos eminentes da sua área, tenha conhecimento sobre Responsabilidade Social e que saiba transformar seus conhecimentos em atitudes. Por este motivo seria de grande valor aos estudantes de engenharia que pudessem, já no início do curso, ter contato com este tema tão importante, para que se encaixem nas exigências do mercado de trabalho e também para que possam contribuir com o desenvolvimento de uma sociedade menos desigual.

2. Metodologia

A pesquisa é considerada de natureza exploratória, conforme Churchill Jr. (1999). Ou seja, trata-se de avaliar preliminarmente de que forma os conceitos de RSC estão sendo trabalhados nos cursos de graduação. O objetivo é desenvolver *insights* com a finalidade de aprofundar a pesquisa em trabalhos posteriores.

Adotou-se também como estratégia a pesquisa quantitativa, com aplicação de questionários sem a identificação dos respondentes. Na maioria das questões foi adotada a escala Likert, variando a percepção dos alunos numa escala entre 1 e 5 (MATTAR, 2005). Foi atribuída nota 1 quando o aluno considerava o tema irrelevante e a nota 5 para muito relevante.

Optou-se pela aplicação dos questionários tanto por meio físico quanto on-line. Neste último caso, foram utilizados os formulários do Google Docs¹. Uma observação interessante é que os alunos deram preferência para responder o questionário online. 83% dos alunos preferiram esta forma. A divulgação do questionário foi realizada utilizando-se de lista de discussão dos alunos provida pela própria faculdade, bem como por meio da divulgação em grupos de discussão no Facebook utilizado pelos alunos. 92% dos respondentes que se utilizaram do formulário do Google o fizeram em 24 horas, o restante dos alunos respondeu em até 48 horas. Ou seja, apesar de não ser objeto da pesquisa percebeu-se que o uso de formulário do Google além de aumentar o índice de resposta aos formulários, ainda trouxe menos trabalho, tempo de resposta mais baixo e velocidade na tabulação dos dados, pois não foi necessário transcrever os dados do questionário para a tabela da planilha eletrônica. Além disso, os alunos que aplicaram os questionários ficaram com a impressão de que os respondentes na presença

¹ <http://www.google.com/google-d-s/intl/pt-BR/forms/>

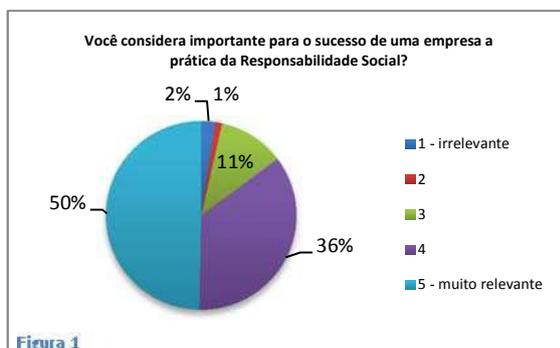
de terceiros ficavam menos à vontade para oferecer suas respostas, o que com toda a certeza não ocorreu nos formulários eletrônicos.

Para tratamento dos dados foi utilizada a Planilha eletrônica do próprio Google Docs. No caso dos questionários respondidos manualmente os dados foram plotados na planilha do Google Docs complementando os dados gerados pelo sistema. Outro ponto a considerar é que este instrumento é gratuito.

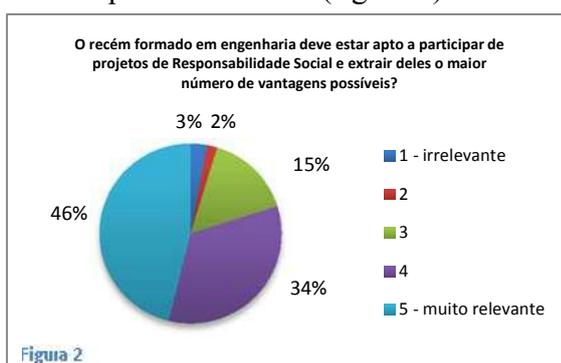
Dado o universo de em torno de 1300 alunos os alunos de IC procuram de forma aleatória discentes da IES sensibilizando-os para que respondessem aos questionários. Os respondentes eram de quatro cursos diferentes: engenharia bioquímica (8%), engenharia industrial química (12%), engenharia de materiais (12%) e engenharia química (21%); estavam em semestres e períodos diferentes e responderam aos formulários de forma voluntária.

