

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR**

**LEONARDO FABRIS LUGOBONI**

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

leo\_fabris@hotmail.com

**CAMILA DOS SANTOS SOUZA**

camilasntsouza@gmail.com

**NATIELE ALVES BARRETO**

natielealvesbarreto@yahoo.com.br

**MARCUS VINICIUS MOREIRA ZITTEI**

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

marcuszittei@zittei.com.br

**JOSÉ ORCÉLIO DO NASCIMENTO**

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

jorcelio@uol.com.br

# **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR**

## **RESUMO**

Responsabilidade Social Corporativa é um tema contemporâneo de grande importância, que cada vez mais vem sendo discutido nas organizações. Por isso, esta pesquisa teve como objetivo identificar quais as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) são utilizadas pelas Instituições de Ensino Superior em São Paulo. RSC abrange uma série de comportamentos éticos da empresa em relação aos seus *stakeholders*, criando situações favoráveis aos seus consumidores e desenvolvendo uma ligação positiva para estes e para outras partes interessadas. Atitudes sociais bem executadas garantem a qualquer empresa posição de destaque na sociedade que atua, sendo assim um fator importante na autopreservação empresarial. Para isso foi realizada uma pesquisa exploratória com 6 IES do estado de São Paulo. Através das análises efetuadas nesta pesquisa, notou-se que uma grande parte das ações de RSC praticadas pelas instituições são direcionadas para a sociedade, tendo como exemplo, assistência em organizações não-governamentais, parceria com agências de empregos para beneficiar os alunos, auxílio a crianças com microcefalia, dentre outros. Identificou-se também que ações de Responsabilidade Social Corporativa não são tão cobradas em IES, diferentemente de outras instituições.

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION**

### **ABSTRACT**

Cooperative Social Responsibility is not only contemporary but also of huge importance theme, which has been being discussed more, and more by specific organizations. For that, the goal of this research is identify the actions of Cooperative Social Responsibility (CSR) used by Universities in São Paulo. CSR encompasses a number of ethical behaviors of the company towards its stakeholders, creating favorable situations for its consumers and developing a positive connection for these and other stakeholders. Well executed social attitudes guarantee to any company a prominent position in the society that acts, being thus an important factor in the self-preservation business. In order to do so, explaining researches were done with 6 IES in SP. Through the analysis done in that research, great part of the actions CSR practices for the universities are aimed to society, for instance Non-governmental organization assistance, employment office partnership, assistance for children with microcephaly and so on and so forth. Furthermore, CSR isn't well charged in IES as in other institutions.

**Key-words:** Cooperative Social Responsibility. Higher education institutions. CSR Practices.

## 1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um assunto que vem sendo abordado e ganhando grande importância não só nas empresas, mas também na sociedade (GALEGO-ÁLVAREZ; FORMIGONI; ANTUNES, 2014). De acordo com Zaccariotto, Chiarinotti e Carvalho (2015) a RSC além de ser utilizada como uma forma competitiva distinta, ajuda na obtenção de lucros e no progresso empresarial, na sua sobrevivência e também, no que diz respeito à sociedade, traz satisfação e bem-estar, beneficiando a comunidade local (MOHR; WEBB, 2005), além disso, diversas empresas procuram uma imagem corporativa socialmente responsável através da RSC (MC WILLIAMS; SIEGEL, 2000). Maiores números de empresas estão utilizando a RSC com objetivo de estabelecer relações duradouras com os seus *stakeholders* (FONSECA; ROCHA; SPERS, 2014).

Sustentabilidade e autodesenvolvimento passaram a fazer parte do nosso dia-a-dia, tornando-se palavras conhecidas. Nesse sentido, as empresas têm mais obrigações ambientais, como por exemplo, a situação atual do planeta, e investem neste segmento, dando primórdio a novas práticas sustentáveis, a todo o momento, conforme diz Camillo et al, (2015). Nos dias de hoje, é evidente sua proeminência, e indiscutível sua relevância perante a sociedade (CRANE et al., 2008; SANTOS; SILVA, 2013).

Devido a transtornos, como, mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, resultante de guerras, desigualdades, avanços tecnológicos e escassez de matéria-prima notam-se uma grande preocupação na realização de ações de responsabilidade social nas organizações por intermédio do estabelecimento de princípios éticos (CAMILLO et al., 2015).

De acordo com Murcia e Machado (2013), o *disclosure* corporativo contribui para a redução da assimetria informacional entre usuários externos (acionistas minoritários, credores) e internos (gestores, acionistas controladores). Conforme estes mesmos autores, usuários internos são mais informados pois tem acesso às informações, por estar dentro da companhia (MURCIA; MACHADO, 2013). *Disclosure* está sempre relacionado a disponibilização de informações aos seus *stakeholders* (BRANDÃO et al., 2013) e segundo Torres e Galdi (2013) é sinônimo de evidenciação e divulgação.

Com o passar dos anos o mercado exige cada vez mais das pessoas que buscam um espaço no meio profissional. Com isso a procura por especialização é cada vez maior, tornando-se mais que necessária para o indivíduo, que almeja boas Instituições de Ensino Superior em diversas áreas. Atualmente 2,1% dessas organizações disponibilizam mais de 100 cursos de graduação. Com base nesses dados aumentou 96,5% o percentual de matrículas na educação de ensino superior entre os anos de 2003 e 2014 (INEP, 2014).

Dentro deste contexto, as Instituições de Ensino Superior apresentam efeitos diretos no desenvolvimento social e melhoria do crescimento econômico no ambiente em que se inserem, seus segmentos são aguardados por governos, empresários e sociedade, assim, advindo a necessidade de instrumentos de gestão apto de apoiar os processos decisórios (ENSSLIN et al., 2016).

Após a década de 1960, considerando sua dimensão na conscientização da sociedade na aceitação de práticas mais sustentáveis, as Instituições de Ensino Superior, em seus sistemas de gestão, iniciaram algumas condutas ambientais (MACHADO et al., 2013).

Assim, esta pesquisa tem como objetivo identificar quais as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) são utilizadas pelas Instituições de Ensino Superior em São Paulo.

Esta pesquisa se justifica, pois, é relevante avaliar o desempenho social corporativo que toda organização deve praticar, especificamente avaliar a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) nas Instituições de Ensino Superior e como essa prática influencia na sociedade em que está inserida. Segundo Zaccariotto, Chiarinotti e Carvalho (2015), a RSC está revolucionando o pensamento conservador e individualista cultivados pelas empresas, sendo assim de extrema importância nas organizações.

Por isso é notável sua proeminência perante a sociedade e a adoção de suas práticas. A empresa pode projetar a identidade corporativa que está sob seu poderio, e tem peso para a influência de seu público-alvo que notará sua imagem corporativa (SEN; BHATTACHARYA, 2001; AZEVEDO; ENDE; WITTMANN, 2016), podendo ser um importante fator de sucesso em qualquer organização (GONZÁLEZ-RODRIGUEZ; DÍAZ-FERNÁNDEZ; SPERS; LEITE, 2016).

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

O termo responsabilidade social, discutida e executada por várias décadas (BASSEN; JASTRAM; MEYER, 2005), evoluiu o mundo corporativo nos últimos anos a uma concepção fascinante (DUBIELZIG; SCHALTEGGER, 2005), ficou mais conhecido na década de 1970, mas já era usada desde o final do século XIX por organizações e governos, focada nos negócios (norma brasileira ABNT NBR ISSO 26000, 2010). Por um longo período, desde a Revolução Industrial, as práticas administrativas estavam voltadas para métodos de produção, pois não havia muita concorrência.

Com o crescimento da integração dos mercados isso mudou, trazendo mais desafios às indústrias em geral. Foi necessário criar novos métodos de negócios, visando inovação, qualidade, entre outros processos que destacassem a empresa em relação aos seus concorrentes (BARAKAT, 2013).

