

## Educação em Gestão Responsável: uma influência na escolha do emprego?

**BEATRIZ PORFIRIO GERMIN**

FEA-RP/USP - FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO DA USP

**ADRIANA FIORANI PENNABEL**

ADMINISTRAÇÃO

**CAROLINE KRÜGER**

PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES

**ADRIANA CRISTINA FERREIRA CALDANA**

PSICOLOGIA

### Resumo

Introdução A educação em gestão responsável é fundamental para a formação de gestores alinhados com a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa (RSC) (HASKI-LEVENTHAL; POURNADER; LEIGH, 2022). Nesse contexto, estudos identificaram que esse ensino é capaz de influenciar na escolha do empregador, pois ele objetiva modificar valores, atitudes e intenções em prol da gestão responsável e as pessoas buscam organizações alinhadas com seus valores (KOLJATIC; SILVA, 2014; HASKI-LEVENTHAL; POURNADER; MCKINNON, 2017; RONDA; VALOR; ABRIL, 2018). Entretanto, esses estudos não buscaram analisar se existia diferença entre estudantes que não possuem a RSC em sua formação e aqueles que a possuem, pois foram realizados com alunos inseridos em instituições que possuíam o ensino em gestão responsável. Além disso, estudos realizados em plataformas de busca de emprego encontraram que os fatores monetários do cargo seguem ainda como prioritários na procura de uma vaga (LINKEDIN RESEARCH, 2023; WORLD ECONOMIC FORUM, 2023). Portanto, estabeleceu-se o seguinte objetivo geral para o estudo: identificar a relação entre a educação em gestão responsável e a escolha do emprego a partir da comparação entre grupos de estudantes que possuem e que não possuem a RSC na formação. Metodologia Este estudo é do tipo quantitativo descritivo. O questionário estruturado foi aplicado em alunos de MBA (n = 181) de duas instituições de ensino. Utilizou-se uma escala Likert de 7 pontos para mensurar o grau de importância de cada componente dos atributos da marca empregadora, definida como os benefícios oferecidos pela organização para o cargo que geram uma percepção de valor aos candidatos à vaga de emprego. Os atributos da marca empregadora e seus principais componentes são: I. Atributos do cargo: remuneração, carreira, regime, flexibilidade, treinamento, atividades em equipe, viagens, carga de trabalho e variedade de tarefas; II. Atributos da organização: reputação, tamanho da organização, relacionamento organizacional e cultura; III. Atributos do ambiente: localização e ambiente de trabalho; IV. Atributos de RSC: RSC, setor de atuação, diversidade e condutas éticas. Levando em consideração o MBA que cursavam, os alunos também classificaram cada tópico da educação em gestão responsável entre as opções: possui módulo(s) sobre esse tema; possui disciplina(s) sobre esse tema; mencionado em aula, mas não possui módulo/disciplina dedicados ao tema; tema não é abordado; e eu não sei. Aqueles que indicaram possuir módulo ou disciplina sobre RSC constituíram o grupo com formação em RSC (n = 102) e os demais alunos, o grupo sem formação em RSC (n = 79). O teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov indicou que a amostra não segue a curva normal de distribuição (p-valor < 0,001), exigindo a aplicação de testes não-paramétricos. O teste de Mann Whitney foi utilizado para as hipóteses com 2 grupos de comparação e o de Kruskal Wallis, para as hipóteses com mais de 2

grupos. Resultados Como resultados, obteve-se que existe uma tendência dos alunos sem formação em RSC de considerarem mais os componentes carreira e remuneração em relação aos que possuem RSC na grade curricular. Não foi encontrada diferença estatística significativa entre estes grupos para o atributo de RSC (p-valor 0,499), mas se encontrou diferença entre os grupos para o atributo do ambiente (p-valor 0,001) e para as condutas éticas (p-valor 0,010), que integra o atributo de RSC. Em ambos, de acordo com a análise descritiva exploratória dos dados, os alunos sem formação em RSC tenderam a dar mais importância a esses elementos quando comparados com os alunos que possuíam a respectiva formação. Ademais, não se encontrou diferença significativa entre homens (n = 69) e mulheres (n = 112) e entre as faixas de idade para os atributos de RSC. Em relação ao ensino em gestão responsável, a sustentabilidade não ficou entre os principais tópicos ensinados nos cursos de MBA analisados. Estes foram: gestão e engajamento de stakeholders, aspectos legais da gestão, resolução de conflitos e reconciliação, tomada de decisões éticas e RSC. Conclusões As análises dos dados indicam que a principal hipótese do estudo foi rejeitada ao não indicar diferença estatística significativa entre o grupo de alunos com formação em RSC e aqueles sem formação em RSC para o atributo de RSC, divergindo assim da literatura (HASKI-LEVENTHAL; POURNADER; LEIGH, 2022). Além disso, a tendência observada do grupo sem formação em RSC em conferir maior importância às condutas éticas em relação ao grupo com formação em RSC também diverge desses estudos. Possíveis explicações para esses achados são a predominância de alunos do primeiro ano (71%) na amostra e a forma como a ética e a RSC são ensinadas nessas instituições de ensino, visto que docentes com atitudes desfavoráveis à RSC formam alunos também desfavoráveis (KOLJATIC; SILVA, 2014). Nesse sentido, este estudo contribui para a literatura ao trazer um novo olhar para o tema, divergindo da literatura existente e indicando a necessidade de investigações mais detalhadas que demonstrem os problemas reais na formação em RSC. Nesse sentido, o estudo também contribui de forma prática ao indicar que os cursos precisam rever as temáticas abordadas quanto à RSC em sua grade curricular Referências HASKI-LEVENTHAL, D.; POURNADER, M.; LEIGH, J. S. A. Responsible Management Education as Socialization: Business Students' Values, Attitudes and Intentions. *Journal of Business Ethics*, v. 176, n. 1, p. 17-35, 2022. HASKI-LEVENTHAL, D.; POURNADER, M.; MCKINNON, A. The Role of Gender and Age in Business Students' Values, CSR Attitudes, and Responsible Management Education: Learnings from the PRME International Survey. *Journal of Business Ethics*, v. 146, n. 1, p. 219-239, 2017. KOLJATIC, M.; SILVA, M. Do Business Schools Influence Students' Awareness of Social Issues? Evidence from Two of Chile's Leading MBA Programs. *Journal of Business Ethics*, v. 131, n. 3, p. 595-604, 2014. LINKEDIN RESEARCH. The Future of Recruiting. Disponível em: <https://business.linkedin.com/talent-solutions/resources/future-of-recruiting/archival/future-of-recruiting-2023>>. Acesso em: 12 mar. 2024. RONDA, L.; VALOR, C.; ABRIL, C. Are they willing to work for you? An employee-centric view to employer brand attractiveness. *Journal of Product and Brand Management*, v. 27, n. 5, p. 573-596, 2018. WORLD ECONOMIC FORUM. Future of Jobs Report. Disponível em: . Acesso em: 12 mar. 2024.

### **Palavras Chave**

Educação em Gestão Responsável, Responsabilidade Social Corporativa, Marca empregadora

### **Agradecimento a órgão de fomento**

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Brasil (CNPq) por meio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC).