



VIII Congresso Internacional de *Gestão e Tecnologias*

PERCEPÇÃO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DOS ESTUDANTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFPE – CAMPUS RECIFE

Apresentação: Comunicação Oral

Suely Marilene da Silva ¹; Wanderson de Santana Marcelino ²; Dr. Erick Viana da Silva³;
Dra. Alba Valeria Gomes de Carvalho⁴.

RESUMO

Para os futuros administradores, a compreensão e a valorização da RSA têm um papel fundamental. Além de aumentarem a competitividade das empresas, as políticas de RSA contribuem para a construção de uma reputação sólida, capaz de atrair consumidores e investidores que valorizam práticas responsáveis. A formação acadêmica, ao integrar a RSA no currículo de cursos como Administração, não apenas reforça o compromisso ético dos estudantes, mas também os prepara para liderar empresas que contribuam positivamente para a sociedade e o meio ambiente. Ao conhecer as práticas de RSA, os futuros gestores são capacitados a implementar estratégias que aliam sustentabilidade e viabilidade econômica, promovendo o valor compartilhado entre empresa e sociedade. O presente artigo teve como objetivo identificar a percepção dos estudantes do curso de administração em relação às empresas que possuem políticas de Responsabilidade Social-Ambiental(RSA). A implementação de políticas de RSA nas organizações tem aumentado nas últimas décadas, em parte influenciada pelas diretrizes globais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e das discussões que o precederam. Para tanto foi realizada um pesquisa exploratória, de campo, descritiva com 200 estudantes do 6º período de Administração da Universidade Federal de Pernambuco no segundo semestre de 2023. A revisão de literatura foi delimitada entre 1997 e 2024. Após a tabulação dos dados e análise dos resultados obteve-se, como principais resultados, que 82% dos entrevistados entendiam a importância da RSA e que as empresas deveriam receber incentivos fiscais para implementação; 63% dos estudantes pesquisados trabalhariam em uma empresa com RSA porque estaria alinhada com seus valores pessoais e 64% indicaram que a reputação positiva, valor da marca e qualidade do produto concorrem para valorizar a empresa além da RSA.

Palavras-Chave: Educação Ambiental, Responsabilidade Social Ambiental, RSE, RSA.

ABSTRACT

For future administrators, understanding and valuing RSA plays a fundamental role. In



VIII Congresso Internacional de Gestão e Tecnologias

addition to increasing companies' competitiveness, RSA policies contribute to building a solid reputation, capable of attracting consumers and investors who value responsible practices. Academic training, by integrating RSA into the curriculum of courses such as Administration, not only reinforces students' ethical commitment, but also prepares them to lead companies that contribute positively to society and the environment. By knowing RSA practices, future managers are trained to implement strategies that combine sustainability and economic viability, promoting shared value between company and society. This article aimed to identify the perception of administration students in relation to companies that have Social-Environmental Responsibility (RSA) policies. The implementation of RSA policies in organizations has increased in recent decades, in part influenced by the global guidelines of the Sustainable Development Goals and the discussions that preceded them. To this end, an exploratory, field, descriptive research was carried out with 35 students from the 6th period of Administration at the Federal University of Pernambuco in the second semester of 2023. The literature review was limited between 1997 and 2024. After tabulating the data and analyzing the results The main results were that 82% of those interviewed understood the importance of RSA and that companies should receive tax incentives for implementation; 63% of students surveyed would work in a company with RSA because it would be aligned with their personal values and 64% indicated that positive reputation, brand value and product quality contribute to valuing the company beyond RSA

