

## **Os Jovens e o Tema de Sustentabilidade: um Estudo de Caso sobre a Percepção e a Consciência de Alunos de Graduação de Administração de Empresas**

**Autoria:** Mardem Feitosa

### **Resumo**

Os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável têm sido foco de intenso debate tanto no meio acadêmico como corporativo. A internalização do conceito sustentabilidade como um valor e a implementação de práticas vinculadas à estratégia da corporação ainda é algo novo e, por isso, são poucas as experiências de sucesso que podem ser consideradas como consolidadas. Pesquisas apontam que organizações que incorporaram práticas de sustentabilidade nos processos de gestão já conseguiram obter vantagem competitiva. Este trabalho teve como objetivo identificar se os discentes da graduação em Administração de Empresas, que atuarão como futuros gestores, estão conscientes da importância desse tema no seu futuro profissional. Além disso, foi levantado como o conceito de sustentabilidade tem sido abordado e disseminado em uma instituição pública de referência no ensino de administração. A coleta de dados foi feita por meio de aplicação de um questionário com 22 perguntas a uma amostra representativa de alunos de todos os semestres nos turnos diurno e noturno. Foram obtidas 441 respostas válidas. A pesquisa identificou que embora os alunos reconheçam a importância do tema na atuação do administrador, eles ainda não o consideram como critério relevante para escolher a organização em que irão estagiar ou trabalhar. Os alunos sinalizaram que possuem pouco ou médio conhecimento em relação ao tema. Há uma forte tendência de buscar o conhecimento por meio de jornais ou amigos, sendo muito baixo o percentual de alunos que lêem textos ou pesquisas sobre o assunto. No que se refere às disciplinas ofertadas pela faculdade, há maior concentração na área de gestão de pessoas. Isso indica que a faculdade tem abordado o tema como um conceito vinculado à questão de cultura organizacional. No entanto, é positivo notar que a maioria das áreas tem abordado o assunto. Chamou atenção o fato da área de finanças não ter sido lembrada pelos alunos tanto como a área de produção que hoje tem um papel importante na discussão da implantação de tecnologias de produção mais “limpas”. Sobre as organizações empresariais consideradas como referência pelos alunos, foram lembradas principalmente empresas nacionais, sobretudo, empresas de grande porte que têm sido pressionadas por diferentes grupos de interesses para adequar suas operações. Os alunos também ressaltaram a importância das entidades estudantis na disseminação do tema, mas ainda são céticos em relação ao interesse dos colegas em participar de eventos. O estudo realizado é um alerta para as escolas de administração que tem como papel formar futuros gestores. Sinaliza a necessidade de atuação mais efetiva por parte da coordenação dos cursos de graduação, particularmente no que tange ao ensino transversal dos temas sustentabilidade e desenvolvimento sustentável.

## 1. Introdução

Os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável são amplamente discutidos em diferentes segmentos da sociedade, desde esferas governamentais sobre licenciamento de obras públicas a esferas não governamentais como a responsabilidade pelas externalidades negativas geradas pela produção e consumo de produtos.

O caráter polissêmico dos conceitos gera ambigüidade e diversidade na sua utilização. Este fato tem estimulado um debate crescente no âmbito acadêmico em diferentes áreas de conhecimento: Economia, Administração, Sociologia, Engenharia, Educação etc.

O debate crescente observado nos últimos anos intensificou estudos acadêmicos nessa temática visando disseminar e sistematizar experiências, além de mensurar resultados que contribuam para um desenvolvimento sustentável.

A área educacional tem um papel preponderante no momento atual, pois é responsável por formar gestores capazes de atuar em um cenário sociocultural e econômico complexo. A complexidade reside na necessidade de uma maior percepção da sociedade sobre os impactos no meio-ambiente, a consciência das disparidades sociais e de um crescimento econômico que não viabiliza a inclusão e amplia o déficit socioambiental observado na atualidade.

As principais escolas de administração, tais como a *Harvard Business School*, *Stanford University*, *Sloan Management*, *Oxford University*, entre outras, possuem centros de pesquisas voltados para a sustentabilidade. No Brasil, as principais universidades também organizaram grupos e centros de estudos voltados para a temática de Sustentabilidade e Empreendedorismo Social, tais como a Universidade de São Paulo (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – FEAUSP), Fundação Getúlio Vargas e a Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Observa-se também o reconhecimento de instituições de ensino perante órgãos ligados a ONU, que buscam a inserção dos conceitos em disciplinas, tanto na graduação quanto no pós-graduação. Um exemplo notório é a iniciativa ligada ao *Principles for Responsible Management Education* (PRME).

O PRME reúne instituições educacionais signatárias do compromisso de promover a formação de gestores comprometidos em considerar critérios socioambientais, além do critério econômico, na gestão das organizações. Há 368 instituições signatárias em diversos países, tais como EUA, Reino Unido e Alemanha, sendo que nove são brasileiras. Entre as instituições do Brasil, podemos citar a PUC-RJ, Fundação Getúlio Vargas e Fundação Dom Cabral.

Este trabalho tem como objetivo investigar a percepção e a consciência dos jovens universitários, especificamente os discentes da graduação em Administração de Empresas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP), sobre os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, bem como identificar o papel que está sendo desempenhado pela educação formal obtida em uma instituição pública. O estudo é integrante de um ciclo de pesquisas desenvolvidas para compreender e recomendar ações que melhorem a formação universitária.

A escolha do público-alvo é decorrente da importância que os jovens têm na construção de um mundo mais inclusivo. Os alunos de administração serão os gestores de amanhã e, por isso, precisam estar preparados para lidar em um contexto que será importante a análise dos impactos socioambientais em conjunto com critérios econômicos, para perpetuar as atividades empresariais e desenvolver novos mercados.

O Dossiê Universo Jovem MTV (2008) constatou que os jovens brasileiros consideram os problemas ambientais como 24º lugar em ordem de importância e 5º lugar para mudança

climática, demonstrando pouco conhecimento sobre assuntos ligados ao tema. Para o professor do Departamento de Economia da FEA-USP José Eli da Veiga, que é referência nacional e internacional no tema, não há mudança sem inovação e juventude.

Infelizmente, Veiga (2009) destaca a falta de preparo e conhecimento dos jovens na atualidade que contam com um repertório muito superficial sobre a temática e com poucos elementos para pensarem sobre alternativas para construção de uma nova realidade. Neste sentido, a busca de soluções no campo educacional é premente.

Este artigo foi dividido em quatro seções principais. Na primeira seção, apresenta-se a evolução do conceito de sustentabilidade no contexto organizacional, as práticas observadas nas empresas e as formas de mensuração dessas atividades.

A segunda seção contém os aspectos metodológicos utilizados no estudo. Na sequência, há a seção de apresentação dos resultados obtidos divididos em interesses sobre o tema, conceito percebido e sua relação com o mercado de trabalho. A quarta seção possui algumas reflexões sobre resultados obtidos e caminhos para futuros trabalhos.

## **2. Fundamentação Teórica**

### **2.1. Da Filantropia à Sustentabilidade**

Depois de séculos em que o progresso econômico e a supremacia política justificaram os avanços e as omissões, a erradicação dos problemas socioambientais como miséria, fome, exclusão social, degradação ambiental tem sido um desafio nas últimas décadas. Havia uma crença de que o desenvolvimento científico e uma evolução “natural” das relações econômicas dariam conta de reduzir ou, até mesmo, de eliminar estas, que pareciam ser pequenas falhas da “ordem natural das coisas”.

Contudo, quando se chega à segunda década do século XXI, e se verifica que a modernidade tecnológica, a globalização econômica e o avanço da Ciência não foram suficientes para obter-se uma sociedade equitativa na distribuição de recursos, comprometida com a preservação dos bens comuns e responsável pela igualdade de direitos, constata-se a urgência de promover ações efetivas e integradas de resgate do patrimônio socioambiental da Humanidade.

O mal estar com este parco avanço civilizatório provocou, inicialmente, questionamentos sobre a responsabilidade das organizações corporativas, entidades iconográficas do sistema capitalista de produção econômica na sociedade contemporânea.

Um primeiro movimento observado nas empresas foi o de promover ações filantrópicas sob a forma de doações, financiamentos e patrocínios, os quais tiveram sem dúvida a eficiência de atender necessidades pontuais e, mais do que isso, o mérito de expressar o desconforto de alguns líderes empresariais e evidenciar a complexidade e premência de que o processo de erradicação da miséria se transformasse em um compromisso do conjunto da sociedade.

No Brasil, a redemocratização e, principalmente, o recrudescimento dos problemas sociais na década de 90, tornaram obrigatório no discurso empresarial a questão da responsabilidade social, com uma abordagem de investimento social privado, ou seja, com uma concepção de expectativa de retorno.

Se de um lado, este conceito refletia uma visão quase exclusivamente financeira da ação social, por outro lado, ao se tornar mais inteligível para a linguagem do mundo dos negócios, ele incentivou a adesão de organizações e pessoas, e direcionou o foco dessas ações para resultados passíveis de monitoramento e avaliação.

Ao ganhar mais concretude, tornou-se factível a incorporação das ações socioambientais ao direcionamento estratégico das empresas. Este movimento, observado a partir da última década, transformou a simples preocupação com o tema em uma efetiva estratégia empresarial, retirando as questões socioambientais do “limbo” dos “assuntos filosóficos” para colocá-las na pauta das prioridades do negócio. Inaugurou-se, assim, o ambiente propício para a reflexão, o debate e a prática da sustentabilidade organizacional.

O termo sustentabilidade tem sido utilizado em diferentes contextos. Sua origem advém do conceito de desenvolvimento sustentável, caracterizado, pela primeira vez, no relatório elaborado pela comissão Brundtland das Nações Unidas (ONU). A comissão elaborou, em 1987, um estudo sobre problemas globais de ambiente e desenvolvimento. A repercussão do relatório foi grande, estimulando a ONU a realizar, em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro.

Dessa conferência, resultou a Agenda 21, que enfatizou a necessidade de todos os países discutirem estratégias que viabilizassem um desenvolvimento que atendessem as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades.

O conceito de sustentabilidade é mais robusto do que o de responsabilidade social, pois exige a integração das dimensões econômica, ambiental e social nas decisões empresariais, tanto as que afetam diretamente os negócios, como aquelas que, embora indiretamente ligadas às atividades, afetam o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas.

Deste modo, a lógica empresarial deixa de gravitar, exclusivamente, no eixo econômico-financeiro para se responsabilizar por aspectos antes considerados secundários, ou mesmo desconsiderados, como: a renovação dos recursos naturais, a reciclagem de resíduos, a emissão de carbono, o acesso da população à educação, saúde, crédito, participação social.