Resultados e Discussão

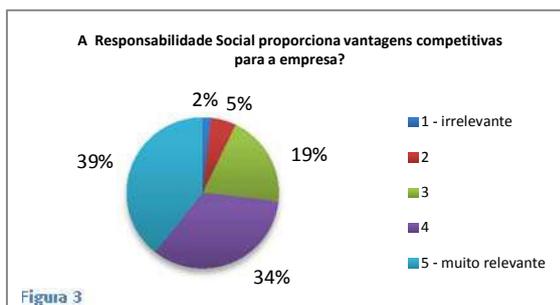
Verificou-se que metade dos alunos, 50%, considera muito relevante para o sucesso de uma empresa a prática da Responsabilidade Social. Apenas 2% consideram essa prática irrelevante (figura 1).



46% dos alunos acham que o recém-formado em engenharia deve estar apto a participar de projetos de Responsabilidade Social e extrair deles o maior número de vantagens possíveis, um número relativamente baixo vista a tamanha importância do tema na atualidade. Além disso, 5% considera isso irrelevante ou pouco relevante (figura 2).



Quando perguntado se a “Responsabilidade Social proporciona vantagens competitivas para a empresa”, a grande maioria (74%) deu nota 5 ou 4 (figura 3), o que mostra que os alunos conseguem perceber que a Responsabilidade Social traz benefícios às corporações.



Ao ser questionado se “os alunos estariam mais capacitados para o mercado de trabalho sabendo lidar com Responsabilidade Social” 41%, mostrou que nessas condições é muito relevante saber lidar com Responsabilidade Social. No entanto, 11% acham irrelevante ou pouco relevante, um número alto visto a importância que as empresas vêm dando a este assunto (figura 4).



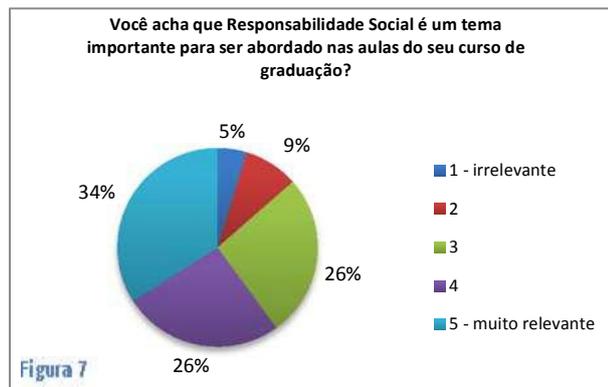
Sobre a escolha de uma empresa para trabalhar, apenas 30% dos alunos acha muito relevante que ela seja socialmente responsável. 16% pensam ser irrelevante ou pouco relevante levar isso em conta. O que nos mostra que os alunos não estão muito ligados (pessoalmente) a temas como sustentabilidade e preocupação social (figura 5).



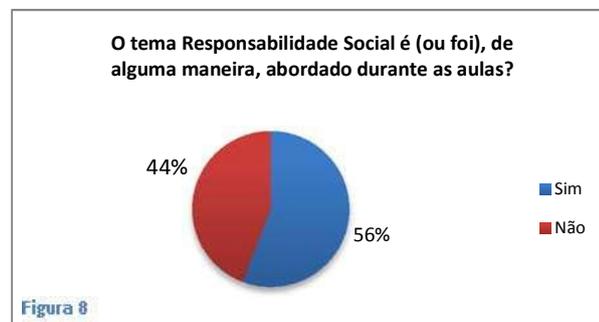
Quanto ao questionamento “um engenheiro será considerado plenamente apto a trabalhar em grandes organizações somente se tiver preparo para lidar com a Responsabilidade Social” 34% dos estudantes acham ser irrelevante ou muito relevante e apenas 32% deram notas 4 ou 5. O que mostra que os alunos não estão atualizados sobre as novas tendências de gestão corporativa, ou seja, não estão bem preparados para atender as exigências do mercado de trabalho (figura 6).



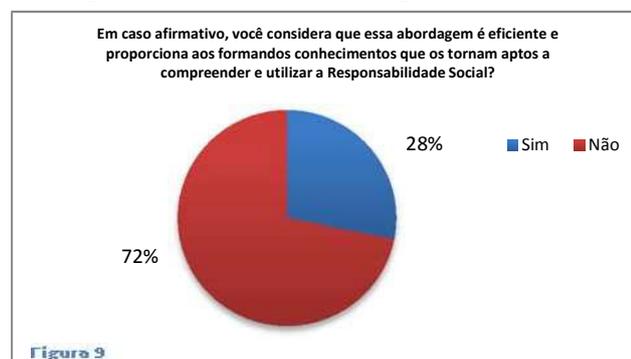
Questionados sobre a importância do tema Responsabilidade Social ser abordado nas aulas de graduação, a maioria, 60%, pensa ser relevante ou muito relevante (figura 7).



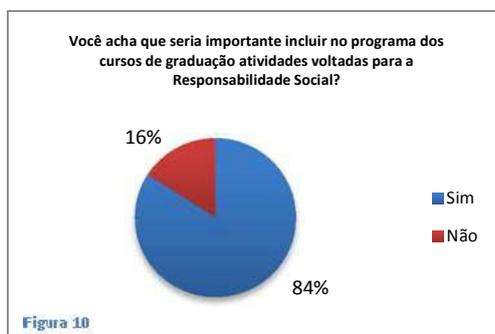
Mas quando perguntado se o tema já foi, de alguma maneira, abordado em sala de aula, 56% responderam que não (figura 8).



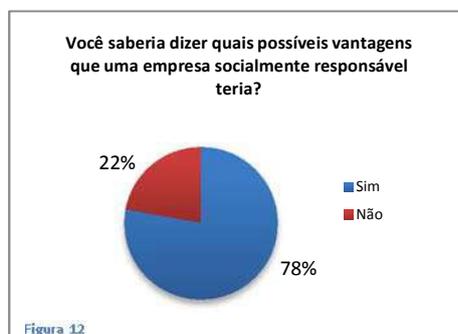
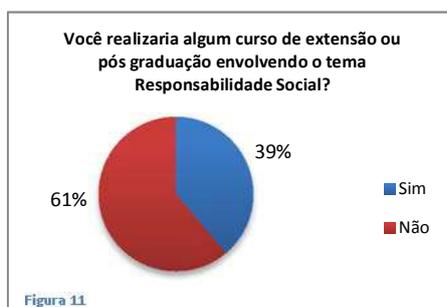
Mesmo entre os que responderam que sim, 72% dos alunos acham que a abordagem em sala não foi eficiente e não proporcionou aos formandos conhecimentos que os tornam aptos a compreender e utilizar a Responsabilidade Social (figura 9).



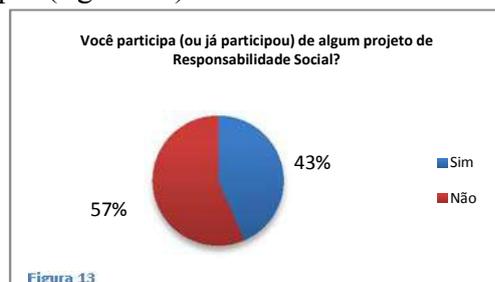
Grande parte dos alunos, 84%, acha que seria importante incluir no programa dos cursos de graduação atividades voltadas para a Responsabilidade Social (figura 10), o que mostra que os próprios alunos têm percepção de que têm um conhecimento limitado na área e que ela vem se tornando cada vez mais importante.

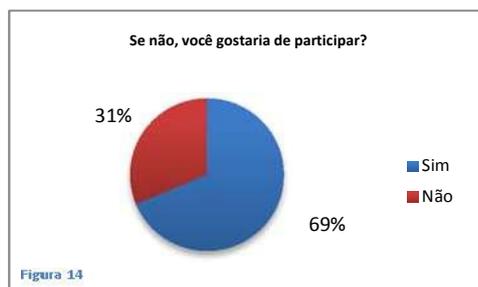


Apenas 39% das pessoas realizam algum curso de extensão ou pós-graduação envolvendo o tema Responsabilidade Social, o que demonstra certo desinteresse, mas justificável pela área de estudo dos avaliados (figura 11). E 78% afirmam que saberia dizer quais possíveis vantagens que uma empresa socialmente responsável teria, no entanto, não foi pedido exemplificação, o que dá margem a dúvidas de se eles realmente saberiam apontar vantagens (figura 12).



Quando perguntado se o aluno já participou ou participa de algum projeto de Responsabilidade Social, 43% responderam que não (figura 13). Dentre esses 69% disseram que gostariam de participar (figura 14).





Quando foram questionados por qual motivo não participavam de um projeto de Responsabilidade Social a maioria das respostas foi falta de tempo, falta de oportunidade ou o campo foi deixado em branco. É importante frisar que alguns dos alunos quando entrevistados disseram que colocaram “falta de oportunidade” por pensarem que seriam mal vistos se dessem respostas como “preguiça” ou “comodismo”.

A última questão pedia para que o aluno assinalasse a(s) alternativa(s) que ele julgasse definir corretamente Responsabilidade Social, no entanto, apenas uma alternativa estava correta. Um número muito baixo de alunos marcou somente as alternativas incorretas, um número grande marcou a correta e mais alguma outra incorreta e um número pequeno marcou exclusivamente a resposta correta. O que demonstra que o tema é apenas conhecido superficialmente pelos discentes da IES, apesar de, aparentemente, haver um interesse e uma percepção da importância da Responsabilidade Social.

Durante a análise dos dados foram observadas muitas discrepância entre as respostas, como notas máximas nas questões 1, 3 e 4 e nota mínima na questão 7, assim como notas máximas nas questões 1 e 2 e nota mínima na questão 6. Houve casos em que o aluno deu notas 4 e 5 para praticamente todas as questões, mas quando questionado se achava importante a inclusão na grade do seu curso de atividades voltadas para a Responsabilidade Social a resposta foi negativa. Assim como, mesmo dando notas altas as sete primeiras questões, o aluno diz que nunca participou e nem gostaria de participar de projetos de Responsabilidade Social. Essas incoerências nas respostas podem ser uma evidência de que os alunos vêm importância na prática da Responsabilidade de Social, no entanto, por terem um conhecimento apenas superficial do tema, não conseguem fazer uma ligação entre ele próprio e a prática de ações socialmente responsáveis (mesmo eles estando inserido no mercado de trabalho).

Conclusão

Com base nos dados obtidos com o questionário, é possível observar que os alunos de graduação da IES tem uma percepção bastante vaga do que seja Responsabilidade Social e da importância do tema na atualidade, e, principalmente, nas suas vidas. Os estudantes parecem, de modo geral, ver a importância, mas têm uma definição limitada do que realmente é Responsabilidade Social e não conseguem conectá-la com as atividades que eles praticam, ou poderão praticar, no âmbito empresarial. A crescente demanda por profissionais engajados nestas questões certamente poderá dificultar a inserção e/ou permanência desses discentes no mercado de trabalho, cada vez mais exigente.

Como instituição responsável por formar profissionais que atendam as necessidades do mercado, a universidade deve se focar mais neste novo modelo de gestão baseado na Responsabilidade Social, já que ele vem crescendo e se difundido rapidamente, principalmente entre as grandes empresas. Esta nova visão engloba conceitos de lucro e produtividade interligados com respeito e melhoria socioambiental, o que é relativamente novo.

É necessário que as universidades ensinem estes novos conceitos de Responsabilidade Social, através de aulas, palestras, cursos ou atividades que o valham. O graduando precisa saber com clareza o que é Responsabilidade Social, como as empresas vem atuando, o que estão exigindo e o que exigirão dele neste campo, é preciso que vejam que em uma empresa socialmente responsável todos os funcionários (principalmente os que ocupam cargos de liderança) devem compartilhar dos mesmos princípios e seguir a mesma lógica de gestão; os alunos devem entender a importância deste tema na atualidade e também a importância que ele terá no campo profissional e pessoal em suas vidas. Somente assim os graduando de engenharia poderão ser considerados plenamente aptos para ingressar no mercado de trabalho.