Keywords: Environmental Education, Environmental Social Responsibility, CSR, RSA

RESUMEN

Para los futuros administradores, comprender y valorar RSA juega un papel fundamental. Además de aumentar la competitividad de las empresas, las políticas de RSA contribuyen a construir una reputación sólida, capaz de atraer a consumidores e inversores que valoran las prácticas responsables. La formación académica, al integrar RSA en el plan de estudios de carreras como Administración, no sólo refuerza el compromiso ético de los estudiantes, sino que también los prepara para liderar empresas que contribuyan positivamente a la sociedad y al medio ambiente. Al conocer las prácticas de RSA, los futuros directivos se capacitan para implementar estrategias que combinen sostenibilidad y viabilidad económica, promoviendo el valor compartido entre la empresa y la sociedad. Este artículo tuvo como objetivo identificar la percepción de los estudiantes de administración en relación con las empresas que cuentan con políticas de Responsabilidad Socioambiental (RSA). La implementación de políticas RSA en las organizaciones ha aumentado en las últimas décadas, en parte influenciada por los lineamientos globales de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las discusiones que los precedieron. Para ello, se realizó una investigación descriptiva, exploratoria, de campo, con 35 estudiantes del 6° período de Administración de la Universidad Federal de Pernambuco en el segundo semestre de 2023. La revisión de la literatura fue limitada entre 1997 y 2024. Después de tabular los datos y analizando los resultados Los principales resultados fueron que el 82% de los entrevistados entendieron la importancia del RSA y que las empresas deberían recibir incentivos fiscales para su implementación; El 63% de los estudiantes encuestados trabajaría en una empresa con RSA porque estaría alineado con sus valores personales y el 64% indicó que la reputación positiva, el valor de marca y la calidad del producto contribuyen



VIII Congresso Internacional *de Gestão e Tecnologias*

a valorar la empresa más allá de RSA.

Palabras clave: Educación Ambiental, Responsabilidad Social Ambiental, RSE, RSA

INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social é comumente entendida como uma dimensão da gestão que é marcada, principalmente, por uma relação ética da empresa, com os públicos com os quais ela se relaciona. Não há como pensar um mundo sustentável se na cultura tradicional de gestão da empresa não incorporar, na sua essência, novos saberes, métodos, técnicas e indicadores que vão além da questão econômico-financeira.

Os sistemas organizacionais passam a pensar em sua responsabilidade social, a partir da configuração de um ambiente de crescentes desigualdades sociais, e escassez de recursos naturais, decorrentes do processo de globalização, o qual sustenta uma intensa competitividade no âmbito empresarial.

Desse modo, era de se esperar que a população mundial, de forma equânime, obtivesse maiores benefícios com tal desenvolvimento. No entanto, a distribuição uniforme de tais benefícios, entre os diversos indivíduos, continua distante da nossa realidade.

É importante observar que a sociedade tem sido grandemente alertada sobre a necessidade de preservar o meio ambiente, para essa e futuras gerações. A responsabilidade social e a educação ambiental são questões debatidas em quase todas as esferas sociais, com maior relevância na escola, onde se configura espaço de reprodução e formação de opinião.

É evidente que certos grupos sociais conseguem concentrar mais riqueza que outros. Isso ocorre porque enquanto certos segmentos da população ampliam os seus patrimônios, outros se encontram desprovidos de diversos recursos; em casos mais extremos, até mesmo daqueles necessários para a manutenção de uma vida simples.

Todavia, há necessidade de conscientização da população quanto ao perigo de uma eminente destruição do planeta. São catástrofes ambientais causando grandes perdas e fica a reflexão de que poderiam ser evitadas, caso mais cedo houvesse sido inserida na sociedade a ideia da importância do uso controlado, e responsável, dos recursos naturais.

Em cada sistema organizacional a responsabilidade social se concretiza de maneira

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

diferente, com características específicas. Em alguns casos é possível perceber a sua aplicação por meio da realização de determinadas práticas isoladas, já em outros casos, a responsabilidade social é integrada ao método de gestão organizacional.

Em um sistema de gestão organizacional socialmente responsável a responsabilidade social é vista muito além da execução de práticas pontuais (ainda que estas estejam ligadas a questões sociais e ambientais), ela estaria umbilicalmente associada à filosofia do negócio.

Ter uma gestão socialmente responsável acaba por sendo tão importante quanto garantir o bom atendimento aos clientes, a qualidade, o preço e a tecnologia empenhada nos produtos e serviços oferecidos pela organização. Assim, os critérios de avaliação do sucesso de uma organização começam a agregar dimensões, que vão além dos méritos financeiros, e passam a referir também a vivência socialmente responsável dessa organização.

E com o passar dos anos, a relação do homem com o meio ambiente e estreitou fortemente, o que era caracterizado por um descompasso, devido a uma série de eventos consecutivos que acabaram por corroborar para que o bem-estar de ambos fosse afetado, isto é, pela exacerbada poluição. Esta, advinda pelo nível elevado de entropia, gerado por uma insustentabilidade humana, a partir de um desenfreado capitalismo, hoje, enraizado, de tal forma que o aspecto econômico é estabelecido como primordial para o progresso de uma nação.

Essa ideologia pode ser fortificada a partir de estudos realizados por diversos autores. Assim sendo, de acordo com o primeiro capítulo do livro: “Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental”.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A intervenção humana no meio ambiente tem acarretado em mudanças climáticas, despertando o interesse da mídia, que passou a se pronunciar sobre o tema e, como consequência, este fato tem criado maior conscientização ambiental por parte de instituições públicas e privadas. (FREITAS et al., 2013, p.36 apud HASAN).

Os assuntos gestão ambiental e sustentabilidade são recorrentes e vem sendo amplamente discutidas nos mais diversos segmentos e fóruns, evidenciando sua Inter e

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

multidisciplinaridade, expressa pelos diferentes atores ligados a essas discussões (NICOLAIDES, 2006). Seja tratando o tema em um contexto geral ou abordando aspectos específicos que envolvem a temática, o assunto é pauta das discussões políticas, corporativas, econômicas, sociais e acadêmicas (CHAVES et al., 2013, p.34 apud NICOLAIDES).

As universidades estão em constantes expansão devido ao crescimento da população de estudantes (FREITAS et al., 2013, p.36 apud RICHARDSON) e pela estrutura exigida para se manterem frente a outras instituições, em uma posição de ponta em termos de pesquisa, desenvolvimento, ensino e aprendizagem. (FREITAS et al., 2013, p.36 apud MOORE).

Seguindo esta lógica e pensando as universidades como organizações prestadoras de serviços, devem ser preocupações destas, os impactos causados ao meio ambiente e à sociedade, decorrentes de suas ações e das atividades de seus agentes (CHAVES et al., 2013, p. 34 apud NICOLAIDES et al).

Recai, portanto, sobre estas instituições, o compromisso primeiro com a promoção do desenvolvimento sustentável da instituição e da sociedade (CHAVES et al., 2013, p.35 apud SHRIBERG), visto que as universidades são espaços formadores de opinião, pautados pela formação crítica, política, social e humanitária (CHAVES et al., 2013, p. 35 apud SHRIBERG).

Tendo em vista este cenário, a sustentabilidade em universidades tem ganhado relevância em nível internacional" (BERINGER, 2007).

Neste contexto, elas estão apresentando mudanças rápidas, devido aos números de discentes que crescem de maneira muito acelerada. Sendo assim, muitos alunos apresentam uma escolha mais seletiva na hora de definir a empresa que fará parte da sua carreira profissional e acabam buscando uma identificação que leve em consideração seus valores.

Portanto, a gestão com responsabilidade socioambiental tem ganhado representação não só num cenário econômico das grandes empresas, mas, também, no planejamento de carreira de diversos estudantes universitários.

O termo Responsabilidade Social não é novo, em 1920 já se defendia a ideia de as empresas participarem do bem-estar coletivo. Com o crescimento industrial não foi possível evitar danos à qualidade de vida do homem e ao meio ambiente. A pressão da sociedade levou as empresas de todos os portes, organizações não governamentais e

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

o governo a assumirem a responsabilidade e solucionar os problemas causados pela implantação e atividade das indústrias (BOLONEZE et al., 2012).