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) dispõem uma variedade de significados por ser um conceito amplo (MOHR; WEBB; HARRIS, 2001), que abrange uma série de comportamentos éticos da empresa em relação aos seus *stakeholders*, criando situações favoráveis aos seus consumidores e desenvolvendo uma ligação positiva para estes e para outras partes interessadas (YOON; GÜRHAN-CANLI; SCHWARZ, 2006). A qual se aplica a diferentes tipos de meios, de acordo com a norma brasileira ABNT NBR ISO 26000 (2010), não só os empresariais, mas também toda e qualquer organização, trazendo a ideia de que são responsáveis pelo desenvolvimento sustentável e pela sociedade em que estão inseridas. O primeiro passo para esclarecer os preceitos da responsabilidade social nas organizações, é perguntar exatamente o que isso implica e a quem (FRIEDMAN, 1970).

Os avanços tecnológicos, o conhecimento e os impactos no meio ambiente são alguns dos elementos que fez com que a preocupação em preservar a natureza e o mérito as empresas que praticam a RSC intensifica-se, a questão social foi uma das razões que desencadeou o processo de responsabilidade social das empresas (RICO, 2010; VOGEL, 2007). De acordo com Irigaray, Vergara e Santos (2013) a RSC deve ser ponderada sob múltiplos olhares por ser um fenômeno social com uma dimensão polifônica.

Algumas empresas utilizam certas denominações como: Relatório de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), relatório de sustentabilidade empresarial, balanço social corporativo ou relatório social, para se referirem à informação publicada pela empresa focada em refletir sobre questões e projetos de caráter social e do meio ambiente, tanto pelo mundo profissional, quanto no mundo acadêmico e pelos organismos reguladores (GISBERT; LUNARDI, 2012).

Segundo Sousa (2006), no Brasil, a RSC começou a ser discutida na década de 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), com princípios estabelecidos pela doutrina social da Igreja, com o objetivo de mostrar que a empresa tem função social com os trabalhadores e a comunidade.

A mesma autora relata ainda, que em 1984 a empresa do setor químico Nitrofértil publicou o primeiro balanço social do país, e dois anos depois foi constituída a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides) que tem como objetivo humanizar as organizações com condutas éticas, onde elaborou um modelo de balanço social em 1980 (SOUSA, 2006).

No conjunto da RSC, compreende-se que as instituições devem se adaptar a comportamentos com o intuito de se tornar socialmente responsável através de seus atos, respondendo as ambições das partes relacionadas às empresas e proporcionando a legitimação do seu desempenho perante essas partes (ALMEIDA; SILVA; OLIVEIRA, 2015). E se percebida, a RSC pode melhorar a imagem da administração da empresa (MC GUIRE; SUNDGREN; SCHNEEWEIS, 1988).

De uma maneira mais ampla, a RSC está profundamente ligada ao conceito de desenvolvimento sustentável, em outras palavras, as atividades da organização não podem atingir negativamente o meio ambiente e a sociedade (IRIGARAY; VERGARA; SANTOS, 2013).

Com uma perspectiva de desempenho, as empresas devem formular e implementar metas e programas como integrar a ética em todas as decisões políticas e ações, tendo foco nos resultados através de uma orientação abrangente no sentido de critérios normais pelos quais avaliam negócios desempenho para incluir eficiência, eficácia, quantidade e qualidade (CARROLL, 1991).

### **2.1.1 TIPOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Atualmente há diversos modos de Responsabilidade Social dos quais muitas empresas usufrui de seus atributos. Segundo Daniel (2014), assim, novas concepções- na maior parte complementares, divergentes e superabundante - são utilizados para definir Responsabilidade Social, entre eles: Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Social Ambiental (RSA) e Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

A concepção de Responsabilidade Social Ambiental (RSA), decerto mais recente e inclusivo, mostra não só o comprometimento de organizações com pessoas e valores humanos, como também cuidados genuínos com o meio ambiente (DANIEL, 2014).

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), ainda que muito parecido com o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), na maioria das vezes tende a beneficiar mais os seus *stakeholders*, englobando ao público interno da empresa qualidade de vida e bem-estar, assim como reduz impactos negativos de suas ações na comunidade e no meio ambiente (DANIEL, 2014).

Segundo Sousa (2006) a Responsabilidade Interna, se trata de a empresa desenvolver determinadas ações ambientais ou sociais, por crer que é o certo a ser realizado. A corporação faz uso dos seus valores internos para subsidiar as decisões. Envolve o conceito anterior, mas estende além dos preceitos legais.

De acordo com a mesma autora a Responsabilidade Social Empresarial está mais à frente do que cumprir as obrigações legais. E que a responsabilidade exigida é um pré-requisito para atingimento da responsabilidade interna, elaborada segundo as crenças, valores e culturas da empresa (SOUZA, 2006).

Para Carroll (1991), existem quatro concepções da responsabilidade corporativa, a responsabilidade econômica, legal, ética e social. A econômica é a ideia de que as organizações devem produzir bens e serviços que a sociedade deseja e vendê-los para auferir lucro. A legal, é a ideia de que a produção deve respeitar as normas legais, seguindo padrões ambientais, de segurança e qualidade.

A responsabilidade ética, é a concepção de que as empresas em suas decisões, devem ter comportamentos éticos agindo com princípios e valores e por último a responsabilidade social, é a qualidade na produção em relação aos fornecedores e clientes, projetos sociais para melhoria da sociedade e a preservação do meio ambiente, envolvendo a filantropia com a prática voluntária de atos ou programas para promover bem-estar (CARROLL, 1991). O Quadro 1 sintetiza os componentes econômicos e jurídicos.

**Quadro 1: Componentes Econômicos e Jurídicos da Responsabilidade Social Corporativa (1991)**

<b>Componentes Econômicos (Competências)</b>	<b>Componentes Legais (Competências)</b>	<b>Componentes Éticos (Competências)</b>	<b>Componentes Filantrópicos (Competências)</b>
<p>1- Execução consistente com a maximização do lucro por ação.</p> <p>2- Ser rentável o quanto possível</p> <p>3- Manter uma forte posição competitiva</p> <p>4- Manter um nível elevado de eficiência operacional</p> <p>5- É muito importante que uma empresa bem-sucedida seja definida como consistentemente rentável.</p>	<p>1- É necessário executar de forma consistente quanto às expectativas do governo e da lei.</p> <p>2- É importante ter responsabilidade para com os âmbitos federal, estadual e local.</p> <p>3- É importante ser um cidadão corporativo cumpridor da lei.</p> <p>4- É relevante que uma empresa bem-sucedida seja vista como cumpridora das normas legais.</p> <p>5- É importante fornecer produtos e serviços que cumpram os requisitos legais.</p>	<p>1- É importante praticar ações sociais de forma ética.</p> <p>2- É importante reconhecer e respeitar novas normas éticas/morais adotadas pela sociedade.</p> <p>3- É importante praticar a ética, a fim alcançar os objetivos da empresa sem comprometê-los.</p> <p>4- É importante que a empresa exerça sua função cidadã fazendo o que se espera moralmente ou eticamente.</p> <p>5- É importante reconhecer que a integridade corporativa e o comportamento ético vão além de cumprir as leis e regulamentos com conformidade.</p>	<p>1- É importante a realização de uma forma consistente com as expectativas de caridade e filantrópicas para com a sociedade.</p> <p>2- É importante valorizar as artes plásticas e cênicas, em geral a cultura.</p> <p>3- É importante que os gestores e colaboradores participem das ações sociais.</p> <p>4- É importante fornecer assistência às instituições privadas e públicas.</p> <p>5- É importante a realização de projetos voluntários para a qualidade de vida.</p>

Fonte: Adaptado de Carroll, (1991).

