

RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA: OS FUTUROS ADMINISTRADORES ESTÃO SENDO PREPARADOS PARA UM CONTEXTO DE NEGÓCIOS QUE NECESSITA DESSES CONHECIMENTOS?

Natali Cristiane de Souza¹
Sandra Stöckli de Vasconcelos²
Miguel Arantes Normanha Filho³

SOUZA, N. C. de; VASCONCELOS, S. S. de; NORMANHA FILHO, M. A. Responsabilidade social e ética: os futuros administradores estão sendo preparados para um contexto de negócios que necessita desses conhecimentos? **Rev. Ciênc. Empres.** UNIPAR, Umuarama, v. 12, n. 2, p. 243-255, jul./dez. 2011.

RESUMO: Os recentes escândalos corporativos, a crise financeira global e o efetivo papel social das organizações que visam lucro no equacionamento dos graves problemas sociais brasileiros, em conjunto com o primeiro e o terceiro setor da sociedade civil, colocaram em alerta as escolas de negócios em especial as que ofertam cursos de administração. Alerta no sentido de contemplar em suas grades curriculares, disciplinas ou na forma transversal, a responsabilidade social e a ética. Alerta para que os futuros administradores estejam comprometidos com a sociedade em que vivem, com responsabilidade social e postura ética. Face à importância da responsabilidade social e da ética na gestão das organizações que visam lucro é certo afirmar que a formação de um administrador, futuro gestor de organizações, deve contemplar tais temas no curso em que esteja matriculado. Ainda, face ao contexto apresentado, emerge o problema de pesquisa: as faculdades particulares com curso de administração atuantes em Campinas contemplam a responsabilidade social empresarial e a ética como disciplinas de formação ao longo do curso, na forma regular de oferta ou na forma transversal? Para obtenção de resposta ao problema de pesquisa foi aplicado um questionário

¹Administradora, Faculdade INPG Campinas, e-mail: natalicristianes@yahoo.com.br.

²Graduada em Gestão de RH, Estácio/Radial, Curitiba – PR. Bacharel em Administração, UniBrasil – Curitiba – PR. Pós-graduada, modalidade: MBA Executivo em Gestão Estratégica de Pessoas – RH, OPET, Curitiba – PR. Pós-graduada em Direito do Trabalho para Gestão de Pessoas, *INPG Business School*, Campinas – SP. Professora da graduação da Faculdade INPG Campinas, e-mail: sandrastockli@hotmail.com

³Mestre em Gerontologia, área de concentração: Gerontologia Social, PUC-SP. Mestre em Administração, área de concentração: Administração em Serviços, UNIBERO-SP. Pós-graduado *lato sensu*: Administração de Marketing e Docência do Ensino Superior. Bacharel em Administração. Professor da pós-graduação do *INPG Business School*. Vice Diretor e Coordenador do Curso de Administração da Faculdade INPG Campinas e, professor da graduação, e-mail: m.arantesprof@yahoo.com.br

contendo dezesseis perguntas aos alunos matriculados nos cursos de Administração de cinco instituições de ensino na cidade de Campinas. Assim como, foi elaborada pesquisa bibliográfica para construção do arcabouço teórico necessário para análise e compreensão dos resultados da pesquisa e conclusão do artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social. Ética. Administração.

SOCIAL RESPONSIBILITY AND ETHICS: ARE THE FUTURE ADMINISTRATORS BEING PREPARED FOR A BUSINESS CONTEXT THAT NEEDS THIS KNOWLEDGE?