A teoria sobre Responsabilidade Social surgiu na década de tendo vários precursores (BOWEN, 1957, p.03 apud BERTONCELLO, 2007).

A responsabilidade social se apresenta como um tema cada vez mais relevante para o comportamento das empresas sejam elas do setor público ou privado, influenciando nos objetivos e nas estratégias das organizações.

A responsabilidade social também pode ser denominada de responsabilidade empresarial, conforme definição do Instituto de Empresa e responsabilidade Social - Instituto Ethos (2013), que define: responsabilidade social empresarial como forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis como o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Todavia, a responsabilidade social nas empresas significa que a organização precisa reconhecer os impactos causados por seus produtos, processos e instalações, apresentando algumas ações isoladas, no sentido de minimizá-los.

Para OLIVEIRA (2008) define:

Responsabilidade social é a capacidade de colaborar com a sociedade, considerando seus valores, normas e expectativas para o alcance de seus objetivos. No entanto, o simples cumprimento das obrigações legais, previamente determinadas pela sociedade, não será considerado como - comportamento socialmente responsável, mas como obrigação contratual óbvia, aqui também denominada obrigação social. (Oliveira, 1984, p. 205).

Quanto ao tema responsabilidade social existem vários conceitos. Segundo Oliveira, para uns, é tomada como responsabilidade legal ou obrigação social; para outros, é comportamento socialmente responsável em que se observa à ética, e, para outros, ainda, não passa de contribuições de caridade (OLIVEIRA, 2008).

Sendo assim, praticar responsabilidade social ou responsabilidade empresarial significa que a empresa passa a ter uma posição ética, adquirindo uma visão ampliada do



VIII Congresso Internacional *de Gestão e Tecnologias*

negócio, não considerando somente seus objetivos econômicos e comerciais, mas se preocupando com o impacto de seus produtos e serviços. Uma empresa responsável passa a assumir um papel de produtora de melhorias da qualidade de vida dos cidadãos, tornando, assim, a sociedade mais justa e humana.

No entanto, para se ter uma visão mais ampla sobre o tema, é necessário compreender previamente o conceito de desenvolvimento sustentável. A definição mais conhecida foi criada em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a qual divulgou o relatório de Brundtland, conhecido como Nosso Futuro Comum (Our Common Future).

O relatório trouxe um conceito de sustentabilidade até hoje utilizado, que é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (Comissão Mundial Sobre MEIO Ambiente e Desenvolvimento, 1991).

A partir do surgimento do conceito de desenvolvimento sustentável, passou a existir um discurso cada vez mais articulado, que procura condicionar a busca de um novo modelo de desenvolvimento aliado à noção de conservação do meio ambiente.

Assim, o desenvolvimento sustentável caracteriza-se como processo de transformação, no qual se busca a harmonização da exploração dos recursos, da direção dos investidores, da orientação do desenvolvimento tecnológico e da mudança institucional, a fim de reforçar o potencial presente e futuro do meio ambiente como suporte das atividades econômicas dessas populações, procurando melhor atender às necessidades, respeitando a livre determinação sobre a evolução de seus perfis culturais (SEIFFERTS, 2009).

As enormes carências, e desigualdades, existentes na sociedade brasileira, aliada às deficiências crônicas do Estado, no atendimento das demandas sociais, conferem maior relevância à responsabilidade social empresarial. Responsabilidade social empresarial expressa o ato de entender e agir em resposta a demandas da sociedade, onde o valor gerado por uma empresa não se estabeleça somente em lucros, mas que proporcione um impacto positivo para o conjunto dos afetados direta ou indiretamente por suas operações.

