

UMA ANÁLISE DE ADERÊNCIA ENTRE A MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS E OS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL UNIVERSITÁRIA

AN ANALYSIS OF ADHERENCE BETWEEN CURRICULUM MATRIX OF UNDERGRADUATE PROGRAM IN MANAGEMENT AND THE PRINCIPLES OF UNIVERSITY SOCIAL RESPONSIBILITY

*João de Freitas Gadelha Neto¹, Rodrigo Oliveira Miranda²,
Carla Maria Holanda de Lima Façanha³ e Randal Martins Pompeu⁴*

Resumo

Uma instituição social caracteriza-se pela estabilidade e durabilidade de sua missão. Além disso, é estruturalmente assentada em normas e valores emanados do grupo ou sociedade onde ela se insere. Uma instituição social é, fundamentalmente, um ideal, uma noção, uma doutrina. O artigo teve como objetivo analisar a aderência da matriz curricular do curso de Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza em relação aos princípios de Responsabilidade Social Universitária. Foi realizado um estudo de caso, sendo um estudo descritivo com abordagem qualitativa. Como resultado observou-se a incidência de aderência total aos princípios de responsabilidade social dos conteúdos programáticos das disciplinas do curso de graduação em administração de empresas. Não se observou nenhuma disciplina que atendesse parcialmente aos princípios de responsabilidade social universitária.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social. Educação Superior. Avaliação de Educação Superior.

Abstract

A social institution is characterized by stability and durability of your mission. In addition, it is structurally based on norms and values which emanate from the group or society in which it operates. A social institution is, fundamentally, an ideal, a concept, a doctrine. The article aimed to analyze the adherence of the curriculum matrix of undergraduate course in Administration from the University of Fortaleza in relation to principles of University Social Responsibility. We conducted a case study, being a descriptive study with a qualitative approach. As a result, it was observed that the incidence of total adherence to the principles of social responsibility of the content of the disciplines of the undergraduate

¹ jngadelha@gmail.com, Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

² ro.miranda87@hotmail.com, Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

³ carlamariaholanda@gmail.com, Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

⁴ randal@unifor.br, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro; Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

course in management. There was no discipline that would partially to principles of university social responsibility.

KEYWORDS: Social Responsibility. Higher Education. Assessment of Higher Education.

1. INTRODUÇÃO

No atual ambiente as organizações são constantemente questionadas com relação à postura social que devem assumir, ou seja, torna-se cada vez mais evidente a necessidade de adoção por parte das organizações de ações que visem reafirmar uma conduta transparente e ética. O compromisso social corrobora com as organizações como agentes de promoção social favorecendo uma relação de maior confiabilidade e credibilidade entre a organização e os diferentes públicos ligados a ela. Sendo assim, a responsabilidade social tem se tornado uma das principais ferramentas para auxiliar na construção de imagem organizacional.

Uma instituição social caracteriza-se pela estabilidade e durabilidade de sua missão. Além disso, é estruturalmente assentada em normas e valores emanados do grupo ou sociedade onde ela se insere. Uma instituição social é, fundamentalmente, um ideal, uma noção, uma doutrina. Assim, a Universidade é uma Instituição Social, estável e duradoura, concebida a partir de normas e valores da sociedade e, sobretudo a Universidade é um ideal (Colossi, 2002).

A universidade é uma instituição cujo papel social vai além de formar uma sociedade mais ‘iluminada’, mas é responsável pelo processo de criação e disseminação, tanto de novos conhecimentos quanto de novas tecnologias, por meio de pesquisa básica, pesquisa aplicada, desenvolvimento e engenharia e pode ser encarada como agente estratégico para o catch-up. Para tanto, de acordo com os dados da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura [UNESCO], no período entre 2004 e 2009, o número de matrículas nos cursos de ensino superior, passou de 4,2 milhões para 5,9 milhões, significando um aumento médio de 7,14% ao ano. Já em 2008, o ensino superior no Brasil era o maior da América do Sul e o 4º maior do mundo, com quase 6 milhões de matrículas (Chiarini & Vieira, 2012).