ABSTRACT: The recent corporate scandals, the global financial crisis and the effective social role of for-profit organizations in expounding the serious social problems in Brazil, in union with the first and the third sector of civil society, put undoubtedly on alert the business schools in particular those ones that offer administration courses. Alert in order to include in their curricula disciplines that contemplate the social responsibility and ethics. The future managers must be involved with society, with social responsibility and ethics. So, considering the importance of social responsibility and ethics in the management of profit organizations, it is necessary to say that the formation of an administrator, manager of future organizations, should consider such issues in the course on which he or she is registered. Thus, it is interesting to emphasize the aim of this research: Do the private colleges with administration course in Campinas contemplate social responsibility and ethics as preparation disciplines during the course in a regular way or in a transversal one? To answer the problem of this research a questionnaire with sixteen questions was applied to the students registered in the administration course of five higher education institutions in the city of Campinas. Therefore, a bibliographic research was produced for analyzing and understanding the search results and conclusion of the article.

KEYWORDS: Social responsibility. Ethics. Administration.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA: ¿LOS FUTUROS ADMINISTRADORES ESTÁN SIENDO PREPARADOS PARA UN CONTEXTO DE NEGOCIOS QUE NECESITA DE ESOS CONOCIMIENTOS?

RESUMEN: Los recientes escándalos corporativos, la crisis financiera global y el efectivo papel social de las organizaciones que buscan ganancia para hacer frente a los graves problemas sociales en Brasil, en conjunto con el primero y el tercer sector de la sociedad civil, pusieron en alerta las escuelas de negocios en especial las que ofertan curso de Administración. Alerta en el sentido

de contemplar en sus planes curriculares, asignaturas o en la forma transversal, la responsabilidad social y la ética. Alerta para que los futuros administradores estén comprometidos con la sociedad en que viven, con responsabilidad social y postura ética. Dada la importancia de la responsabilidad social y de la ética en la gestión de las organizaciones que buscan ganancia, es cierto afirmar que la capacitación de un administrador, futuro gestor de organizaciones, debe contemplar tales temas en el curso en que esté matriculado. Sin embargo, dado el contexto presentado, emerge el problema de investigación: ¿las facultades particulares con curso de Administración, actuantes en Campinas, contemplan la responsabilidad social empresarial y la ética como asignaturas de formación a lo largo del curso, en la forma regular de oferta o en la forma transversal? Para obtención de respuesta al problema de investigación se aplicó un cuestionario conteniendo dieciséis preguntas a los alumnos matriculados en los cursos de Administración de cinco instituciones de enseñanza en la ciudad de Campinas. Entonces, se elaboró investigación bibliográfica para construcción del esqueleto teórico necesario para análisis y comprensión de los resultados de la investigación y conclusión del artículo.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social. Ética. Administración.

1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é uma forma das organizações que visam lucro, usar parte dele de forma responsável e legal, na gestão eficaz de recursos para ajudar socialmente na qualidade de vida de pessoas necessitadas, no âmbito de sua influência e em sua área geográfica de atuação.

Já a ética, ocorre para que se possa trabalhar de forma virtuosa, buscando a excelência organizacional, motivando ações na prática do bem, abrangendo todas as situações e ações das organizações que visam lucro, mas com impacto na sociedade, na construção de um país mais justo para todos.

No Brasil, a responsabilidade social e ética ainda são temas novos, com arcabouço teórico em construção, portanto, ainda, em fase de crescimento. O tema vem sendo alvo de muitas discussões e estudos nas organizações e no meio acadêmico. Com o aumento do interesse nos temas pode-se afirmar que eles estão tomando corpo na cultura empresarial brasileira, recebendo várias conceituações, amplitudes e delimitações em sua aplicação.

A escolha do tema para elaboração do artigo, responsabilidade social e ética: os futuros administradores estão sendo preparados para um contexto de negócios que necessita desses conhecimentos? Foi definido em virtude da necessidade de verificar se as facultades particulares de administração, de Campinas, estão preparando por meio de competências, habilidades e atitudes, os futuros

administradores para gestão social responsável e para a ética nas organizações que irão trabalhar ou prestar serviços profissionais, por meio de disciplinas regulares ou na forma transversal, em suas grades curriculares.

O problema de pesquisa foi assim definido: as faculdades particulares de administração atuantes em Campinas contemplam a responsabilidade social empresarial e a ética como disciplinas de formação ao longo do curso, na forma regular de oferta ou na forma transversal?