O cenário competitivo das organizações tem passado por profundas mudanças nos últimos anos. Esse fato exige-lhes rápidas e contínuas adaptações para sobreviver e

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

desenvolver-se no atual cenário socioeconômico, levando-as, invariavelmente, a adequar suas estruturas, processos e estratégias. Um dos grandes vetores destas transformações tem sido a prática da Responsabilidade Social. A literatura tem trazido um conjunto de contribuições que buscam articular esta temática com questões éticas dos indivíduos, as expectativas da sociedade e a atuação organizacional.

As transformações socioeconômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é bem sabido que com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social.

O debate sobre a responsabilidade social empresarial já foi desenvolvido mundo afora, mas o Brasil tem dado passos largos no sentido da profissionalização do setor e da busca por estratégias de inclusão social através do setor privado. Na área de administração, é comum se encontrar a palavra responsabilidade definindo a condição de quem responde pelo seu desempenho no exercício de um cargo, de uma função ou de um poder investido, sendo entendida também como a contrapartida de uma autoridade legalmente constituída.

A responsabilidade social e ambiental das empresas pode ser considerada como uma questão de cultura da própria empresa, pois o interesse das empresas por essa responsabilização deve ser encarado como um benefício a médio e longo prazos, podendo também contribuir para atingir o tão necessário desenvolvimento sustentável.

É também um conceito, segundo o qual as empresas, numa base legal, estatutária ou voluntária, decidem contribuir para uma sociedade justa, com melhor qualidade de vida, preservando o ambiente. A responsabilidade ambiental hoje não é mais uma ideologia de grupos isolados que eram contra o frenético consumo exploratório das empresas com o meio ambiente, no mundo contemporâneo, essa prática passou a ganhar força nas organizações e se comporta como vantagem competitiva no mercado atual (SOUZA, 2002).

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015, representam um marco fundamental para alinhar as ações globais em direção a um desenvolvimento mais justo, inclusivo e ambientalmente



VIII Congresso Internacional *de Gestão e Tecnologias*

responsável. A responsabilidade socioambiental (RSA), que envolve práticas empresariais voltadas para a sustentabilidade e para a ética social, relaciona-se diretamente com os 17 ODS, pois ambos os conceitos buscam equilibrar crescimento econômico, proteção ambiental e desenvolvimento social.

A relação entre RSA e ODS é particularmente evidente em objetivos como o ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) e o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis). A responsabilidade socioambiental nas empresas fomenta condições de trabalho dignas, promove o uso eficiente de recursos e incentiva práticas produtivas sustentáveis. Em essência, empresas que adotam práticas de RSA estão contribuindo para o avanço desses ODS ao integrar princípios de sustentabilidade em seus processos de produção e em sua cultura organizacional.

Além disso, o ODS 13 (Ação contra a Mudança Global do Clima) é um dos que mais destacam a importância da RSA. Ações como a redução de emissões de carbono, o uso de energia renovável e a minimização de desperdícios são componentes essenciais da RSA e ajudam a combater as mudanças climáticas. Empresas que implementam RSA com foco no meio ambiente contribuem significativamente para os esforços globais de mitigar os impactos climáticos, ao mesmo tempo que garantem uma operação sustentável.

Outro ponto de convergência é o ODS 10 (Redução das Desigualdades), que propõe reduzir desigualdades dentro e entre os países. Ao adotar uma postura de responsabilidade socioambiental, as empresas contribuem para a criação de empregos de qualidade, para o desenvolvimento econômico local e para a inclusão social, o que, por sua vez, reduz desigualdades. Além disso, ao operar de forma ética e transparente, as empresas também promovem a confiança e a equidade em suas comunidades, contribuindo para uma sociedade mais justa.

Assim, a intersecção entre ODS e RSA oferece uma estrutura para que as organizações alinhem seus objetivos empresariais aos desafios globais contemporâneos. Para que uma

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

empresa se destaque no mercado atual, não basta buscar apenas resultados financeiros. É necessário desenvolver uma visão holística e integrar estratégias que promovam o bem-estar social e a preservação ambiental, de modo que o crescimento econômico se harmonize com o desenvolvimento sustentável.

Conclui-se, portanto, que as empresas que adotam políticas de RSA estão em posição estratégica para contribuir com os ODS, ao mesmo tempo em que melhoram sua reputação e relevância no mercado. Esse alinhamento não só promove um desenvolvimento equilibrado, mas também prepara as empresas para os desafios futuros, tornando-se verdadeiros agentes de transformação social e ambiental.

A responsabilidade social empresarial precisa ser baseada num tripé, que tem como basilares, o social, ambiental e econômico. O avanço industrial e empresarial, precisam caminhar junto com o desenvolvimento sustentável, e para isso é necessário que ocorra equilíbrio entre empresas e meio ambiente, a fim de evitar ou reduzir ao máximo os impactos ambientais.

METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos. Na metodologia foi realizada uma pesquisa exploratória, de campo, descritiva com 200 estudantes do 6º período de Administração da Universidade Federal de Pernambuco no segundo semestre de 2023. A revisão de literatura foi delimitada entre 1997 e 2024. Na realidade, a pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados. (GIL, 2002).

Com base nessa premissa, o grupo procurou adequá-la ao contexto de sua pesquisa. A mesma se caracteriza de forma descritiva.

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. (GIL, 2002).

Para revisão de literatura além dos autores clássicos da área, foram buscados em bancos de periódicos, material para subsidiar a leitura e interpretação dos resultados encontrados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

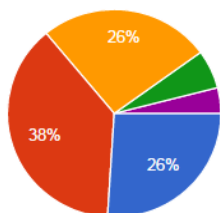
Verificou-se entre os acadêmicos que responderam à pesquisa, 57% são do sexo feminino e 43% são do sexo masculino. No tocante às respostas sobre o fator idade, percebeu-se que 68% possuem idade entre 18 a 21 anos, seguindo de 32% na faixa de 22 a 25 anos. Em um mesmo período observou-se uma variação da faixa etária dos estudantes, o que contribuiu para o favorecimento da pesquisa.

Sobre as organizações que possuem responsabilidade socioambiental perguntou-se se estas organizações deveriam receber algum tipo de benefício fiscal, e percebeu-se que a maioria (82%) dos acadêmicos responderam que sim, 18% não consideraram que as organizações socioambientais deveriam receber algum tipo de benefício.

Foi-lhes questionado sobre o que mais agrega valor à organização além da empresa ter práticas de responsabilidade socioambientais, e observou-se que 38% (mais de um terço) consideram a qualidade do produto como fator mais importante para agregar valor à organização.

VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias

Além da empresa ter práticas de responsabilidade socioambiental, o que você acha mais importante para agregar valor a organização?



Foco no cliente	13	26%
Qualidade do produto	19	38%
Valor da marca e reputação positiva	13	26%
Nenhuma outra característica, pois ela ser socialmente responsável já lhe traz vantagem competitiva.	3	6%
Outros	2	4%

Fonte: Elaborada pelos autores, 2024

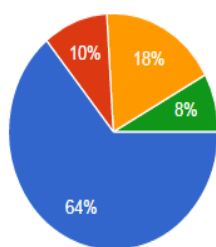
Analisando a primeira pergunta, quando questionados, pode-se ver que todos os participantes demonstraram que acham bom ou muito bom, empresas que possuem qualidades em seus produtos. Nesse sentido, oferecer um produto de qualidade é essencial para a empresa se manter atuante no mercado, pois, com o passar do tempo, aquelas que não se atentarem a tal questão, acabarão fechando as portas.

A qualidade de um produto refere-se às características que o tornam capaz de satisfazer as necessidades do cliente. Nesse sentido, as empresas precisam desenvolver produtos atrativos, com matéria-prima de qualidade, certas especificações e taxa mínima de defeito, para assim, ele seja considerado de qualidade e chame a atenção dos clientes.