Referências

ALESSO, R.; Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de posturas ou novos rumos?; **Revista Virtual Textos & Contextos**, nº 2, dez. 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/viewFile/952/732>; Acesso em: 22 jun. 2011.

ARAÚJO, M. R. M. Exclusão social e responsabilidade social empresarial. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 2, p. 417-426, mai./ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n2/v11n2a20.pdf>; Acesso em: 4 jul. 2011.

BNDS; **Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social**. 2010. BNDS; Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/social01.pdf; Acesso em: 10 jun. 2011.

BOLAN, V.; MOTTA M. V.; **Responsabilidade social no ensino superior**. Disponível em: <http://sare.ananguera.com/index.php/reduc/article/view/229/227>; Acesso em: 5 jul. 2011.

CASTALDO, S.; PERRINI, F. MISANI, N. TENCATI, A.; The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: the case of fair trade products; **Journal of Business Ethics**, v. 84, n. 19, p. 1-15, 2009. Disponível em: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-008-9669-4#page-1>. Acesso em 5 jun. 2011.

CEBDS. **Brasil Sustentável**, n.1, a. 1, set/out, p. 49, 2004. Disponível em: http://cebds.org.br/media/uploads/brasil_sustentavel_pdfs/2004/pub_bs_out2004.pdf; Acesso em 8 mar. 2012

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P.; LUCCI, C. R. Responsabilidade social: o que os futuros administradores entendem sobre o conceito? 2009. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 11, n. 2, maio-ago., p. 319-335, 2009. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/878/87812758004.pdf>; Acesso em: 5 jul. 2011

Confederação Nacional da Indústria. **Responsabilidade social empresarial**. Brasília: CNI, 2006. Disponível em: <http://www.cni.org.br/portal/data/files/00/8A9015D01445CD8E01144C61A3964F8F/RespSocial.pdf>. Acesso em 13 jun. 2011.

CREMASCO, M. A. . A responsabilidade social na formação de engenheiros. In: Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social. (Org.). **Responsabilidade social das empresas**.

1ed.São Paulo: Editora Petrópolis, 2009, v. 7, p. 17-42. Disponível em:
http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/A%20Responsabilidade%20Social%20na%20Forma%C3%A7%C3%A3o%20de%20Engenheiros.pdf; Acesso em: 14 jun. 2011.

FONTES, A. S. A responsabilidade social empresarial em questão: o pensamento pedagógico do Instituto ETHOS; **Trabalho Necessário**, a. 3, n. 3, 2005. Disponível em:
<http://www.uff.br/trabalhonecessario/TN03%20FONTES,%20A.S..pdf>; Acesso em: 17 jun. 2011.

GARAY, A. B. S. Responsabilidade social corporativa (RSC) como elemento de atração de talentos: percepção dos alunos destaques do curso de administração. **REAd** . e. 51, v. 12, n 3, mai-jun, 2006.

HELIO MATTAR, Associação Brasileira de Desenvolvimento de Lideranças (ABDL); Em Depoimento à seção Tendências do Anuário **Expressão de Gestão Social**. 2006; Disponível em: <http://www.expressao.com.br/social/frameset/frases.htm>; Acesso em: 4 jul. 2011

INSTITUTO ETHOS; **Indicadores Ethos de responsabilidade social**, 2010. Disponível em:
http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/IndicadoresEthos_port.pdf; Acesso em: 5 jul. 2011

MACHADO FILHO, C. A. P., **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações**: um estudo multicase. 2002. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). São Paulo, 2002. Disponível em:
http://www.fundacaofia.com.br/pensa/pdf/teses/tese_machado.pdf; Acesso em 7 jun. 2011.

OLIVEIRA, B.; GOUVEIA, M. A.; A importância das ações sociais empresariais nas decisões de compra dos consumidores. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 4, p. 791-800, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n4/a12v17n4.pdf>; Acesso em: 31 mai. 2011.

PASSADOR, C. S. A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento; In.: CONGRESO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, VII, 2002. Lisboa. **Anais eletrônicos...** Lisboa. 2002; Disponível em:
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0044201.pdf>; Acesso em: 14 jun. 2011.