Para obtenção de respostas ao problema de pesquisa, foi elaborado um questionário com dezesseis perguntas – questões fechadas -, aplicado em cinco faculdades particulares de administração, inseridas na cidade de Campinas, o qual foi respondido por cinquenta e um alunos, de ambos os sexos e faixas etárias diferenciadas. A amostra da pesquisa não foi probabilística, mas os resultados permitirão que novas pesquisas possam ser elaboradas em universo representativo e com maior abrangência sobre os temas responsabilidade social e ética.

O questionário foi elaborado com intuito de verificar o conhecimento dos graduandos a respeito da responsabilidade social e da ética nas organizações que visam lucro, de forma que se possa avaliar se irão atuar os futuros administradores no mercado de trabalho e na sociedade como cidadãos éticos e responsáveis socialmente. A pesquisa foi feita no segundo semestre de 2011.

A construção do arcabouço teórico, que proporcionou base para a análise dos resultados da pesquisa e a conclusão do artigo, foi feita por meio de pesquisa bibliográfica.

2 DESENVOLVIMENTO

Nos ensinamentos de Barbieri e Cajazeira (2004) encontra-se que a responsabilidade social é um tema de estudo tanto na área acadêmica como empresarial. Por meio dela é possível aprender a gerir uma empresa de maneira socialmente responsável, medindo os impactos das suas ações. Essa responsabilidade dentro de uma empresa pode significar um grande passo para o seu sucesso, pois é um processo que só poderá ser feito por meio do total envolvimento das pessoas no contexto dos grupos de interesse da empresa.

Tachizawa e Andrade (2008, p. 53), ensinam que a empresa tende a agir responsabilmente em relação aos seus relacionamentos internos e externos, em virtude dos seus clientes, fornecedores, do pessoal interno e dos gestores, “em face das mutantes e crescentes expectativas de clientes, de fornecedores, do pessoal interno e dos gestores, a empresa do futuro tem de agir de forma responsável em seus relacionamentos internos e externos”.

França (2007, p. 22), descreve a responsabilidade social citando a definição e o estudo de Ashley (2002), “a responsabilidade social pode ser definida

como o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, modo amplo, ou alguma comunidade, de modo específico, agindo proativa e coerentemente no que tange o seu papel na sociedade e a sua prestação de contas em relação a ela”.

Ainda, se encontra em Tachizawa e Andrade (2008, p. 29), que a responsabilidade social se funde com as estratégias de sustentabilidade de longo prazo, pois se preocupa com as consequências decorrentes das atividades desenvolvidas no contexto da comunidade em que se inserem as empresas. “Excluem-se, portanto atividades no âmbito da caridade ou filantropia tradicionalmente praticada pela iniciativa privada”.

A responsabilidade social, não deve ser feita aleatoriamente, mas sim em forma de estratégias mensuradas, planejadas e controladas, com intuito de direcionar ações empresariais de acordo com as necessidades sociais. Dias (2008, p. 155), complementa que, “ser socialmente responsável não significa somente cumprir plenamente as obrigações jurídicas, mas também ir mais além de seu cumprimento, investindo mais no capital humano, no entorno e nas relações com os interlocutores”.

Gomes e Moretti (2007, p. 5), concluem que o conceito de responsabilidade social ainda está sendo desenvolvido; sobre isso afirmam que “[...] é mais aceitável entender o conceito de responsabilidade social como uma ideia que está sendo construída, pois nem sempre significa ou expressa o mesmo significado na visão das pessoas”.

Silveira (2003, p. 2), na mesma linha do pensamento expresso por Gomes e Moretti (2007), aborda que o conceito de responsabilidade social ainda está em fase de construção ao afirmar que “requer mudanças culturais, em que empresas e parceiros busquem um processo conjunto, sem prejuízo de uns e com resultados de outros”.