Para os discentes é importante realizar pesquisas sobre como os consumidores estão recebendo e percebendo o seu produto.

VIII Congresso Internacional de Gestão e Tecnologias

Qual fator mais influência a satisfação profissional?

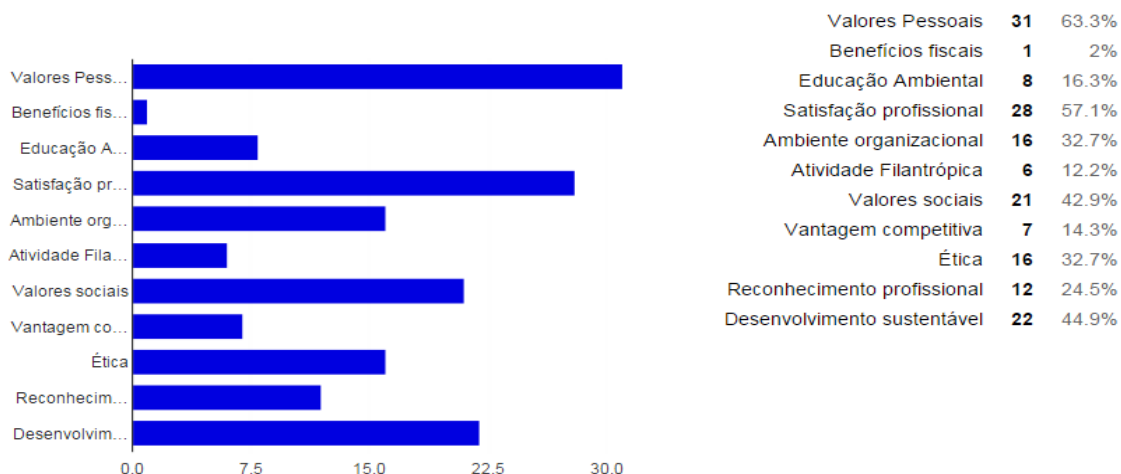


Ambiente organizacional	32	64%
Capacitação	5	10%
Remuneração	9	18%
Outros	4	8%

Fonte: Elaborada pelos autores

Analisando a segunda pergunta, quando questionados, acerca dos fatores que influenciam a satisfação profissional os discentes disseram que o ambiente de trabalho é um dos elementos que mais influencia a satisfação dos funcionários, mais até do que uma elevada remuneração. Para esses alunos o ambiente organizacional no Trabalho passa a existir a partir do momento em que o colaborador atinge suas metas, necessidades, aspirações e senso de responsabilidade ambiental.

. Por quais razões você optaria trabalhar em empresas com responsabilidade socioambiental?



Fonte: Elaborada pelos autores

Na terceira pergunta foi analisado a responsabilidade socioambiental da empresa, onde os discentes optaram pelos valores pessoais como sendo importante para se relacionar como

**VIII Congresso Internacional
de Gestão e Tecnologias**

outro dentro de um de uma empresa, ou seja, esses valores podem informar como as pessoas interagem no espaço empresarial, o foco do trabalho de uma pessoa ou empresa (engenhosidade, das responsabilidades individuais que uma pessoa terá como a consistência, qualidade, confiabilidade).

Em uma análise mais detalhada verificou-se que 90% dos acadêmicos consideram a qualidade do produto, o foco no cliente, e a reputação e valor da marca os principais fatores para torna a organização mais valiosa.

CONCLUSÕES

As análises realizadas mostram que os acadêmicos do curso de Administração valorizam significativamente as práticas de responsabilidade socioambiental (RSA) nas empresas, enxergando-as como um reflexo de valores pessoais e profissionais voltados ao desenvolvimento sustentável. O interesse em trabalhar em organizações que adotem políticas de RSA reforça o compromisso dos estudantes com a ética e a responsabilidade social, ressaltando que tais práticas podem se alinhar aos valores individuais e fortalecer a reputação corporativa.