SANTOS, W. L. P., MORTINMER, E. F.; Tomada de decisão para ação social responsável no ensino de ciências. **Educação**, v.7, n.1, p.95-111, 2001. Disponível em:
<http://www2.fc.unesp.br>; Acesso em: 8 abr. 2011.

SOUZA, A. C. C. **Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável**: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial; Dissertação (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético) 2006. UFRJ, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em:
<http://www.ppe.ufjf.br/pppe/production/tesis/sousacc.pdf>; Acesso em 3 jul. 2011.

WIENHAGE, P. ; SOUZA, R. P. S. ; Rausch, R. B. ; Irani Rocha . Responsabilidade social em Instituições de Ensino Superior: práticas adotadas para a gestão ambiental. **Gestão Contemporânea** (FAPA), v. 6, p. 97-119, 2009. Disponível em:
<http://seer2.fapa.com.br/index.php/arquivo/article/viewFile/9/5>; Acesso em: 22 jun. 2011.

Anexo: Questionário aplicado

A. Em relação a você, aluno de Engenharia da EEL-USP, e ao tema Responsabilidade Social, responda as perguntas abaixo utilizando uma escala de 1 a 5, sendo que 1 é irrelevante e 5 muito relevante:

1. Você considera importante para o sucesso de uma empresa a prática da Responsabilidade Social?
 1 2 3 4 5
2. O recém formado em engenharia deve estar apto a participar de projetos de Responsabilidade Social e extrair deles o maior número de vantagens possíveis?
 1 2 3 4 5
3. A Responsabilidade Social proporciona vantagens competitivas para a empresa?
 1 2 3 4 5
4. Os alunos estariam mais capacitados para o mercado de trabalho sabendo lidar com Responsabilidade Social?
 1 2 3 4 5
5. Na escolha de uma empresa para trabalhar, é importante para você que ela seja socialmente responsável?
 1 2 3 4 5
6. Um engenheiro será considerado plenamente apto a trabalhar em grandes organizações somente se tiver preparo para lidar com a Responsabilidade Social?
 1 2 3 4 5
7. Você acha que Responsabilidade Social é um tema importante para ser abordado nas aulas do seu curso de graduação?
 1 2 3 4 5

B. Nas perguntas abaixo, responda **Sim** ou **Não**:

8. O tema Responsabilidade Social é (ou foi), de alguma maneira, abordado durante as aulas?
 Sim Não
9. Em caso afirmativo, você considera que essa abordagem é eficiente e proporciona aos formandos conhecimentos que os tornam aptos a compreender e utilizar a Responsabilidade Social?
 Sim Não
10. Você acha que seria importante incluir no programa dos cursos de graduação atividades voltadas para a Responsabilidade Social?
 Sim Não
11. Você realizaria algum curso de extensão ou pós-graduação envolvendo o tema Responsabilidade Social?
 Sim Não
12. Você saberia dizer quais possíveis vantagens que uma empresa socialmente responsável teria?
 Sim Não
13. Você participa (ou já participou) de algum projeto de Responsabilidade Social?
 Sim Não



14. Se não, você gostaria de participar?

() Sim () Não

15. Se sim, por qual motivo você não participa?

C. Assinale a(s) resposta(s) abaixo que você considera mais adequada(s):

- Qualquer tipo de contribuição que uma empresa ofereça à comunidade (como doações, contratação de deficientes físicos ou parceria com ONGs) é considerado Responsabilidade Social.
- A Responsabilidade Social é uma ação que a empresa desenvolve na comunidade no campo da filantropia.
- A Responsabilidade Social é um modelo de gestão na qual as empresas vão além das suas obrigações legais. Por meio de ações que englobam economia, educação, meio-ambiente, saúde e atividade sociais, melhoram a qualidade de vida dos funcionários e da população, gerando benefício mútuo entre a empresa e a sociedade.
- A Responsabilidade Social é o cumprimento, por parte das empresas, de leis que visam melhorar a qualidade de vida da população e preservar o meio-ambiente, como contratação de deficientes físicos e proteção de reservas naturais.