É preciso considerar também os aspectos da relação entre universidade e cultura. Quais são as condições de preservação, de apropriação da cultura, e de reflexão crítica sobre ela? O papel da universidade é plural e diverso, haja vista a reafirmação do pressuposto sociológico de que a universidade é artefato social que deve ser compreendido como produto da história humana. É necessário considerar que essa histórica é síncrona, ou seja, construída diariamente e em tempo real. Nesse sentido, a universidade tem se posicionada dinâmica ou estática em relação às transformações sociais que se apresentam na contemporaneidade? O fato de ser considerado produto, não quer dizer que seja algo acabado, pronto. Muito pelo contrário, a construção da universidade enquanto artefato social ampara-se sobre tudo, nas demandas sociais, ambientais, políticas, éticas às quais imersas estão a nossa sociedade (Gazeta do Povo, 2012; Silva, 2001).

Dessa forma, Moraes (2000), afirma que o papel da universidade é inquestionável para a formação de pessoas qualificadas e para o desenvolvimento socioeconômico de um país, principalmente quando fundamentado em uma política científica tecnológica articulada no espaço das relações entre universidade, Estado, empresariado e outros setores sociais.

O artigo tem como principal objetivo analisar a aderência da matriz curricular do curso de Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza em relação aos princípios de RS. Com o estudo levanta-se a seguinte questão: Como a matriz curricular do curso está relacionada aos princípios de RSC?

Diante das articulações de interesses que envolvem a universidade e os demais setores sociais, a discussão sobre a responsabilidade social corporativa no âmbito da formação do capital humano para as empresas, se torna legítima a pertinência de uma educação universitária pautada na cidadania empresarial e na consciência ambiental na perspectiva da sustentabilidade. É necessário avançar na concepção de “ser” sustentável ao invés da simplista ideia de atuar “sustentavelmente”.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA OU ESTRATÉGIA EMPRESARIAL?

Garriga e Melé (2004), buscando contribuir para o melhor entendimento da relação entre empresa e sociedade, mapearam os campos onde estão situadas as teorias e enfoques mais relevantes da RSC. Eles partem do pressuposto de que o principal enfoque da RSC relaciona-se com os seguintes aspectos sociais: econômico, político, integração social e ética. Ademais, elaboram sua teoria em quatro grupos: I) a empresa é um instrumento gerador de riqueza e esse é o seu único papel social, sendo aceitável qualquer outra atividade social apenas se a criação de riqueza for comprovada (teoria instrumental); II) a força social da empresa é enfatizada, assim como seu papel perante a sociedade, levando a organização a reconhecer seu papel na cooperação do social (teoria política); III) a atividade empresarial deve ser integrada com as demandas sociais – o crescimento econômico e a continuidade da empresa dependerão dessa relação (teoria de integração); IV) a relação entre empresa e sociedade é fundamentada em valores éticos, levando as organizações a considerar sua responsabilidade social acima de qualquer interesse (teoria ética).

Porém, no contexto contemporâneo, o interesse em RSC é explicado pelo cenário de desafios e contradições do aprofundamento internacional da integração econômica, social, cultural e política decorrentes da expansão capitalista, marcado por grandes avanços tecnológicos e expansão do fluxo comercial mundial, como também pelo aumento das desigualdades sociais. Conflitos relativos à questão ambiental, ao abuso de consumidores, à interferência no âmbito das políticas públicas, reivindicações sociais e trabalhistas são tidos como “normais” e tratados como erros “estratégicos” pelas grandes corporações (Steurer, Langer, Konrad & Martinuzzi, 2005).

Ao incorporar a responsabilidade social como estratégia, muitas organizações empresariais estão perseguindo apenas a sua perenidade, se disfarçando de uma determinada ética para agir no sentido de suprir as necessidades da sociedade, rotulando-se como empresa cidadã, que conduz ações que favorecem a inserção dos indivíduos no interior do corpo social (Banerjee, 2008; Enriquez, 1997; Freitas, 2000). A aproximação da área de estratégia ao tema RSC é marcada pelo aproveitamento de oportunidades, vantagem competitiva e na minimização de riscos, por meio da identificação e respostas às questões de natureza ética e social (Soares, 2004; Sousa & Wanderley, 2007).

Uma organização que tem como premissa a RSC deve ser capaz de contribuir para o desenvolvimento local e regional, criando empregos de qualidade, e para o progresso social em geral. Além disso, é necessário que a empresa repasse de forma transparente informações de sua gestão e também os documentos que comprovam suas práticas (Xavier, 2010). Entretanto, Arruda e Pereira (2009), por meio de um estudo bibliométrico acerca da RSC, constataram que no meio acadêmico há a preocupação com o fato de que o tema possa servir apenas como uma estratégia de marketing que possibilita às empresas o alcance de vantagem competitiva.

A instituição universitária recebe críticas por parte da sociedade de ser uma instituição dissociada da realidade social e, que apenas repassa conhecimentos, tendo se transformado num órgão corporativo e burocratizado. Estas críticas devem ser consideradas e analisadas continuamente, já que refletem um ambiente de crises que demandam readequações a novas exigências societárias. A receptividade à mudança e à inovação, a busca de novos paradigmas institucionais, é uma das principais preocupações da universidade. Saber conduzi-la neste cenário turbulento é o grande desafio. Inclui-se neste contexto, a predisposição da universidade em constituir sua quarta via ou dimensão. Ou seja, além de ensino, pesquisa e extensão, a universidade precisa atender mais uma função: responsabilidade social.

3. RESPONSABILIDADE SOCIAL UNIVERSITÁRIA

A RSU é a capacidade que tem a universidade de difundir e colocar em prática um conjunto de princípios e valores, por meio de quatro processos essenciais – gestão, docência, pesquisa e

extensão – comprometendo-se assim, do ponto de vista social, com a comunidade universitária e com país em que se insere. A RSU relaciona-se a ações voltadas para solucionar problemas sociais, a necessidade de melhor distribuição de renda e para criação de mecanismos de promoção social de setores marginalizados. As universidades assumem assim o papel de ensinar e formar cidadãos que contemplem aspectos de RSC, já que os alunos irão ocupar um lugar na sociedade, tendo que enfrentar situações que exijam uma postura ética e responsável, frente às demandas da sociedade (Calderón, 2006; Silva & Chauvel, 2011).

Dois fatores podem ser destacados que favorecem a visibilidade do tema de responsabilidade social nas universidades. Como primeiro fator, temos a expansão das próprias IES na década de 90. Devido ao aumento, as universidades começaram a adotar estratégias de marketing, abordando questões de responsabilidade social. O segundo fator é a Lei 10.861 de 2004, que apresenta um conjunto de regras que consolida no Sistema Nacional de Avaliação e Progresso da Educação Superior [SINAES], tem como um dos pilares de avaliação, itens relacionados as práticas de responsabilidade social das instituições de ensino (Cury & Tomiello, 2007).

A partir dessa visão, a universidade cumpre uma missão que ultrapassa os limites da sua razão principal de existir, que corresponde a produção, reprodução, divulgação e conservação do conhecimento, mas também uma educação para a preparação do aluno, mais que simplesmente técnica, voltada ao pleno exercício da cidadania; seja no aspecto de ocupação de lugares estratégicos nas organizações ou na produção do conhecimento científico de pesquisa que estejam intrinsecamente comprometidas à resolução dos problemas sociais. Ao término desta formação, espera-se que esse aluno assuma uma postura alinhada a um modelo de desenvolvimento sustentável que privilegie, além do crescimento da economia, a promoção da qualidade de vida (Macedo, 2006).

As práticas de RSU devem permear alguns eixos importantes para que possam ser implantadas, seja nos aspectos social de ensino, pesquisa ou extensão. Os eixos são os seguintes: a) garantir a responsabilidade social da ciência; b) promover a formação da cidadania democrática; c) contribuir para o desenvolvimento, a partir de uma formação para o aluno, que o proporcione ser um agente de desenvolvimento social (Vallaes, 2006).