Alguns autores como Elkington (2001) e Savitz (2007) apropriaram-se da discussão feita no nível macro para o nível micro (organizacional). É apresentado o conceito de empresa sustentável como sendo “aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com que mantém interações” (SAVITZ, 2007, p.02). Autores como Sachs (2007) são críticos em relação a contribuição das empresas para um desenvolvimento sustentável.

Na falta de um imperativo ético, o ambientalismo ficou reduzido a uma receita tecnológica e, como sempre ocorre nesse caso, as soluções ficam nas mãos de empresários tecnocratas. Impulsionado por uma tecnologia intensiva e mantido por exploração excessiva da natureza, o crescimento econômico era, outrora, considerado uma das principais causas da deterioração do meio ambiente; subitamente, a ele se atribuiu um papel determinante para resolver a crise ambiental. Um papel ainda mais importante é atribuído à economia de mercado para organizar a natureza e a sociedade. O rótulo “meio ambiente” e o slogan “sustentabilidade” tornaram-se dispositivos falaciosos, utilizados como cobertura para se continuar a fazer negócios como se nada tivesse acontecido. (SACHS,2007, p. 250)

A discussão de sustentabilidade no contexto organizacional tem abordado um leque amplo de temas: nos EUA tem predominado o debate sobre governança corporativa e ética, representados, por exemplo, pela Lei *Sarbanes-Oxley*. Já os europeus, focam em aspectos ambientais e origem dos produtos, segundo Davis, Whitman e Zald, (in: Crane, 2008).

No Brasil, em levantamento realizado pelos autores, há em torno de 70 grupos de pesquisa registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) que têm como objetivo principal o estudo sobre conceito e práticas de sustentabilidade nas organizações modernas. Isto indica a importância do tema na atualidade.

## 2.2. Do discurso de sustentabilidade para a ação

Estudos realizados por Savitz (2007) apontam que as companhias que incorporaram os conceitos relacionados à sustentabilidade e empresa sustentável já obtêm aumento de receita e redução de impasses jurídicos. Uma grande empresa ligada à indústria de produtos alimentícios e higiene investe maciçamente no desenvolvimento de produtos voltados à base da pirâmide e prevê negócios altamente lucrativos nesse setor (SAVITZ, 2007, p 07) e sua principal concorrente global anunciou, em evento realizado no Brasil, a lucratividade das ações da organização relacionadas ao desenvolvimento sustentável, conforme Barbosa (2010). Segundo dados de pesquisa realizada pela Accenture para ONU (2010), 96% dos executivos consideram que a sustentabilidade deve fazer parte do *core business* da companhia, com criação de grupos internos específicos (93%) e integrando as operações das filiais (91%).

Tachizawa (2008) enfatiza que a maior parte das empresas brasileiras que compreenderam o novo cenário são aquelas em processo de internacionalização ou que possuem sedes fora do Brasil. Por isso, elas precisam atender as exigências de outros países, geralmente desenvolvidos, e estes, impõem condições socioambientais para aquisição de produtos e serviços. Organizações que atuam no setor financeiro, energia e mineração são exemplos de tais práticas.

Neste sentido, as corporações que não implementaram mudanças profundas em seu processo produtivo, a partir da década de 90, sentem o reflexo atual na diminuição de receitas e ascensão dos concorrentes que utilizam práticas sustentáveis como meta no dia-a-dia. Tais mudanças estão baseadas na maior cobertura midiática de escândalos ambientais e financeiros, pressão de grupos de interesses e maior conscientização de investidores e clientes.

Devido à alteração de postura dos *stakeholders*, as empresas se deparam com o pagamento de indenizações bilionárias, tal como o caso envolvendo uma subsidiária de uma indústria petrolífera no Equador. Enquanto isso, a principal concorrente dessa indústria possui parceria com *stakeholders* e busca a revalorização da marca após os casos de fraudes e desastres ambientais.

Um canal importante utilizado pelos grupos de interesse é a internet. Exemplos como o desastre ambiental no Golfo do México em 2010 e os protestos, através das redes sociais, contra o desmatamento patrocinado por uma indústria alimentícia na Indonésia, demonstram a força de organizações ambientalistas na rede.

Há, ainda, os cínicos e céticos que não reconhecem ou não aceitam a capacidade do mundo corporativo em promover mudanças que busquem a melhoria social e ambiental, sem desconsiderar a maximização de lucros. Os primeiros não acreditam que a sustentabilidade é viável e a consideram como propaganda, somente, tal como os primeiros relatórios sobre a utilização de mão-de-obra escrava e infantil.

Os céticos, ancorados, por exemplo, por declarações de *Milton Friedman*, consideram que as companhias não devem se preocupar com assuntos que não estejam relacionados ao lucro dos acionistas.

Esse posicionamento levou uma organização que atua no ramo de biotecnologia à desvalorização no mercado de ações, apesar de possuir receita em torno de US\$ 5 bilhões de

dólares (SAVITZ, 2007, pg 41). Enquanto que, em 2010, a movimentação de capital envolvido com investimentos socialmente e ambientalmente responsáveis alcançou a cifra de US\$ 20 trilhões com perspectiva de aumento nos próximos anos.

Há diversas concepções sobre o tema, dependendo da região do centro de pesquisas e momento histórico. Porém, muitas organizações elaboram e adaptam para sua realidade definições e indicadores de medição de seus desempenhos.