Certo e Peter (2005, p. 262), explicam a respeito da dificuldade de se chegar a um acordo quanto à definição exata do grau de obrigações das empresas para com a sociedade, e definem responsabilidade social como:

[...] o grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protegem e melhoram a sociedade para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização. Em outras palavras, exercer a responsabilidade social da organização implica a realização de atividades que podem ajudar a sociedade, ainda que não contribuam diretamente para aumentar a lucratividade da empresa.

Kreithon (2004, p. 10), contempla que as definições de responsabilidade social empresarial sofrem variações no que tange ao contexto histórico e social em relação aos interesses e posição inserida no espaço social, conforme segue:

Embora as definições de RSE variem de acordo com o contexto histórico e social em que são formuladas, e, sobretudo em função dos interesses e da posição ocupada no espaço social pelo grupo que as formula – o qual tende a ressaltar determinados aspectos e princípios em detrimento de outros – existe um razoável entendimento, ou “consenso mínimo”, hoje em dia, quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve demonstrar três características básicas: a) reconhecer o impacto que causam suas atividades sobre a sociedade na qual esta inserida; b) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global; c) realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias com outros grupos e organizações.

Assim, a responsabilidade social empresarial é o compromisso que as empresas assumem de usar parte dos seus lucros para ajudar na qualidade de vida de todas as pessoas que estão envolvidas no desenvolvimento da empresa, conforme citação de Srour (2003, p. 316) “[...] é o compromisso das empresas com o bem-estar social, quando convertem partes dos lucros em ganhos sociais, são ações conjugadas que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos *stakeholders*: são decisões empresariais informadas pelo balanço de interesses dos stakeholders e consubstanciadas naquilo que se denomina balanço social”.

Já a definição de Carrol (1979 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2004, p. 53) é muito usada atualmente, pois abrange as várias expectativas no que tange a organização, “[...] a responsabilidade social das empresas compreende as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem em relação às organizações em dado período”.

Ainda para os autores Barbieri e Cajazeira (2004, p. 85) “[...] a palavra ética se origina do grego *ethos*, substantivo masculino que indica hábitos ou costumes, na Roma antiga essa palavra foi latinizada para *ethicus*, *ethic*”. Já Novaes (1992) comenta que a palavra ética tem significados e concepção diferentes, entre os antigos e os modernos.

O conceito de ética nasceu, segundo Pegoraro (2008, p. 19), “[...] nas praças, na análise dos fatos negativos que Sócrates via e vivia [...]”. Continua o autor sobre o tema que Sócrates, colocava o homem como alvo de sua reflexão filosófica, na maioria das suas conversas e discursos públicos dizia que o homem deveria “conhecer a si mesmo” para alcançar o valor e a moral. Assim a ética nascia dos temas mais discutidos na sociedade, como o bem, a virtude, o valor das pessoas e a sociedade justa.

Ética tornou-se uma ciência, que para Matos (2008, p. 28), é embasada na verdade, “a ética é a ciência da verdade não existe uma ética da mentira, nem a meio ética. A ética e a verdade são a essência da consciência humana, ninguém lhes pode ser indiferente”.

Dando continuidade no âmbito de que a ética é uma ciência, Sá (2000 apud FIGUEIREDO; GUILHEM, 2008, p. 42) afirma que:

A ética é a ciência, tendo por objeto de estudo dos sentimentos e juízos de aprovação e desaprovação acerca da conduta e da vontade humana, propondo-se a determinar: a. qual é o critério segundo a conduta e a vontade de tal modo aprovada se distinguem, ou ainda, qual é a norma, segundo a qual se opera e deve operar a vontade em tal conduta, e qual o fim que a mesma e para essa se cumpre e se deve cumprir; b. em que relações de valor estão com observância daquela norma e obtenção daquele fim as diversas formas de conduta, individual ou coletiva, tais como se apresenta na sociedade e na época a qual pertencemos.