Além disso, embora considerem a RSA um diferencial importante, os estudantes indicam que a sustentabilidade por si só não é suficiente para garantir o sucesso da organização. A qualidade do produto, o foco no cliente e a ética corporativa são percebidos como elementos fundamentais para a valorização da empresa. Esses fatores, alinhados às práticas de RSA, são vistos como essenciais para construir uma imagem sólida e confiável, o que contribui para a fidelização dos consumidores e o reconhecimento no mercado.

Por fim, conclui-se que os estudantes estão conscientes das mudanças globais e da importância crescente de práticas empresariais responsáveis, compreendendo que, para atender às demandas atuais, as empresas devem buscar equilibrar os resultados financeiros com a preservação ambiental e a responsabilidade social. Essa percepção reforça a expectativa de que as futuras gerações de administradores serão capazes de implementar estratégias que promovam o valor compartilhado entre empresas e sociedade, contribuindo para um desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

REFERÊNCIAS

BERINGER, A. **The Lüneburg Sustainable University Project in international comparison: An assessment against North American peers.** *International Journal of Sustainability in Higher Education*, v. 8, n. 4, p. 446-461, 2007.

BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu; CHANG JÚNIOR, João. **A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação.** *FACOM - n° 17 - 1° semestre de 2007.*

FREITAS, A. B. **Traços brasileiros para uma análise organizacional.** In: MOTTA, F. C. P.; CALDAS, M. P. (Orgs.). *Cultura organizacional e cultura brasileira.* São Paulo: Atlas, 1997.

HASSAN, A. **Human resource development and organizational values.** *Journal of European Industrial Training*, v. 31, n. 6, p. 435-448, 2007.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2002
GIL, Carlos Antônio. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** Disponível em:
<https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2015.

MARCONI; Marina de Andrade; LAKATOS; Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** Disponível em: https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>. Acesso em: 04 dez. 2015.

Faculdade Fio Ourinhos. Disponível em:
http://www.fio.edu.br/manualtcc/co/6_Referencial_Teorico.html. Acesso em: 04 dez. 2015.
MOORE, M. G; KEARSLEY, G. **Educação à distância: uma visão integrada.** São Paulo: Thomson Learning, 1990.

KAUARK, F.; MANHÃES, F.C.; MEDEIROS, C.H. **Metodologia da pesquisa: guia prático.** Itabuna. Ed. Via Litterarum, 2010.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. *Empresas na Sociedade.* Rio de Janeiro. Elsevier. 2008.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica.** São Paulo: Loyola, 2005.

RICHARDSON, Roberto; WAINWRIGHT, David (Org). **Pesquisa Social – A pesquisa qualitativa crítica e válida.** Capítulo 6. São Paulo: Ed. Atlas, 3a Ed. 1999.



VIII Congresso Internacional *de Gestão e Tecnologias*

SEIFFERT, O. M. L. B. **Análise dos resultados dos cursos participantes do ENADE 2009 e 2012 com Conceito Preliminar de Cursos/CPC Insatisfatórios (= 1 e 2) e satisfatórios (= 3, 4 e 5).** v. 1. Brasília DF: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2014. (Relatório de Pesquisa)

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. ***Gestão Ambiental: Instrumentos, Esferas de Ação e Educação Ambiental.*** 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2014.

SHRIBERG, M., 2002. **Institutional Assessment tools for sustainability in higher education: strengths, weaknesses, and implications for practice and theory.** International Journal of Sustainability in Higher Education, v.3, n. 3, pp. 254 – 270

SOUZA, D. B.; FARIA, L. C. M. **Política, gestão e financiamento de sistemas municipais públicos de educação no Brasil: bibliografia analítica (1996-2002).** São Paulo: Xamã; Niterói: Intertexto, 2005.