Diversos indicadores e normas foram elaborados para acompanhar a implementação e consolidação de estratégias de sustentabilidade a partir do modelo piramidal de Carrol e do *TBL – Triple Bottom Line* de John Elkington. Relatórios e balanços sociais como do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), Indicadores ETHOS e GRI (*Global Report Initiative*) têm sido cada vez mais usuais nas empresas brasileiras. Em relação às normas e certificações, temos: *AccountAbility 1000 (AA1000)*, *Social Accountability SA8000*, *FSC*, e *ISO 26000*.

Segundo Cajazeira (2008), existe pouca difusão das normas nos países em desenvolvimento devido ao alto custo de construção das estruturas normativas, às baixas condições socioeconômicas da população, que aumenta a tolerância por produtos de baixa qualidade, e ao trabalho infantil. Além disso, há a fragilidade dos órgãos fiscalizadores.

Portanto, a prática da sustentabilidade requer planejamento, ética e responsabilidade. A aplicação das diretrizes constantes nos indicadores gera um grande desafio, pois implica envolver toda a cadeia produtiva em que está inserida a grande corporação. Como apontado por um *Chief Executive Officer* (CEO) em reportagens realizadas pela Revista EXAME (2010), a responsabilidade não pode ser terceirizada.

Por este motivo, este estudo tem como foco os jovens que estão sendo preparados para gerenciar as empresas a médio e longo prazo. A pergunta que fica é: será que estes futuros gestores estão preocupados e conscientes em relação à sustentabilidade? Na próxima seção, são apresentados os aspectos metodológicos do estudo realizado em uma instituição pública de ensino superior em administração.

### 3. Aspectos Metodológicos

Este trabalho caracteriza-se como um estudo de caso de natureza exploratória que, segundo Yin (2005), permite compreender fenômenos sociais complexos, relativamente recentes, tal como as discussões acerca da sustentabilidade.

O público respondente corresponde aos alunos da graduação em Administração de Empresas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, campus capital. O questionário foi aplicado tanto nas turmas do período matutino (1º, 3º, 5º e 7º semestres) quanto nas turmas do período noturno (1º, 2º, 3º, 5º, 7º e 9º semestres). Desta forma, o universo estimado para a aplicação da pesquisa foi de 940 alunos.

Foram obtidas 441 respostas válidas, que representam 47% do universo estimado. Desta forma, a amostra global possui 95% de grau de confiança com margem de erro máxima de 3,5%, já que conforme Levine et al (2000), sendo a quantidade da amostra igual ou superior a 5% da população alvo da pesquisa, a população é considerada finita e para cálculo da quantidade mínima de respostas para validação é utilizada a seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2}{\hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2 + (N - 1) \cdot E^2}$$

Figura 1 - fórmula para determinação da amostra finita

Fonte: Levine et al (2000)

De acordo com a fórmula acima, o número mínimo para validação é de 427 respostas. Portanto, o tamanho da amostra atende as premissas para validação dos dados, nas condições citadas.

A amostra possui representatividade em todas as turmas da graduação e com moda 20, mediana 21 e média 21,24, possui idade mínima e máxima, respectivamente, entre 17 e 37 anos. Há no período noturno uma turma adicional, o 9º semestre, devido à estrutura da grade curricular do curso.

Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário estruturado, constituído por, predominantemente, perguntas qualitativas com escalas nominais, ordinais e escala Likert com seis pontos.

O uso da escala nominal é baseado na necessidade de classificação de algumas variáveis, tais como o período e o semestre da graduação, enquanto que a escala ordinal foi utilizada em questões que envolveram unidades de mensuração arbitrárias. A escala Likert foi utilizada para obter a intensidade com que o respondente se referiu aos itens do questionário, conforme Hair *et al* (2006).

O questionário foi dividido em três blocos: entendimento dos alunos em relação ao conceito de sustentabilidade, interesse pelo tema e importância do tema nas empresas. A seguir, um quadro com o detalhamento dos blocos elaborados.

**Quadro 1. Principais pontos abordados no questionário**

Conceito e importância	Interesse sobre o tema	Contexto organizacional
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definição do tema</li> <li>Importância na formação acadêmica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interesse do aluno</li> <li>Interesse da FEAUSP</li> <li>Interesse de entidades estudantis</li> <li>Interesse dos demais alunos</li> <li>Canais utilizados para atualização</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benefícios percebidos</li> <li>Desafios para implementação</li> <li>Atribuição de responsabilidade</li> <li>Setores da economia mais envolvidos</li> <li>Grupos de interesses impulsionadores de ações sustentáveis</li> </ul>

Fonte: elaborado pelos autores, 2011.

Foram realizados pré-testes com um grupo de aproximadamente 20 alunos da graduação em Administração de Empresas da FEA-USP com o objetivo de adequar as perguntas com os

objetivos do trabalho. Além disso, foi verificado o tempo médio para responder o questionário e possíveis pontos que pudessem gerar dúvidas aos discentes.

A aplicação do teste do questionário foi realizada durante o período das aulas, com autorização prévia dos docentes, para assegurar o número mínimo de respostas para validação dos dados, e dinamizar a coleta dos questionários respondidos, já que os integrantes de cada turma da graduação responderam simultaneamente o formulário.

O método estatístico escolhido para estudo dos dados coletados foi a análise bivariada, pois permite a análise simultânea das variáveis, quantitativas ou qualitativas, envolvidas que possibilita a determinação dos possíveis relacionamentos existentes entre as respostas válidas. A hipótese considerada pelo estudo foi de que não haveria diferenças de respostas de acordo com o semestre que o aluno estaria cursando. Acreditava-se na uniformidade de respostas obtidas do questionário, pois o público-alvo pertencia mesma faixa etária e cursavam as mesmas disciplinas estabelecidas da graduação em Administração de Empresas da FEA-USP. As técnicas definidas para aferir a associação de respostas coletadas pelo questionário aplicado foram os testes qui-quadrado, que consistem em testes de homogeneidade, independência e aderência, porque há a possibilidade de relação das variáveis, para determinar comportamentos nas repostas em determinados grupos, tal como os valores observados e estimados.

Além disso, as estatísticas descritivas para extração de frequências e tabulações cruzadas foram utilizadas para visualizar as relações obtidas e averiguar o nível significativo dos valores calculados.

Parte do questionário aplicado aos alunos de graduação da FEA-USP foi inspirado em levantamento feito pela *Sloan Management School* do *Massachusetts Institute of Technology* (2009) que teve como objetivo identificar a percepção dos gestores atuantes no mercado de trabalho em organizações de portes distintos e em diversas regiões do mundo.

Com intuito de sistematizar os dados e aplicar as ferramentas estatísticas, foi utilizado o software *StatisticalPackage for the Social Sciences* (SPSS) v.9.0.

#### **4. Análise de Resultados**

Conforme mencionado anteriormente, o questionário aplicado foi dividido em três blocos: entendimento do conceito de sustentabilidade e sua importância na carreira profissional, interesse pelo tema e percepção do aluno em relação ao contexto organizacional.

Como era esperado, um pouco mais que a metade dos alunos está estagiando ou trabalhando (53%). Este fato é resultado de portaria da faculdade que estabelece a quantidade mínima de créditos para iniciar um estágio supervisionado, equivalendo, no geral, ao 5º semestre do curso.

##### **4.1. Definição do conceito e importância na carreira profissional**

O primeiro bloco do levantamento se referia ao entendimento do conceito de sustentabilidade. Os resultados apontam que a definição da Comissão Brundtland está amplamente disseminada entre os alunos da graduação da FEA-USP, já que 55% escolheram esta opção quando indagados sobre a definição de sustentabilidade.

Os alunos da graduação consideram que o tema possui grande importância na formação do administrador (73% dos alunos), sendo que, destes, um terço o considera de máxima importância. Ao realizarmos o teste qui-quadrado, houve a constatação que as respostas do primeiro semestre diferem das respostas das demais turmas. Desta forma, podemos rejeitar a

hipótese de uniformidade de respostas e, neste caso, considerar as análises por semestre da graduação.

Além da refutação de uniformidade, foi identificado que 88% dos alunos do primeiro semestre consideram muito importante o tema na formação do administrador, percentual bem acima daquele observado em outras turmas (em torno de 70%). Desta forma, os dados sugerem que os alunos do primeiro semestre estão mais conscientes e atentos a esta temática, fruto talvez de maior influência da mídia ou de conhecimentos adquiridos no ensino fundamental ou médio.

#### 4.2. Interesse sobre o tema

Quando indagados sobre o interesse pelo assunto, 91% dos estudantes acenam para um interesse posicionado entre médio e alto. No entanto, os alunos afirmaram possuírem conhecimento básico (47%) ou médio (48%) indicando que há uma lacuna que deve ser preenchida pela faculdade. Estes resultados confirmam a percepção dos coordenadores de curso de graduação em administração da FEA-USP, Fundação Getúlio Vargas e Insper, identificada no estudo realizado por Rosolen (2009).

A proporção de alunos que buscam atividade extracurricular relacionada ao tema é de apenas 21%. Destes, em torno da metade, utiliza a participação em palestras, seminários e eventos para ampliar o conhecimento. O número é extremamente baixo, considerando a importância do tema e o interesse expresso pelos próprios graduandos. Isto revela uma atitude passiva do aluno que espera que o conteúdo chegue de forma fácil em suas mãos e não busca formas alternativas de obtê-lo.

Questionados sobre os veículos utilizados para obtenção de informações sobre o tema, as três maiores citações foram jornais/revistas (33%), palestras/eventos (23%) e sites especializados (18%). Porém, quando solicitada a hierarquização da importância relativa das opções, as mais importantes foram jornais/revistas, amigos/parentes e palestras/eventos.

Esse resultado aponta que o conhecimento obtido pelos alunos não possui base científica, o que pode desenvolver no aluno uma visão superficial e pouco crítica sobre um tema de extrema complexidade. Chamou atenção a falta de leitura dos alunos: apenas 4,5% indicaram a leitura de livros especializados sobre o tema.

A percepção do aluno de graduação é que o interesse da faculdade em abordar o tema está de médio para baixo, com 83% das respostas obtidas. O teste qui-quadrado revelou que os alunos do primeiro semestre (72%) formam o grupo que melhor avaliou o interesse da faculdade.

Isso pode ser explicado, em parte, pelo movimento mais recente na instituição de introduzir o tema em disciplinas do primeiro ano, tais como Fundamentos de Ciências Sociais ou também pelo tempo disponível que os alunos têm nos primeiros anos de graduação para participar de eventos realizados na faculdade. Esta situação se inverte quando analisamos as respostas do último semestre, pois 68% das respostas se concentraram na tendência de médio para baixo.

No que se refere à oferta deste conteúdo na FEA-USP, 58% dos alunos identificaram que a faculdade tem preocupação com a temática no curso de administração, sendo que, deste grupo, 60% identificaram o tema em matérias relacionadas à área de Gestão de Pessoas e 30% nas disciplinas oriundas do Departamento de Administração Geral. Outras áreas identificadas foram Marketing, Economia das Organizações e Produção e Operações. As áreas de Finanças e Métodos Quantitativos e Informática não foram citadas.

O fato de que 60% dos respondentes tenham mencionado as disciplinas ligadas a área de Gestão de Pessoas pode ser explicado pela iniciativa de alguns docentes de referência, entre eles a Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rosa Maria Fischer, que foi responsável pela introdução do tema de

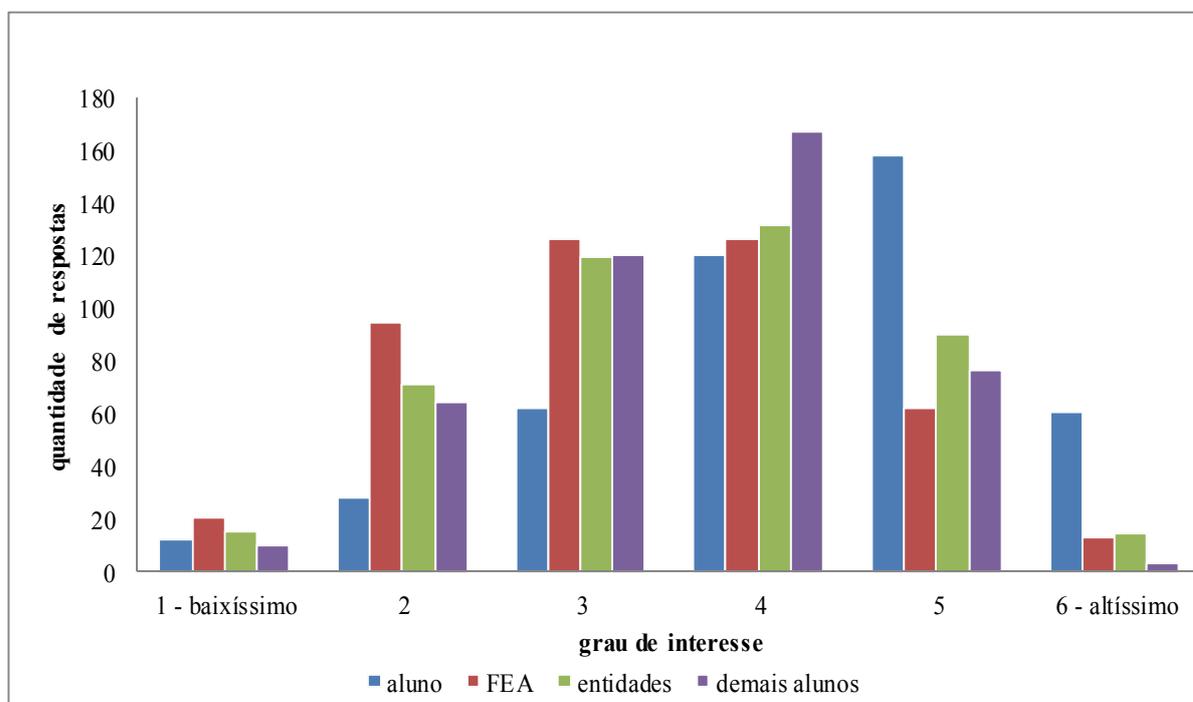
responsabilidade social na graduação no final da década de 90 e também constituiu um centro de estudos com foco em empreendedorismo social e administração em terceiro setor.

Outros centros de estudos, ligados ao Departamento de Economia, recordados pelos alunos, foram aqueles com participações do Prof<sup>o</sup> Dr. Ricardo Abramovay e Prof<sup>o</sup> Dr. José Eli da Veiga. No Departamento de Administração, foram também citadas as iniciativas do Prof<sup>o</sup> Dr. Isaak Kugrianklas que criou um programa voltado para gestão ambiental.

De acordo com os alunos, as entidades estudantis apresentam interesse de médio para alto, já que 57% e 24% das respostas concentraram-se, respectivamente, nestas faixas. Não houve constatação de relação linear entre a percepção e o semestre letivo.

Quando questionados sobre o interesse dos demais alunos da graduação neste tema, 56% declararam interesse médio com tendência para alto. A relação entre o semestre e a opinião foi considerada baixa, exceto no primeiro semestre da graduação, já que 70% das respostas da turma se concentraram nesta tendência identificada.

A seguir, gráfico que ilustra as percepções dos alunos em relação ao interesse pelo tema de sustentabilidade dos diferentes atores envolvidos no ensino de graduação (faculdade, colegas e entidades estudantis).



**Gráfico 1 – Interesse sobre o tema dos alunos, FEAUSP, Entidades Estudantis e demais alunos.**

**Fonte: elaborado pelos autores, 2011.**

### 4.3. Percepção do aluno em relação ao contexto organizacional

O terceiro bloco tinha como objetivo identificar a percepção do aluno em relação ao uso do conceito de sustentabilidade no contexto organizacional. Cerca de 35% dos alunos consideram que os produtos ou serviços oferecidos pela organização são as melhores fontes para identificação da preocupação da organização com sustentabilidade, seguidos pela reputação/imagem com 32% das respostas.

Os alunos consideram que a melhoria da imagem da empresa ou produto e o fortalecimento das relações com os *stakeholders* são os maiores benefícios gerados para a organização, seguidos pela obtenção de vantagem competitiva.