Ashley (2005 apud FRANÇA, 2007, p. 84) ensina que a ética é retratada como uma parte da filosofia que estuda a moralidade e a forma de agir livre do ser humano, quando explica:

[...] ética é a parte da filosofia que estuda a moralidade do agir humano livre, na forma de atos maus ou bons; nesse contexto, a ética empresarial é o estudo da ética aplicada à atividade empresarial. Portanto passa pela incorporação de valores morais capazes de levar uma pessoa a fazer diferenciações e tomar decisões que agregam valores simultaneamente a sua empresa, à sua comunidade e a ela própria.

Para Alonso, Lopes e Castrucci (2006), a atividade empresarial consiste em atividades compostas por trabalhadores operários tanto quanto administradores, portanto, como a ética engloba de maneira geral os atos humanos deve estar presente em todas as atividades da organização.

Arruda, Whitaker e Ramos (2007), comentam que o conceito de ética empresarial nasce nos anos 60, especificamente nos países de língua alemã. As faculdades de administração e negócios, entre as décadas de 60 e 70, começaram a oferecer em meio as suas disciplinas a ética, surgindo assim o termo ética empresarial, que se fundamentava na ética pessoal e profissional. Já na década de 80, nos Estados Unidos e na Europa, os professores universitários começaram a se dedicar mais ao ensino da ética para alunos de MBA's (*Master of Business Administration*), e o ano 90 se caracterizou na ampliação do tema e universalizou o conceito de ética empresarial.

Encontra-se em Leisinger e Schimtt (2001, p. 22) que a ética empresarial retrata os valores das empresas, quando afirmam “a ética empresarial reflete sobre as normas e os valores efetivamente dominantes em uma empresa interrogam-se pelos fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja um agir bom”. Complementando a abordagem dos autores, Arruda (2002, p.

3), diz que “[...] a instituição necessita definir como deseja desenvolver-se, de tal forma que a postura ética, a conduta moral, os seus valores e crenças essenciais se tornem parte da cultura da organização”.

Rocha Loures (2009, p. 11), define que uma organização para ser ética depende de quatro alicerces, “[...] a transparência; a prestação de contas de acordo com o mandato aferido; o senso de tutoria ou de cuidado dos recursos que estão em nossas mãos; e finalmente, a fidelidade aos valores e princípios que a organização propaga”.

3 RESULTADOS DA PESQUISA

1 - Durante o curso de Administração você teve aulas de responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 78% dos alunos tiveram aulas de responsabilidade social durante o curso de administração.

Não: 22% dos alunos não tiveram aula de responsabilidade social durante o curso de administração.

2 - Você sabe o que é responsabilidade social empresarial?

Base: 51

Sim: 94% dos alunos sabem o que é responsabilidade social.

Não: 6% dos alunos não sabem o que é responsabilidade social.

3 - Você já fez ou faz parte de alguma atividade de voluntariado em organização com objetivo social e/ou em organização que visa lucro exclusivamente em atividades de responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 43% dos alunos já fizeram parte de alguma atividade de voluntariado.

Não: 57% dos alunos não fizeram parte de nenhuma atividade de voluntariado.

4 - Você conhece alguma organização que visa lucro em Campinas ou em sua região metropolitana que pratica responsabilidade social empresarial?

Base: 51

Sim: 63% dos alunos conhecem alguma organização que visa lucro na cidade de Campinas e ou região metropolitana e que pratica responsabilidade social.

Não: 37% dos alunos não conhecem uma organização que visa lucro na cidade de Campinas e ou região metropolitana e que pratica responsabilidade social.

5 - Você, enquanto consumidor faz escolhas por produtos de organizações que visam lucro e que são socialmente responsáveis?

Base: 51

Sim: 57% dos alunos como consumidores escolhem por produtos de organizações que visam lucro e que são socialmente responsáveis.

Não: 43% dos alunos não fazem a escolha por produtos de organizações que visam lucro e são socialmente responsáveis.

6 - Em sua opinião uma organização que visa lucro com responsabilidade social influencia na compra dos consumidores?