## **2.2 BENEFÍCIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Muitos fatores evoluíram não só no âmbito empresarial, mas na sociedade como um todo. Desigualdades sociais, problemas ambientais, transformações econômicas e tecnológicas geraram modificações na gerência dos negócios da empresa, e o consumidor passou a exigir uma posição das organizações em relação a padrões éticos, transparência dos princípios organizacionais e ações socialmente responsáveis (ARCIONI; MESQUITA, 2007).

Atitudes sociais bem executadas garantem a qualquer empresa posição de destaque na sociedade que atua, sendo assim um fator importante na autopreservação empresarial. Com uma ótima percepção do público em relação a projetos sociais realizados pela organização, ganha maior perceptibilidade, aceitação e potencialidade (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007). Com base nesse conceito, a Responsabilidade Social Corporativa, que possui importâncias estratégicas para diversas empresas (LUO; BHATTACHARYA, 2006), se praticada pela empresa gera benefícios importantíssimos, e beneficia não só a mesma, mas o meio em que ela atinge, seu público, e onde está implantada. Como citado acima, Bertoncello e Chang Júnior (2007), ainda enfatizam que clientes se tornam orgulhosos de consumir produtos/serviços de uma empresa que se preocupa com as questões sociais, fornecedores sentem-se motivados para trabalhar com a empresa. Assim, a sociedade civil e o governo tornam-se parceiros desta empresa e de seus projetos sociais.

Outro efeito positivo para empresas socialmente responsáveis é o avanço no posicionamento no mercado de trabalho e o desenvolvimento dos seus fornecedores, resultando num ambiente mais colaborativo, e também incentivando pequenas empresas locais a se tornarem seus parceiros, com propósito de melhoria na qualidade de vida das regiões em que operam (SOUSA, 2006). A RSC é uma ferramenta determinante para qualquer entidade, fazendo parte dos propósitos corporativos como tema inconversível e assíduo. Não se trata de modismo ou prática de marketing, mas uma compreensão que deve associar-se a administração estratégica (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007). Com a RSC a empresa se torna mais eficiente e bem vista. De acordo com Zaccariotto, Chiarinotti e Carvalho (2015) as empresas têm grandes dificuldades para estabelecer os benefícios que a RSC oferece, e mesmo assim se perguntam quais seriam os efeitos caso não a praticassem.

Em 1997, no Brasil, o Ibase lançou seu modelo de balanço social em conjunto com o Jornal Gazeta Mercantil, e um selo do balanço social, cuja finalidade era motivar as empresas brasileiras à prática de projetos sociais, as quais receberiam o selo pelas ações desenvolvidas (SOUSA, 2006). A ideia anteriormente foi uma proposta importante que fez com que as organizações tomassem iniciativa e visassem não só o lucro, mas o ganho social na questão de contribuir para um mundo melhor, agir positivamente perante o corpo social.

## 2.3 AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A Responsabilidade Social Corporativa, uma temática de gestão nova e vasta que, conforme a ótica de cada, engloba desde a correção na entrega dos produtos e serviços até a relação entre as organizações com as comunidades em que se inserem (BRITO, 2004).

Atualmente nas grandes corporações, é discutido oficialmente, quase como um encargo, a relação justa e igualitária que essas empresas buscam conservar com seus públicos variados. Sob esse raciocínio, as empresas devem buscar, além de seus lucros, um vínculo que seja o mais estável possível com toda corporação social que fazem parte, além de impactarem e serem impactados de alguma maneira pelas ações dessas organizações (ANDRADE; GOSLING; LIMA, 2011). Schroeder e Schroeder (2004), relatam que as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) podem levar a comunidade a autenticar as empresas como ordenadores e provedoras principais do bem-comum. Assim, as empresas têm seu poder amplificado, sendo necessário limitá-lo, visto que as empresas são apenas mais uma faceta social, com intuítos próprios e específico.

Segundo Machado Filho (2002) a instrumentalização direta de planejamentos sociais pela própria estrutura corporativa da empresa ocorre quando há um grau elevado de peculiaridade entre a atividade econômica e as ações de Responsabilidade Social a serem executadas. As considerações que suportam as ações de responsabilidade social são apoiadas em princípios éticos ou em instrumentos racionais. É notório que a convergência em préstimo da responsabilidade social se dá entre as visões chamadas “moderna” e “socioeconômica”. Em conformidade com estas duas visões, as ações de responsabilidade social estariam ocasionando quantia para a empresa (MACHADO FILHO, 2002).

As conclusões designam que as práticas de RSC não só ajudam na imagem da empresa, como também se agregam a questões de regulamento econômico e de ameaças que se reproduzem em resultados competitivos (AZEVEDO; ENDE; WITTMANN, 2016). Na maior parte das vezes tais ações são complementadas com adoções de mudanças comportamentais e de gestão que abrange maior transparência, valores na relação com seus parceiros e ética (DANIEL, 2014).

De acordo com Azevedo, Ende e Wittmann (2016), as consequências dos atos de RSC desenvolvidas pelas organizações têm funções além de estratégias mercadológicas ou de avanço direto nas conclusões de eficiência e eficácia, pois a organização considera que estas mesmas ocasionaram em melhorias favoráveis na imagem perante o olhar dos consumidores. As empresas estão procurando meios de dispor práticas a RSC em suas gestões, mesmo que de uma forma diversificada, onde cada qual busca condutas sociais de acordo com suas necessidades, fazendo com que sua execução na área possa se tornar um diferencial competitivo (ZACCARIOTTO; CHIARINOTTI; CARVALHO, 2015). O Quadro 2 apresenta as principais ações de RSC.

**Quadro 2: As principais ações de Responsabilidade Social Corporativa**

Ações	Autores		
	Soares (2004)	Camillo et al (2015)	Lara (2014)
Preservação dos recursos naturais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ética empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Respeito aos trabalhadores	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Interação entre público e empresa		<input type="checkbox"/>	
Conceder benefícios aos funcionários		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promover a participação de ações sociais por parte dos colaboradores		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivar programas de desenvolvimento e inovação		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promover palestras sobre impactos que a empresa ocasiona		<input type="checkbox"/>	
Perfeição no serviço/respeito ao consumidor		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promover participação da comunidade, para realização de projetos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parcerias com o governo desenvolvendo projetos educacionais		<input type="checkbox"/>	
Práticas altruístas sem auferirem lucro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Programas dirigidos à saúde			<input type="checkbox"/>
Responsabilidade englobando ações de recursos às atividades de serviços de caridade			<input type="checkbox"/>

Fonte: Elaborado pelos autores

## **2.4 RSC EM UNIVERSIDADES DE ENSINO SUPERIOR**

As universidades encarregam-se de vários papéis na sociedade, além da educação profissional que é um fator indispensável para o progresso do país (ALCÂNTARA et al., 2012).

Uma universidade tem por missão garantir uma base técnica, intelectual e científica preparando o indivíduo para a vida profissional. Assim ela expressa não só o saber, mas a cultura da sociedade em que está situada (MAZON et al., 2012).

Na última década, o setor de educação superior brasileiro passou por grandes mudanças, principalmente na questão de crescimento da participação da iniciativa privada, ganhando destaque a proliferação de cursos e faculdades que expandiram a oferta de vagas e que causou maior competitividade entre as instituições (PAIVA et al., 2016). E com essa análise, Vale, Oliveira e Souza (2016), ressaltam que as Instituições de Ensino Superior devem ser condescendentes e ágeis para lidar com essas transformações.

Para que as Instituições de Ensino Superior (IES), públicas ou privadas, continuem atuando é necessária a qualidade dos serviços oferecidos e da satisfação dos seus alunos, considerados clientes para as instituições (ALCÂNTARA et al., 2012; VALE; OLIVEIRA; SOUZA, 2016). Por isso, a responsabilidade social, práticas empresariais éticas e morais estão diretamente relacionadas com a imagem da organização (BOFF; ORO; BEUREN, 2008).

As instituições do setor privado são mantidas e administradas por pessoas físicas ou jurídicas de direito privado, podendo atuar com fins lucrativos ou particulares, ou sem fins lucrativos (VALE; OLIVEIRA; SOUZA, 2016).

A difusão da educação superior exige investimentos significativos e isso pode levar a um trade-off entre quantidade e qualidade. É evidente enfatizar que não basta a existência de cursos de educação superior, é condição sine qua non que estes possuam bons atributos como: recursos didáticos, professores capacitados, bibliotecas, enfim condições fundamentais para uma instituição (ALCÂNTARA et al., 2012).

Segundo Boff, Oro e Beuren (2008), as IES, consideradas como propagadoras do conhecimento, se auto condiciona a manter a ética e a responsabilidade pela preservação da qualidade do meio ambiente, agindo de forma ecologicamente correta, para que possa também, induzir seus discentes a praticarem essas responsabilidades sociais, e de gestão ambiental nas organizações que irão atuar.

A promoção do ensino socialmente responsável abarcaria a formação de indivíduos qualificados para a inclusão no mercado profissional, indivíduos críticos, com valores morais, capacitados a tomar decisões frente a questões éticas, não apenas considerando uma visão deontológica, mas também seus contextos pragmáticos, morais e sociológicos (BOLAN; MOTTA, 2015).

Segundo Rodrigues, Ribeiro e Silva (2006), para que isso aconteça, as instituições de ensino devem pesquisar e verificar, junto ao mercado que integra o aluno formado, os atributos e o perfil do profissional desejado. Assim, também, o aluno formado deve ser consultado para julgar o resultado que a instituição está conseguindo com esse profissional no mercado, conceituando que estes resultados são dependentes à missão da instituição.

Existem diversas concepções do que seria a Responsabilidade Social na Educação Superior. Trata-se, de temática multidisciplinar, praticada por pesquisadores de muitas áreas do conhecimento, os quais tornaram a universidade seu objeto de estudo e cenário de atuação profissional. Em muitas situações, essas conclusões podem se complementar; em outras, assumem um caráter dicotômico, mas com o didatismo implícito nas tipologias e taxonomias (CALDERÓN; PEDRO; VARGAS, 2011).

É evidente que as IES já se conscientizaram das expectativas que a sociedade global lhes impõe. Tem se tornado situação comum a combinação de forças, não só nas ligações com outras instituições de ensino e pesquisa, mas particularmente, junto às organizações, aos agentes

públicos e às diversas notabilidades sociais de forma a solucionar problemas emergentes e permitir a verificação de impactos contextualizados (SALGADO; CANTARINO, 2006).

## **2.5 ESTUDOS CORRELATOS**

Em seu trabalho de Rodrigues, Ribeiro e Silva (2006), discute o SINAES, Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior, e uma de suas dimensões que é a Responsabilidade Social. O objetivo do presente trabalho, é compreender as premissas e embasamentos do SINAES que exigem atenção de parte das IES, para esse fim, a metodologia usada está apoiada em referencial teórico, experiência profissional e na legislação vigente. Concluindo que a responsabilidade que tais instituições possuem, oferece a sociedade produtos e serviços com qualidade e comprometimento, e também que o SINAES proporciona às IES a oportunidade de verificar o que está sendo realizado e o que deve ser melhorado para buscar a excelência. Por fim, destaca que as estratégias construídas pelas IES devem ser preservadas e adaptadas para atender as demandas da sociedade as exigências da Legislação.

Na pesquisa dos autores Calderón, Pedro e Vargas (2011), é tratada a Responsabilidade Social da Educação Superior (RSES), a partir das Conferências Mundiais sobre a Educação Superior de 1998 e 2009, promovidas pela ONU que influenciou a Unesco a valorizar o conceito de RSES. Para isso, analisou outros artigos e trabalhos fazendo comparações entres ele. E conclui que a aceitação da Unesco e diversificação das instituições de Educação Superior estimula a iniciativa privada, retira do Estado sua função essencial no financiamento e concebe a Educação Superior, por meio das RSES, como um espaço disseminador de valores para a erradicação problemas globais e defende a ampliação de acesso com qualidade e com condições que as pessoas possam concluir os estudos opondo-se as chamadas “fábricas de diplomas”.

Em seu trabalho Silva e Chauvel (2011) investigou a visão de estudantes formados em administração sobre a RCS e sobre seu ensino em cursos de graduação. Seu método se dividiu em três partes: A primeira foi uma pesquisa em sites mostrando as disciplinas de RSC das universidades, onde analisou cinco universidades do qual, quatro delas possuem matérias voltadas para a ética que é considerado uma dimensão da RSC, porém apenas uma das faculdades analisadas possui uma matéria voltada para a responsabilidade social. O segundo passo mostrou o perfil de 30 entrevistados, com idades entre 21 e 29 anos, exceto dois. E por fim, a terceira e última parte foi descrever os resultados da pesquisa de campo realizada junto aos alunos. Com esses resultados conclui que os alunos têm interesse no tema e se preocupam com as questões ligadas à RSC. Porém, não dão primórdio em sua formação as disciplinas eletivas oferecidas pelas instituições de ensino.

Machado et al (2013) em seu estudo busca identificar prática de Gestão Ambiental praticadas nas Universidades Brasileiras tendo como suporte um *survey* com 75 instituições. Com isso, evidenciou que a maioria das 29 práticas são realizadas pelas Universidades. Destas atividades, 13 obtiveram grande nível de adoção e 9, nível razoável de adoção. No total de 22 ações de Gestão Ambiental, implementadas em parte significativa das instituições de ensino superior. As 13 práticas no grande nível de adoção são: políticas de Gestão Ambiental; diagnóstico dos impactos significativos para o ambiente; treinamento e sensibilização da equipe de funcionários; programas de conscientização ambiental voltados à população; programas de conscientização ambiental voltados aos alunos; inclusão no currículo de conteúdos sobre sustentabilidade ambiental; desenvolvimento de projetos de pesquisa sobre sustentabilidade ambiental; disseminação dos projetos ambientais desenvolvidos dentro da instituição; organização de eventos sobre a questão ambiental; utilização de material reciclado; programas de reciclagem; espaços verdes – controle da vegetação; plano de ação para melhoria contínua da sustentabilidade ambiental.

Em sua pesquisa Santos e Silva (2013) teve como objetivo investigar a concepção dos estudantes de Administração sobre o ensino da RSC na faculdade. Para isso, foram realizadas entrevistas com alunos de duas faculdades no Rio de Janeiro, uma pública e outra privada.

Concluiu que apesar de muitos estudantes afirmarem não ter dúvida sobre assuntos relacionados a RSC, e se sentirem à vontade em relação ao tema foi visto que muitos tratam o tema de maneira resumida, não assimilando a extensão do assunto. Outro aspecto importante é o fato de diversos alunos terem mencionado que o espaço dado ao assunto insatisfatório na faculdade, contendo um questionamento não elaborado. Contudo aqueles que conseguiram ter acesso de cursar uma matéria sobre o tema disseram que a cursaram por ser exigido e não por afeição, porém ainda sim disseram que a percepção que tiveram do curso de modo geral foi positivo.

Em sua pesquisa Langrafe (2015) busca estudar o Desempenho Social Corporativo num setor e contexto exclusivo (Instituições de Ensino Superior no Brasil). Seu objetivo principal foi explorar a importância relacionada aos *stakeholders* das Instituições de Ensino Superior (IES) para o Desempenho Social Corporativo, conforme a concepção dos Gestores das IES brasileiras. Para isso realizou uma pesquisa utilizando-se do método *survey* de coleta de dados construído com base no documento de Agle, Wood e Sonnenfeld e, após a aceitação desse questionário por especialistas, o documento foi enviado por e-mail para cada Instituição Superior do Brasil, através do site do e-MEC, obtendo 88 respostas completas. Com isso, conclui que com relação as questões sobre geração de valor para o *stakeholders* e geração de valor para a IES resultante de relacionamento recíproco, apresentam diferenças de relevância relativa entre os *stakeholders* - com ênfase para o Corpo Docente, Discente e Técnico-Administrativo, e menor relevância para os fornecedores. Isso aconteceu também quanto a questão sobre o “Impacto Social” do atendimento aos interesses de cada um dos *stakeholders*. Assim, os *stakeholders* considerados tiveram resultados de importância relativa quanto ao impacto social, mas semelhança quanto aos níveis de contentamento para cada *stakeholders*.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa exploratória estabelece o delineamento mais prestigiado nos meios científicos. Consisti principalmente em apontar um objeto de estudo, selecionar as variáveis de capazes de induzir e definir as formas de controle e de observação das ações que a variável produz no objeto. Portanto, trata-se de uma pesquisa em que o pesquisador não é um observador passivo, mas sim um agente ativo (GIL, 2010).

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, pois aborda um assunto pouco explorado no âmbito educacional, de extrema importância para as organizações. Abrangendo questões principais relacionadas ao tema tratado de modo a contribuir para a compreensão das principais ações de RSC executadas pelas IES.

Levantamento são pesquisas que procedem à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas, caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas, mediante aos problemas estudados. Por intermédio de estudo quantitativo, se chegará aos resultados correspondentes dos dados coletados (GIL, 2010).

Quanto aos procedimentos, trata-se de um levantamento, pois, será realizada através de um questionário, a coleta de informações sobre as ações socialmente responsáveis praticadas pelas Instituições de Ensino Superior do setor privado. Com base nos dados coletados serão analisados os resultados, chegando às possíveis conclusões.

Entrevistou-se 6 (seis) instituições de Ensino Superior, e os dados da pesquisa estão no quadro 3.

Quadro 3: Dados das faculdades de pesquisa

Faculdades	Local	Tempo de existência da faculdade (Anos)	Quantidade de alunos	Quantidade de funcionários	Cursos superiores oferecidos	Cargo do entrevistado	Tempo de atuação na IES (Anos)
A	Santo André	12	800	150	8	Diretor Geral	4
B	Santo André	9	200	30	5	Diretora	9

C	São Paulo	114	5.000	450	7	Vice-Reitor	7
D	São Paulo	71	25.000	3.000	31	Controller	22
E	Santo André	75	800	118	10	Diretora Geral	3
F	São Bernardo do Campo	76	9.500	700	11	Vice-Reitora	15

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao roteiro de entrevista, foram elaboradas 31 (trinta e uma) questões relacionadas à Responsabilidade Social e suas ações criadas com base no referencial teórico, apresentadas no quadro 4.

A coleta de dados realizou-se por intermédio de entrevistas realizadas com diretores, reitores, controller e vice-reitores de faculdades privadas em diferentes lugares do estado de São Paulo, através de um roteiro de entrevista com 31 perguntas elaborado pelos autores, relacionadas as ações de responsabilidade social praticada pela IES, como mostra o quadro 4. Entrou-se em contato com a administração da faculdade, e em seguida foi enviado o questionário para que as mesmas se preparassem para a entrevista. A duração das entrevistas, em média, foi de 30 (trinta) minutos, sendo gravadas e coletadas pelas autoras do trabalho. As entrevistas foram realizadas entre os dias 20/02/2017 a 31/03/2017.

**Quadro 4: Práticas de ações de Responsabilidade Social nas Instituições de Ensino Superior**

TEMA	AUTOR	QUESTIONÁRIO
Ações Socialmente responsáveis	<b>Machado Filho, (2002)</b>	1- A instituição pratica a gestão participativa envolvendo funcionários e alunos nas questões sociais? 2- Quais destes vetores (apoio a comunidade, preservação do meio ambiente, bem-estar dos funcionários, comunicação transparente, retorno aos acionistas, sinergia com parceiros) de RSC são utilizados na instituição? 3- A instituição pratica a ação social interna? 4- A ação social interna é praticada nas salas de aulas? 5- A instituição utiliza do marketing social para incentivo às ações sociais realizadas?
Efeitos e Ganhos com prática da RSC para a IES e seus Stakeholders	<b>Bertoncello e Chang Júnior (2007)</b>	6- Quais são as principais ações de responsabilidade social praticadas? 7- Qual a percepção dos alunos em relação a RSC da instituição? 8- Quais são os ganhos tangíveis que a instituição obteve optando pela gestão socialmente responsável? 9- Quais são os ganhos intangíveis que a instituição obteve por ter uma gestão socialmente responsável? 10- Como a Instituição lida com pessoas que possuem deficiência física e/ou mental? 11- A instituição identifica os interesses dos stakeholders? 12- A instituição respeita os interesses dos seus stakeholders? Quais são as principais ações?
Gestão Ambiental e Sustentável	<b>Machado et al., (2013)</b>	13- Há espaços para manifestação da comunidade? 14- Há espaços para manifestação dos funcionários? 15- Há espaços para manifestação dos alunos? 16- A instituição possui/ pratica a ISO 14.000?
Indicadores de responsabilidade social	<b>Vasconcelos et al., (2009)</b>	17- A organização tem como prática a gestão ambiental? 18- Quais são as principais ações de gestão ambiental? 19- Para realizar o desenvolvimento sustentável, quais mudanças foram feitas na instituição? 20- O modelo de balanço social é praticado pela Instituição?
Responsabilidade Social Corporativa em IES	<b>Langrafe (2015)</b>	21- Como os avanços tecnológicos interferem nas ações de RSC praticadas? 22- A instituição possui/ pratica a ISO 26.000? 23- A instituição possui um comitê de ética? 24- A empresa possui um regulamento ético? 25- Quais são os benefícios de gerir a ética em uma instituição de ensino? 26- Qual as dificuldades encontradas para estabelecer ações responsáveis? 27- Qual a concepção das pessoas sobre instituições que praticam RSC? 28- Para a instituição de ensino, o que significa RSC? 29- Quais os desafios da universidade do século XXI para contribuir para o desenvolvimento social? 30- Quais os desafios da universidade do século XXI para contribuir para o desenvolvimento ambiental? 31- Ações relacionadas a conscientização da saúde e educação, e da importância de ser socialmente responsável são ações executadas pela instituição?

Fonte: Elaborado pelos autores

Foi feita a análise de dados através da análise de conteúdo por grade mista. Segundo Vergara (2012) a grade mista intitula-se inicialmente as categorias relacionadas as metas da pesquisa, entretanto, admite-se a integração de categorias surgidas durante procedimento de exploração. Analise a necessidade de subdivisão, inclusão ou exclusão das categorias. Determina o contexto final de categorias, considerando o possível rearranjo.

#### **4. ANÁLISE DE DADOS**

Com relação à responsabilidade social participativa dentro das IES, observou-se que todas as entrevistadas, possuem em sua gestão, ações de responsabilidade que envolvem funcionários e alunos. A IES A, possui um comitê de avaliação, enquanto a instituição de ensino D, um conselho universitário de ensino e pesquisa de extensão. A instituição E diz que é necessário para o melhor desenvolvimento do trabalho. Já para a IES F, faz parte da missão.

É muito importante que tenhamos a ideia e a participação de todas as pessoas, para assim, desenvolver um trabalho melhor. Sozinho não se chega à lugar nenhum.  
Instituição E

De acordo com Silva e Chauvel (2011), referente à pesquisa realizada com alunos de administração, uma parte pratica ações de responsabilidade, como por exemplo, participar de atividades desenvolvidas em organizações, inclusive de voluntariado.

Se tratando das principais ações de responsabilidade sociais corporativas praticadas, as instituições D e F oferecem bolsas para alunos considerados carentes, e, além disso, na sua grade curricular, a instituição F possui a disciplina de ecologia e sustentabilidade. Por sua vez, a instituição A faz parceria com agências de emprego e estágio, encaminhando seus alunos. A instituição de ensino C acredita que a principal ação é a formação de alunos competentes. A instituição B realiza ações voltadas às mães de crianças com microcefalia na cidade de Recife-PE, enquanto a instituição E se dispõe a ajudar ONGs.

Desempenhamos uma ação social em Recife, para mães de crianças portadoras de microcefalia. São professores da instituição que dão assessoria para essas mães.  
Instituição B

As ações de responsabilidade social são formas de amenizar riscos e, criar autenticidade na comunidade onde ampliam suas atividades (MACHADO FILHO, 2002).

Quanto à questão da ação social interna praticada em sala de aula, situa-se que, todas as instituições entrevistadas, exceto B e D, possuem ações sociais dentro da organização. Para a instituição A, a ação social interna está ligada à organização e limpeza do local. Já a instituição C, faz campanhas do agasalho e doações de alimentos para amparar quem precisa. A IES F, com o mesmo objetivo de auxiliar o próximo, possui orientação religiosa na grade curricular. E a instituição E relatou que os alunos do curso de ciências contábeis ajudam a comunidade com orientações sobre imposto de renda.

Há algumas disciplinas que lidam com valores de solidariedade, de olhar para o próximo, de trabalhos e ações sociais. Instituição F

Segundo Sousa (2006), a responsabilidade interna é desenvolvida de acordo com valores, crenças e a cultura da organização. Junto com os alunos, consegue-se uma redução de custos, que retornará aos mesmos, como bolsas de estudos. Além das bolsas, criará uma comissão pelo SGA interno da instituição que também será responsável para levar ao âmbito externo (BOFF; ORO; BEUREN, 2008).

Com relação aos principais vetores, todas as IES entrevistadas possuem práticas de preservação ao meio ambiente e apoio à comunidade. Instituições C, D e F se destacam por, também, praticar ações que proporcionam bem-estar dos funcionários, comunicação transparente e sinergia com parceiros. Apenas a instituição E possui retorno aos acionistas, como mostra o quadro 5.

**Quadro 5: Principais vetores de Responsabilidade Social Corporativa utilizados nas instituições de ensino superior**

Vetores IES	Apoio a comunidade	Preservação do meio ambiente	Bem-estar dos funcionários	Comunicação transparente	Retorno aos acionistas	Sinergia com parceiros
A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
C	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Fonte: Elaborado pelos autores

As execuções do comitê, abrangem ações internas que, procuram melhorar as informações e zelar pela conduta ética de administradores e colorados (BARAKAT, 2013).

Referente à manifestação da comunidade, funcionários e alunos nas instituições, as IES A e C dão oportunidades para que possam dar opiniões, conselhos e sugestões. Já na instituição B, há eventos extraclasse para alunos, funcionários e para a comunidade. Na IES D há duas associações, uma de professores e outra de funcionários, que provocam assembleias e reuniões. E na instituição F, existe um conselho de curadores, onde há representantes da sociedade. Para alunos e funcionários docentes e discentes, dispõem-se assentos no conselho universitário.

Muitas das vezes, as manifestações são contraditórias ao que pensamos, mas a pluralidade é elementar. Conviver com o contraditório e com opiniões contrárias, é importante. Instituição A

Pode-se alegar que, estudantes manifestaram uma maior aceitação da iniciativa social, mostrando ao mesmo tempo sua divergência e sua utilidade (GONZÁLEZ-RODRIGUEZ; DÍAZ-FERNÁNDEZ; SPERS; LEITE, 2016).

Com relação aos ganhos tangíveis e intangíveis de gerir uma gestão socialmente responsável, a IES A relata que está relacionado à satisfação dos funcionários, enquanto as instituições C, E e F acreditam que uma boa imagem institucional traz ganhos significativos por meio de: Formação de bons estudantes e de um bom clima organizacional, segundo a instituição C; Qualidade e dignidade, de acordo com a instituição E; disponibilidade de bolsas e conforme a instituição F, que afirma trazer conseqüentemente, um ganho tangível. A instituição B relata que já ganhou prêmios com relação às ações socialmente responsáveis praticadas dentro do ambiente institucional e também, o reconhecimento das pessoas. A IES D não mensura os ganhos.

O maior ganho que nós temos, é o reconhecimento de quem ajudamos. Na verdade, é isso que buscamos. Instituição B

A organização, acredita que benefícios como: licença para operar, aprendizagem, inovação e ganhos de reputação, são ganhos que podem se obter com uma gestão socialmente responsável (BARAKAT, 2013). Neste conceito, as vantagens competitivas sucedem tanto da exploração de oportunidades de mercado, como também, do desenvolvimento de competências organizacionais (DANIEL, 2014). Segundo Boff, Oro e Beuren (2008), considera-se que todas as ações são regressadas para o benefício da sociedade e da instituição.

Com relação às questões ambientais, as instituições B, C e F afirmam praticar projetos, inclusive ações nas próprias entidades, onde há o envolvimento de alunos e funcionários que contribuem com a prática. A instituição B, relatou que, com a arrecadação de garrafas pet, pelos próprios alunos, contribui com um projeto realizado pela comunidade do bairro, onde, as garrafas são transformadas em vassouras para a limpeza da cidade. Já a instituição C, é mais voltada para atitudes internas, ou seja, na instituição há instalações que regulam a dosagem de água em descargas sanitárias, torneiras e válvulas. A IES F, menciona estar situada em uma área de preservação, e ser responsável por cooperar com a conservação da natureza, inclusive de uma represa próxima, onde a organização possui um piso permeável para questões de recursos hídricos.

Ter a noção de que nós dependemos de um meio ambiente saudável e, necessitamos do verde, às vezes é complicado. A conscientização das universidades é pouca.  
Instituição B

Centros universitários e instituições estão se preocupando em formar administradores prudentes com o meio ambiente, para diminuir a instabilidade que as organizações causam na natureza. Mas isso ainda é longínquo do que, seria o ideal (DANIEL, 2014).

Contudo, há metas a serem traçadas para que aconteçam ações ambientalmente e socialmente responsáveis. Como afirmam as instituições E e F, uma das metas a serem cumpridas é: influenciar seus alunos a se tornarem cidadãos, indivíduos conscientes, que tenham muita informação, mas principalmente, saibam tomar as decisões certas.

Quanto mais você aprender, se abrir com o mundo, se der a oportunidade de ser flexível e, reconhecer que o aprendizado é fundamental em todas as áreas, mais informação e capacidade será adquirida para tomar a decisão certa. Instituição E

Segundo Boff, Oro e Beuren (2008), as IES propagam o conhecimento, mantendo a ética de forma correta a induzir seus discentes a seguir seu exemplo, para que pratiquem reponsabilidades nos meios que irão atuar ou já atuam.

Outro ponto abordado na pesquisa, foi a ética nas instituições. Foram analisadas, que todas as IES entrevistadas, possuem prática à ética. Porém, a instituição de ensino D, não tem um comitê, mas possui regulamento ético gerido na instituição. A IES F, não possui comitê e regulamento. Já a instituição A, B, C e E têm comitê e regulamento. Os benefícios de reger a ética, de acordo com as instituições citadas, são formar alunos, futuros profissionais com visão e valores, que contribuam para o bem da sociedade.

Se espera, que as instituições tenham condutas éticas nas suas posições, para que contribuam com o desenvolvimento da sociedade, de forma justa. Se trata de um valor humano importantíssimo. Instituição C

A responsabilidade ética, é o conceito de que as organizações devem ter condutas éticas, princípios e valores para com as suas decisões e melhoria da sociedade (CARROLL, 1991).

Para realizar ações socialmente responsáveis, é preciso empenho e compromisso. Foi discutido nas entrevistas quais seriam os principais desafios e dificuldades encontradas pelas IES para a prática da RSC. De acordo com a IES B, a maior dificuldade é a conscientização das pessoas em se preocupar com o próximo, com o ambiente em que se está. Encontrar voluntários, dispostos a participar de condutas sociais, é um desafio e seria um diferencial. Já para a instituição E, a dificuldade é a adesão de atitudes sociais, onde há participação da maioria, mas poucos dão continuidade aos projetos.