Em torno de 70% dos alunos consideram que todos os funcionários da corporação são responsáveis pelas questões de sustentabilidade da empresa, sendo que o mais adequado seria constituir um grupo em cada área de negócio ou um grupo constituído por diversos departamentos. No entanto, de acordo com a visão de um número expressivo de alunos (43%), não há clareza do papel da sustentabilidade na estratégia das organizações. Este percentual eleva-se quando se realiza um recorte dos alunos que já fazem estágio ou trabalham: 60% são críticos em relação a internalização de práticas de sustentabilidade nas organizações. O resultado evidencia que os jovens ainda estão um pouco céticos em relação à consolidação de práticas mais sustentáveis nas organizações.

Com 42% das respostas válidas dos estudantes, os consumidores foram definidos como o grupo que pode impulsionar a sustentabilidade nas organizações. Pesquisa realizada pela Accenture e ONU (2010) constatou que os consumidores (58%), seguidos pelos colaboradores (45%) e governo (39%), são os grupos de interesses com maior impacto sobre as organizações e que podem estimular as ações sustentáveis. No caso dos consumidores brasileiros, uma pesquisa realizada pelo Akatu (2010) aponta que a pressão deste grupo sobre as organizações é ainda pequena, pois apenas 5% da população são considerados consumidores conscientes e preocupados com a sustentabilidade. Nesta pesquisa, 56% dos respondentes afirmaram que desconhecem o tema sustentabilidade.

Em relação à influência do tema sustentabilidade na escolha do local de estágio ou trabalho para empresas com valores sustentáveis, a relação pode ser considerada como média com tendência para baixa, pois somente 25% sinalizaram que este critério é fundamental na escolha da organização para estagiar ou trabalhar.

O teste qui-quadrado realizado identificou que o primeiro semestre do curso relaciona fortemente o tema com a escolha do estágio/trabalho efetivo, já que em torno de 78% das respostas deste grupo se concentraram nas faixas consideradas com importância alta, ante a média de 50% dos demais semestres da graduação. Levando-se em conta que os alunos ingressantes são os mais entusiasmados com o tema, talvez em dois anos esta situação mude visto que público não está atualmente em busca de estágio.

Majoritariamente, os respondentes identificaram a Natura como empresa sustentável, já que 44% citaram livremente a empresa e a segunda empresa com maior citação, o Banco Real, apresentou 11% das citações dos alunos. Os alunos também citaram, mas em menor proporção, algumas empresas multinacionais como GE, Nestlé e Wal-Mart.

É interessante notar que os alunos mencionaram empresas nacionais como organizações que utilizam práticas sustentáveis. Tal fato pode ser explicado pelo movimento, iniciado em meados dos anos 80, de lideranças empresariais brasileiras para implantação de ações de responsabilidade social e a criação de organizações não governamentais que promovem o desenvolvimento sustentável.

Os setores considerados com maior preocupação com a sustentabilidade e desenvolvimento sustentável foram organizações sem fins lucrativos e o setor de papel e celulose. Na sequência, as instituições educacionais, representadas pela Universidade e setor de energia, óleo e gás.

## 5. Considerações Finais

A pesquisa identificou o interesse dos alunos no tema de sustentabilidade e a importância que as entidades estudantis têm atualmente na oferta de atividades extracurriculares na instituição. Os alunos de graduação em administração da FEA-USP percebem uma preocupação da faculdade, mas não uma estratégia deliberada. Ressaltam a existência de iniciativas isoladas de alguns docentes ligados às áreas de Gestão de Pessoas e Administração Geral. Este fato pode indicar falta de comunicação clara dos propósitos do curso para os alunos ou efetivamente falta de direcionamento estratégico.

O interesse manifestado e a elevada importância dada à formação do administrador não se concretizam na busca por estágio ou trabalho efetivo, pois quando questionados sobre a importância do tema de sustentabilidade na formação profissional, 70% dos alunos afirmaram elevada importância, enquanto que apenas 25% levam em conta este critério na escolha de empresas/organizações para trabalhar.

Os dados encontrados levantam a hipótese de que o aluno de Administração tende a reproduzir um discurso frequente na mídia, mas ainda não expressa genuinamente que a sustentabilidade é um valor pessoal.

Quando indagados sobre a responsabilidade nas organizações e benefícios proporcionados pela adoção de práticas sustentáveis, 70% das respostas indicaram que todos os funcionários devem se responsabilizar e os impactos das ações fortalecem a relação com *stakeholders*, proporcionam vantagem competitiva e melhoram a imagem da empresa ou produto. Este resultado é extremamente positivo porque permite colocar o problema e responsabilidade pela solução nas mãos de todos e não apenas da alta liderança.

Em relação aos desafios identificados para tornar as ações sustentáveis mais transparentes, os maiores obstáculos indicados foram a falta de clareza do papel da sustentabilidade na estratégia das organizações, falta de comprometimento organizacional e receio de *greenwashing*.

Considerando o alto interesse dos alunos, o pouco conhecimento sobre o tema e as evidências de uma atualização em relação ao assunto de forma assistemática e com conteúdo advindo de jornais e revistas não especializadas sobre sustentabilidade, há muito espaço a ser conquistado pela faculdade na oferta de conteúdo voltado para a temática.

Embora a sustentabilidade seja foco de pesquisas nas escolas de negócios no mundo, até o presente momento não foram encontrados trabalhos sistematizados que mostrem alternativas para introdução deste tema de forma transversal e consistente. O provérbio popular “casa de ferreiro, espeto de pau” pode explicar esta situação.

No Brasil, as experiências encontradas em artigos e estudos mostram que as iniciativas ainda são pontuais e não deliberadas dos cursos de graduação. Observa-se a criação de centros de estudos especializados, oferta de matérias optativas e organização de eventos aos alunos.

A Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo se insere neste contexto como uma instituição que possui centros de pesquisa sobre o assunto, oferece matéria optativa e outras matérias obrigatórias que abordam o conceito de sustentabilidade. Contudo, não foi identificada nenhuma estratégia deliberada para consolidação do tema na grade curricular do curso.

Conforme mostra o item 2.2 deste artigo, um dos grandes desafios para a consolidação de práticas sustentáveis é justamente a mudança de comportamento dos gestores atuais, que no caso das instituições de ensino são os docentes.

Os alunos de graduação em administração têm papel chave no futuro das organizações modernas. Para isso, é fundamental preparar os alunos de graduação para serem agentes de mudança nas organizações e viabilizadores de iniciativas voltadas para sustentabilidade.

Recomenda-se que para retomar seu caráter inovador, é urgente que a Academia se conscientize da importância desses debates e que os professores passem a inseri-los em suas atividades letivas, ainda que de forma transversal e emergencial. Mais do que atender a um comprovado interesse do corpo discente, essas iniciativas estarão devolvendo às universidades uma de suas funções mais importantes, não apenas em termos da formação dos futuros gestores, mais condizente com o cenário atual, mas também de produção e disseminação de conhecimento científico sobre o tema.

Além disso, vale a pena acompanhar a evolução dos 4.915 cursos de graduação em Administração existentes no Brasil. Entidades como a Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ANGRAD) e Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) poderiam estimular o desenvolvimento de pesquisas nesta temática e gerar debates específicos nos encontros anuais.

## 6. Referências Bibliográficas

ACCENTURE/ONU. *A New Era Of Sustainability UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010*. 2010

AGÊNCIA ESTADO – DOW JONES E REUTERS. Equipe de Obama apoia lei contra emissões de CO<sub>2</sub>. *O Estado de São Paulo*, 22 abr. 2009. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,equipe-de-obama-apoia-lei-contra-emissoes-de-co2,358772,0.htm>. Acesso: 05/08/2010.

AKATU. *O consumidor brasileiro e a sustentabilidade: Atitudes e Comportamentos frente ao consumo consciente, percepções e expectativas sobre RSE*. São Paulo.2010

ASSOCIATED PRESS. Chevron-Texaco é condenada a pagar US\$ 8,6 bi por danos ambientais. *Valor Econômico*, 14 fev. 2011. Disponível em: <http://www.valoronline.com.br/online/geral/87/383996/chevron-texaco-e-condenada-a-pagar-us-86-bi-por-danos-ambientais>. Acesso em 14.02.2011

BARBOSA, Vanessa. Investimentos sustentáveis já movimentam US\$ 20 trilhões. *Revista EXAME*, 08 jul. 2010. Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/meio-ambiente-e-energia/noticias/investimentos-sustentaveis-movimentam-us-20-trilhoes-577292.html>. Acesso em 05.08. 2010.

BARBOSA, Vanessa. Unilever já está lucrando com sustentabilidade. *Revista EXAME*, 10 jun. 2010. Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/meio-ambiente-e-energia/noticias/unilever-ja-esta-lucrando-sustentabilidade-568642.html>. Acesso em 11.06.2010.

BRASIL. Portaria FEA-2, 19 de março de 2009.

CAJAZEIRA, Jorge E. R. *Normalização e barreiras não-tarifárias: uma análise da influência das normas socioambientais de gerenciamento no comércio internacional*. 2008. 225p. (Doutorado, Administração de Empresas) – FGV/ Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo.

CRANE, Andrew *et al.* *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press Inc, 2008. 656 p.

HAIR, Jr., Joseph F. *et al.* *Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração*. Tradução Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p.

ELKINGTON, John. *Canibais com garfo e faca*. Tradução: Patrícia Martins Ramalho. São Paulo: Makron Books, 2001. 472p.

LEVINE, David M.; BERENSON, Mark L.; STEPHAN, David. *Estatística teoria e aplicações: usando o Microsoft Excel em português*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2008. 5ª edição. 776 p.

MARIN, Denise. C, MELO, Patrícia C. Veja os principais temas em discussão na Cúpula das Américas. *O Estado de São Paulo*, 16 abr. 2009. Disponível em: [http://www.estadao.com.br/internacional/not\\_int355958,0.htm](http://www.estadao.com.br/internacional/not_int355958,0.htm). Acesso em 05.08.2010.

MIT SLOAN. *Management Review Especial Report*. North Hollywood. 2009

MTV Brasil, Dossiê Universo Jovem. São Paulo. 2008.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Obama anuncia investimento de 2 US\$ bi em energia solar. *O Estado de São Paulo*, 04 jul 2010. Disponível em: [http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100704/not\\_imp576007,0.php](http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100704/not_imp576007,0.php). Acesso em 05.08.2010.

ROSOLEN, Talita. *A inserção do tema sustentabilidade corporativa na formação do administrador*. (Trabalho de conclusão de curso, Administração de Empresas).USP/Faculdade de Economia e Administração, São Paulo. 2009. 70 p.

SACHS, Ignacy. *Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento*; Paulo Freire (org).São Paulo, Cortez, 2007.

SAVITZ, Andrew W. *A Empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 304 p.

VEIGA, José Eli. Palestra proferida no *Seminário Os Jovens Ante O Desafio Do Desenvolvimento Sustentável*, 2009. São Paulo, SP.

TACHIZAWA, Takeshy. *Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2008. 269 p.