Base: 51

Sim: 71% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro e que pratica responsabilidade social tem influência na compra dos consumidores.

Não: 29% dos alunos acham que uma organização que visa lucro e que pratica responsabilidade social não influencia na compra dos consumidores.

7 - As organizações que visam lucro e que fazem uso de práticas sociais responsáveis, em sua opinião, melhoram sua imagem junto aos consumidores?

Base: 51

Sim: 96% dos alunos acreditam que as organizações que visam lucro fazem uso da responsabilidade social para melhorar a sua imagem junto aos consumidores.

Não: 4% dos alunos acham que as organizações que visam lucro não fazem uso da responsabilidade social para melhorar a sua imagem junto aos consumidores.

8 - Você considera que responsabilidade social empresarial, garante o sucesso das organizações que visam lucro?

Base: 51

Sim: 73% dos alunos consideram que a responsabilidade social empresarial garante o sucesso das organizações que visam lucro.

Não: 27% dos alunos consideram que a responsabilidade social empresarial não é garantia de sucesso das organizações que visam lucro.

9 - Você considera que as ações de responsabilidade social devam ser permanentes?

Base: 51

Sim: 98% dos alunos consideram que as ações da responsabilidade social devem ser permanentes.

Não: 2% dos alunos acham que não devem ser permanentes.

10 - Em sua opinião uma organização que visa lucro e que possui responsabilidade social, se torna mais competitiva?

Base: 51

Sim: 67% dos alunos acreditam que a organização que visa lucro e que possui responsabilidade social se torna mais competitiva.

Não: 33% dos alunos acreditam que não.

11 - Você considera que deve existir envolvimento de todos os setores da organização que visa lucro com as práticas de responsabilidade social?

Base: 51

Sim: 90% dos alunos acreditam que deve existir envolvimento de todos os setores da organização que visa lucro com a responsabilidade social.

Não: 10% acreditam que não.

12- Durante o curso de administração você teve aulas de ética?

Base: 51

Sim: 94% dos alunos tiveram aulas de ética durante o curso de administração;

Não: 6% dos alunos não tiveram.

13 - Você sabe o que é ética empresarial?

Base: 51

Sim: 96% dos alunos sabem o que é ética empresarial.

Não: 4% dos alunos não sabem.

14 - Você acredita que uma organização que visa lucro sem consolidação de prática ética, possa ser responsável socialmente?

Base: 51

Sim: 33% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro, mas não pratique a ética pode ser considerada responsável socialmente.

Não: 67% dos alunos defendem a ideia que não é possível se socialmente responsável sem vivenciar a ética.

15 - Uma organização que visa lucro pode ser ética e competitiva ao mesmo tempo?

Base: 51

Sim: 100% dos alunos acreditam que uma organização que visa lucro poder ser ética e competitiva ao mesmo tempo.

16 - Você considera ser possível um administrador ser ético e, mesmo assim, conseguir maximizar o lucro dos acionistas?

Base: 51

Sim: 100% dos alunos consideram possível um administrador ser ético e ao mesmo tempo conseguir maximizar o lucro dos acionistas.

4 CONCLUSÃO

Foram analisados os resultados da pesquisa feita em cinco cursos de administração de instituições de ensino particulares atuantes na cidade de Campinas, estado de São Paulo, no período de agosto a novembro, com cinquenta e um alunos, de ambos os sexos e faixa etária diferenciada. A pesquisa foi elaborada com a finalidade de verificar se os cursos de administração possuem em suas grades curriculares as disciplinas de responsabilidade social e ética, com oferta regular ou na forma transversal.

O questionário para a pesquisa foi projetado somente com questões fechadas e com uma amostra de pesquisa não probabilística, que se caracteriza, sobretudo, por não ser possível assegurar a representatividade de todos os cursos de administração existentes na cidade de Campinas. Assim, foi possível constatar que os futuros administradores dos cursos pesquisados têm conhecimento das referidas disciplinas e de sua aplicabilidade na gestão das organizações com fins lucrativos, uma vez que 78% dos entrevistados tiveram aula de responsabilidade social e 94% tiveram de ética.