O grande desafio é fazer o indivíduo pensar a respeito, e, realmente ter ações produtivas. Instituição E

As organizações estão buscando meios de inserir a prática á RSC em suas coordenações, condutas socialmente conscientes, de distintas maneiras, conforme suas privações, para que se torne um diferencial (ZACCARIOTTO; CHIARINOTTI; CARVALHO, 2015).

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Responsabilidade Social Corporativa é um assunto contemporâneo, sendo cada vez mais discutido, ganhando espaço e grande importância nas organizações. É um conceito amplo, pois abrange vários temas. As práticas de ações socialmente responsáveis, se destacam nas Instituições de Ensino Superior, ambiente do qual, forma pessoas para a sociedade e para o mercado de trabalho. Segundo Pereira (2003), a IES tem a função de preparar profissionais cientes da importância social que a profissão escolhida pode causar a sociedade. A abordagem do tema Responsabilidade Social Corporativa cresce, atualmente, no meio acadêmico e empresarial (SERPA; FOURNEAU, 2007).

Assim, esta pesquisa teve, como objetivo, identificar quais as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) são utilizadas pelas Instituições de Ensino Superior do estado de São Paulo.

Por meio da análise de resultados, identificou-se que cada IES tem seu próprio conceito sobre Responsabilidade Social Corporativa e, por esta razão, cada uma contribui da forma mais viável para a instituição. Suas ações variam, com poucas semelhanças entre si, como, bolsas para alunos considerados carentes e formação de alunos competentes. Porém, através da análise das entrevistas, é notório que, uma grande parte das ações de RSC praticadas pelas instituições, são voltadas para a sociedade, tendo como exemplo, assistência em organizações não-governamentais, parceria com agências de empregos para beneficiar os alunos, dentre outros. São ações sociais sem almejem lucro ou qualquer benefício tangível em troca, como ações voltadas para crianças com microcefalia, e trabalhos realizados em ONGs.

Assim como em outros estudos, observou-se que organizações que praticam ações socialmente responsáveis, têm impactos positivos na sociedade. Na percepção de alguns *stakeholders*, Responsabilidade Social Corporativa, parece estar ligado as obrigações fundamentais da empresa (SERPA; FOURNEAU, 2007), porém, identificou-se em nossa pesquisa, que, se tratando de Instituições de Ensino, as práticas de RSC não são tão cobradas. Por esta razão, diferentemente de outras organizações, as Instituições de Ensino não utilizam a RSC para obterem um retorno monetário em troca. Bem como em outros estudos, constatou-se também, que a Responsabilidade Social Corporativa está incorporada em várias matérias curriculares, não apenas em uma específica; no levantamento dos assuntos notou-se a multidisciplinaridade do tema (BON; LEVY, 2013).

Esta pesquisa contribui de forma gerencial, para que, coordenadores de Instituições de Ensino Superior, possam desenvolver estratégias gerenciais utilizando-se da RSC, envolvendo funcionários e alunos nestas ações, enriquecendo os conhecimentos, com atividades complementares, inseridas na grade curricular e, utilizando-a como uma estratégia competitiva. Como já dito, a RSC, contribui para que a instituição adquira uma boa imagem na sociedade e, conseqüentemente, irá atrair cada vez mais alunos.

Sendo assim, pretende-se com este trabalho, contribuir em relação ao assunto explorado, pois são poucas as pesquisas que abrangem as ações de RSC em IES. Compreender como são executadas, e que ganhos, benefícios, essas ações socialmente responsáveis podem gerar, não só para a própria instituição, mas também para a sociedade.

Como citado acima, as ações de Responsabilidade Social Corporativa são extensivas, e por este motivo, encontrou-se limitações, que nos impossibilitaram de apresentar todas as ações já realizadas pelas IES, de forma aprofundada e explícita.

Como proposta a novos estudos, é importante analisar a importância de gerir ações responsáveis em Instituições de Ensino Superior, não apenas em IES, mas também em outras Instituições, além de outras ações de RSC que não foram expostas neste trabalho. Quais impactos elas ocasionam no meio em que foram aplicadas e, como influenciam quem está a sua volta, são questões interessantes para serem exploradas.

## REFERÊNCIAS

- ABNT, 2010. Diretrizes sobre responsabilidade social. Disponível:<[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield\\_generico\\_image\\_ns-filefield-description%5D\\_65.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_image_ns-filefield-description%5D_65.pdf)>. Acesso em: 17/09/2016.
- ALCÂNTARA, V. C.; LUIZ, G. V.; FERREIRA, A. C.; TEODORO, S. A. S. Dimensões e determinantes da satisfação de alunos em uma instituição de ensino superior. **REMark**, v. 11, n. 3, p. 195-223, 2012.
- ALMEIDA, T. A.; SILVA, J. D.; OLIVEIRA, M. C. Responsabilidade Social Corporativa e a influência de aspectos do ambiente institucional: Uma análise no setor bancário brasileiro. **Revista Universo Contábil**, v. 11, n. 4, p. 44-62, 2015.
- ANDRADE, M. A. M.; GOSLING, M.; LIMA, G. C. O. A “Responsabilidade Social” dos bancos no Brasil. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 5, n. 3, art. 11, p. 168-182, 2011.
- ARCIONI, W. A.; MESQUITA, J. M. C. A responsabilidade social nas organizações: percepções e realidade. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 7, n. 2, p. 1-17, 2007.
- AZEVEDO, J. B.; ENDE, M. V.; WITTMANN, M. L. Responsabilidade social e a imagem corporativa: O caso de uma empresa de marca global. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 9, n. 1, p. 95-117, 2016.

BARAKAT, S. R. Alinhamento entre Responsabilidade Social Corporativa e estratégia: Estudo do caso Itaú Unibanco. 2013. 141 f. Dissertação (Mestrado em ciências) - Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2013.

BASSEN, A.; JASTRAM, S.; MEYER, K. Corporate social Responsibility. **Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik (zfwu)**, v.6, n. 2, p.231-236, 2005.

BERTONCELLO, S. L. T.; JÚNIOR, J. C. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. **FACOM**, v. n/a, n. 17, p. 70-76, 2007.

BOFF, M. L.; ORO, I. M.; BEUREN, I. M. Gestão Ambiental em Instituição de Ensino Superior na visão de seus dirigentes. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 2, n. 1, p. 4-13, 2008.

BOLAN, V.; MOTTA, M. V. Responsabilidade social no ensino superior. **Revista de Educação**, v. 10, n. 10, p. 204-210, 2015.

BON, A. C.; LEVY, B. P. Metodologias em teses de Responsabilidade Social Corporativa. **Revista Pretexto**, v. 14, n. 4, p. 29-45, 2013.

BRANDÃO, I. F.; ASSUNÇÃO, R. R.; PONTE, V. M. R.; REBOUÇAS, S. M. D. P. Fatores determinantes do disclosure de guidance das companhias listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 10, n. 21, p. 87-114, 2013.

BRITO, H. L. L. Ações de Responsabilidade Social Corporativa: a quem são dirigidas? **Revista Pretexto**, v. 5, n. 1, p. 13-24, 2004.

CAMILLO, R.; ELY, B. J.; MEDEIROS, F. S. B.; BORTOLUZZI, D. A.; WAECHTER, L. S.; OBREGON, S. L. Responsabilidade social em uma empresa distribuidora de energia elétrica. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, n. Ed. Especial, p. 119-132, 2015.

CALDERÓN, A. I.; PEDRO, R. F.; VARGAS, M. C. Responsabilidade social da educação superior: A metamorfose do discurso da UNESCO em foco, v. 15, n. 39, p.1185-98, 2011.

CARROLL, A. B. (1991). **The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders** (4ª Ed). Business Horizons: Elsevier, V. 34.

CRANE, A.; MC WILLIAMS, A.; MATTEN, D.; MOON, J.; DONALD, S. S. (2008). **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**. Oxford University Press on Demand. Oxford, V. n/a.

DANIEL, R. H. M. A. Sustentabilidade. O ciclo do sucesso: Responsabilidade social, econômica e ambiental como vantagem competitiva. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 18, n. 28, p. 114-120, 2014.

DUBIELZIG, F.; SCHALTEGGER, S. Corporate Social Responsibility. **Handlexikon Public Affairs**, v. n/a, p. 240-243, 2005.

ENSSLIN, L.; DUTRA, A.; MARTINS, R. P.; DEZEM, V. Modelo construtivista para apoiar o processo de gestão da Universidade Federal de Tocantins. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 15, n. 2, p. 122-129, 2016.

FONSECA, M. R.; ROCHA, T. V.; SPERS, E. E. A influência da Responsabilidade Social Corporativa na imagem de marca: Um estudo em empresas brasileiras do setor de cosméticos. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 6, p. 34-46, 2014.

FRIEDMAN, M. (1970). **The social responsibility of business is to increase its profits. In Corporate ethics and corporate governance**. Springer berlin Heidelberg, V. n/a.

GALEGO-ÁLVARES, I.; FORMIGONI, H.; ANTUNES, M. T. P. Corporate Social Responsibility practices at brazilian firms. **Revista de Administração de Empresas**, V. 54, n.1, 12-27, 2014.

GIL, A. C. (2010). **Como elaborar projetos de pesquisa** (5ª Ed). Atlas: São Paulo, V. n/a.

GISBERT, A.; LUNARDI, V. A evolução da RSC no Brasil entre as empresas listadas na Bovespa. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 6, n. 1, p. 90-111, 2012.

GONZÁLEZ-RODRIGUEZ, M. R.; DÍAZ-FERNÁNDEZ, M. C.; SPERS, V. R. E.; LEITE, M. S. Relation between background variables, values and corporate social responsibility. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 1, p. 8-19, 2016.

INEP, 2014. Censo da Educação Superior 2014- Notas Estatísticas. Disponível:<[http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/censo\\_superior/documentos/2015/notas\\_sobre\\_o\\_censo\\_da\\_educacao\\_superior\\_2014.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2015/notas_sobre_o_censo_da_educacao_superior_2014.pdf)>. Acesso em: 06/09/2016.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; SANTOS, M. C. F. Responsabilidade Social Corporativa: um duplo olhar sobre a Reduc. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 6, p. 82-111, 2013.

LANGRAFE, T. F. Desempenho Social Corporativo em Instituições de Ensino Superior: A percepção dos gestores sobre os Stakeholders. 2015. 159 f. Tese (Doutorado em Ciências) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2015.

LUO, X.; BHATTACHARYA, C. B. Corporate Social Responsibility, customer satisfaction, and market value. **Journal of marketing**, v. 70, n. 4, p. 1-18, 2006.

MACHADO FILHO, C. A. P. Responsabilidade Social Corporativa e a criação de valor para as organizações: Um estudo Multicasos. 2002. 204 f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2002.

MACHADO, R. E.; FRACASSO, E. M.; TOMETICH, P.; NASCIMENTO, L. F. Práticas de Gestão Ambiental em universidades brasileiras. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 7, n. 3, p. 37-51, 2013.

MAZON, G.; LIMA, M. V.; SOARES, T. C.; SERRA, F. O uso da metodologia multicritério em apoio a decisão construtivista para avaliar o desempenho do programa de cursos de pós-graduação Lato Sensu. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 28, p. 30-52, 2012.

MC GUIRE, J. B.; SUNDGREN, A.; SCHNEEWEIS, T. (1988). **Corporate Social Responsibility and firm financial performance** (4ª Ed). Academy of management Journal, v. 31.

MC WILLIAMS, A.; SIEGEL, D. S. Corporate Social Responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? **Strategic Management Journal**, V. 21, n. 5, p. 603-609, 2000.

MOHR, L. A.; WEBB, D. J. The effects of Corporate Social Responsibility and price on consumer responses. **Journal of Consumer Affairs**, v. 39, n. 1, p. 121-147, 2005.

MOHR, L. A.; WEBB, D. J.; HARRIS, K. E. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of Corporate Social Responsibility on buying behavior. **Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 1, p. 45-72, 2001.

MURCIA, F. D.; MACHADO, M. V. Impacto do nível de disclosure corporativo na liquidez das ações de companhias abertas no Brasil. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 24, n. 3, p. 54-77, 2013.

PAIVA, R. V.; COSTA, D. M.; SILVA, C. H. P.; DIAS, A. T. Análise quantitativa comparativa da firma das Instituições De Ensino Superior Privadas. **Caderno Profissional de Administração da UNIMEP**, v. 6, n. 1, p. 22-43, 2016.

PEREIRA, R. S. Responsabilidade social na universidade. **Revista Gerenciais**, v. 2, n. n/a, p. 113-125, 2003.

RICO, E. M. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade. **Revista Administração em Diálogo**, v. 14, n. 1, p. 29-52, 2010.

RODRIGUES, C. M. C.; RIBEIRO, J. L. D.; SILVA, W. R. A responsabilidade social em IES: Uma dimensão de análise do SINAES. **Revista Gestão Industrial**, v. 2, n. 4, p. 112-123, 2006.

SALGADO, M. F. M. A.; CANTARINO, A. A. A. O papel das Instituições de Ensino Superior na formação socioambiental dos futuros profissionais. **ENEGEP**, v. 26, p. 1-8, 2006.

SANTOS, J. P.; SILVA, R. C. M. A percepção dos estudantes sobre o ensino da Responsabilidade Social Corporativa na graduação em administração. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 14, n. 2, p. 377-401, 2013.

SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. Responsabilidade Social Corporativa: limites e possibilidades. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, p. 1-10, 2004.

SEN, S; BHATTACHARYA, C. B. Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to Corporate Social Responsibility. **Journal of marketing Research**, v. 38, n. 2, p. 225-243, 2001.

SERPA, D. A. F.; FORNEAU, L. F. Responsabilidade Social Corporativa: Uma investigação sobre a percepção do consumidor. **RAC**, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.

SILVA, R. C. M.; CHAUVEL, M. A. Responsabilidade social no ensino em administração: Um estudo exploratório sobre a visão dos estudantes de graduação. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 5, p. 1539-1563, 2011.

SOUSA, A. C. C. Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial. 2006. 213 f. Dissertação (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético) – Programa de Pós-Graduação de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2006.

TORRES, M. C.; GALDI, F. C. Análise da aderência do disclosure da gestão de riscos pelas instituições financeiras à circular bacen 3.477. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 10, n. 21, p. 137-158, 2013.

VALE, A. F. N.; OLIVEIRA, A. M. B.; SOUSA, J. C. Grau de satisfação dos discentes de administração com seu curso e sua IES. **Revista de Administração IMED**, v. 6, n. 1, p. 105-115, 2016.

VERGARA, S. C. (2012). **Métodos de pesquisa de administração**. Atlas: São Paulo, V. n/a.

VOGEL, D. (2007). **The market for virtue: The potential and limits of corporate social responsibility**. Brookings Institution Press: Washington, D.C., V. n/a.

YOON, Y.; GÜRHAN-CANLI, Z.; SCHWARZ, N. The effect of corporate social responsibility (CSR) activities on companies with bad reputations. **Journal of consumer psychology**, v. 16, n. 4, p. 377-390, 2006.

ZACCARIOTTO, C. C.; CHIARINOTTI, F.; CARVALHO, L. S. Fases da responsabilidade social corporativa (rsc): a evolução do conceito de RSC. **Caderno Profissional de Administração da UNIMEP**, v. 5, n. 2, p. 103-118, 2015.