O fato de 94% responderem que sabem o significado de responsabilidade social empresarial e 96% responderem que sabem o que é ética empresarial demonstra, também, a transversalidade no ensino praticado nos cursos de administração pesquisados. Transversalidade, que para efeito do presente artigo, deve ser entendida como uma forma de organizar o trabalho didático, em que alguns temas, que no caso específico são: responsabilidade social e a ética, devem ser integrados nas diversas disciplinas da grade curricular de forma a estarem presentes em todas elas.

Pode-se concluir que, os futuros administradores com conhecimento da abrangência da responsabilidade social e da ética, proporcionarão, sem dúvida alguma, melhores formas de gestão, no futuro, nas organizações em que atuarem como profissionais contratados, prestadores de serviços ou empreendedores de seus negócios.

Ao concluir-se que os futuros administradores introduzirão melhor forma de gestão das organizações em que atuarão, não significa afirmar, até por limitação da pesquisa, preparo adequado na abrangência proposta por Carrol (1979 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2004, p. 53), “[...] a responsabilidade social das empresas compreende as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem em relação às organizações em dado período”.

Conclui-se por último, que a tendência de que o conhecimento adquirido nos cursos de Administração forme administradores que tornem as organizações mais conscientes do seu papel na sociedade onde estarão inseridas, no âmbito da responsabilidade social e da ética.

O problema da pesquisa foi respondido e permitiu entender, de forma positiva, que os futuros administradores poderão, sem dúvida alguma, fazer a diferença em termos de responsabilidade social e ética, nas organizações nas quais irão atuar.

O trabalho, limitado a metodologia aplicada, revelou lacunas que poderão ser preenchidas por novas e mais abrangentes pesquisas de campo. Devendo servir de incentivo para outros pesquisadores trabalharem com maior profundidade as variáveis sobre responsabilidade social e ética, ampliando e contribuindo para que a área acadêmica aplique, no futuro, as conclusões dos estudos e pesquisas elaboradas.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, F. R.; LÓPEZ, F. G.; CASTRUCCI, P. de L. **Curso de ética em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
- ARRUDA, M. C. C. de. **Código de ética**: um instrumento que adiciona valor. São Paulo: Negócio, 2002.
- ARRUDA, M. C. C. de; WHITAKER, M. do C.; RAMOS, J. M. R. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social e empresarial e empresa sustentável**: da teoria a prática. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Person Education do Brasil, 2005.
- DIAS, R. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2008.
- FIGUEIREDO, A. M.; GUILHEM, D. Ética e moral. **Interthesis - Revista Internacional Interdisciplinar da UFSC**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 29-46, jan./jul. 2008.
- FRANÇA, M. A. de. **Além do lucro**: o desafio da competição responsável. São Paulo: Saraiva, 2007.

GOMES, A.; MORETTI, S. **A responsabilidade e o social**: uma discussão sobre o papel das empresas. São Paulo: Saraiva 2007.

KREITLON, M. P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. 1 CD-ROM.

LEISINGER, K. M.; SCHIMITT, K. **Ética empresarial**: responsabilidade global e gerenciamento moderno. Petrópolis: Vozes, 2001.

MATOS, F. G. de. **Ética na gestão empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2008.

PEGORARO, O. **Ética dos maiores mestres através da história**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

ROCHA LOURES, R. C. **Sustentabilidade XXI**: educar e inovar sobre uma nova consciência. São Paulo: Gente, 2009.

SILVEIRA, M. do C. A. C. **O que é responsabilidade social empresarial?** Fortaleza, 2003. Disponível em: < www.fiec.org.br/artigos/social/responsabilidade_social_empresarial.html>. Acesso em: 03 nov. 2011.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**: a gestão da reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TACHIZAWA, T.; ANDRADE, R. O. B. de. **Gestão socioambiental**: estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.