O trabalho de extensão apenas se justifica à medida que extensão é ensino e/ou pesquisa: o aluno atende a população carente como parte de seu aprendizado prático, seja no exercício profissional, seja no treinamento de suas habilidades de pesquisa. A responsabilidade social está em tudo o que cerca a formação dos alunos e a produção de conhecimento (Berto, 2013; Todorov, 2005).

A extensão universitária tem contribuído muito no repensar do processo acadêmico, possibilitando o comprometimento da universidade com as demandas sociais e com o impacto das ações acadêmicas em relação a tais demandas. A extensão, ao defender o argumento de que a formação do estudante não deve se limitar aos ensinamentos de sala de aula abre caminhos para ampliar o entendimento de currículo e, dessa forma, efetivar o real sentido de sua existência e importância na construção e geração de conhecimentos, que venham ao encontro das reais necessidades da população. Compartilhando a ideia de que a instituição universitária tem um papel imprescindível de responsabilidade para com as questões sociais, muitas universidades têm procurado aliar às funções de ensino, pesquisa e extensão, o papel de comprometimento para com os problemas da sociedade, voltando-se para o atendimento das demandas sociais mais urgentes.

Há três considerações básicas para aumentar a consideração por parte dos gestores da importância social da organização: a) eles têm sido forçados a se preocuparem mais com a sociedade mais bem informada e mais exigentes de seus direitos e da preservação de leis que asseguram o seu bem-estar; b) tem sido persuadidos a se tornarem mais atentos, pelo fato de estarem participando no desenvolvimento de atitudes e valores na sociedade; c) o próprio desenvolvimento de teorias administrativas modernas, tais como ecologia de empresas, não pode ficar esquecido pelos gestores, pois se não acompanharem esse desenvolvimento natural sua empresa tenderá a desaparecer. Um dos problemas enfrentados pela gestão é o de definir com certo grau de precisão a real responsabilidade social que cada uma das empresas deve arcar. A resposta a essa questão irá variar, depen-

dendo das fontes a serem usadas na análise da mesma (Audy, 2006; Goergen, 2006; Ristoff, 2006).

Por isso, há necessidade de uma escolha bem definida, de um planejamento bem direcionado e de atuação constante dos responsáveis, para que se possa medir e garantir resultados satisfatórios. O exercício da RSC assegura benefícios diversos, como valorização da imagem, difusão da marca, fidelidade dos clientes e legitimidade pelo desenvolvimento social da comunidade, e, o mais importante, ajuda a minimizar as desigualdades sociais existentes em nosso país (Niello, 2006).

A responsabilidade social pressupõe a necessidade e a urgência no comprometimento com o desenvolvimento em três dimensões: econômica, ambiental e social. A dimensão econômica é, naturalmente, a mais fácil de ser compreendida e incorporada pelos gestores na estratégia de negócios das organizações, pois representa com muita clareza a busca pelo principal objetivo das organizações: a geração de valor aos detentores do capital. O que nem sempre é tão claro ou tão aceito pelos gestores é a relação de causalidade entre esta e as dimensões sociais e ambientais. A dificuldade pode estar no pouco conhecimento existente sobre a formação, gestão e consumo dos capitais humano e natural ou no desinteresse dos empresários para com as questões socioambientais (Lemme, 2005).

A dimensão ambiental, com discussões iniciadas na década de 1960, foi o marco inicial ao debate acerca do desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, da sustentabilidade corporativa. Na teoria e na prática, o desenvolvimento da dimensão ambiental está provavelmente ao menos dez anos à frente da dimensão social. O que pode ser confirmado pela maior disseminação de sistemas de gestão e de certificações (Salzmann, Ionescu-Sommers & Steger, 2005).

Na dimensão social a organização deve proporcionar aos empregados melhores condições de trabalho, contemplando, dentre outras coisas, a diversidade cultural existente na sociedade em que atua. Os gestores devem participar constantemente das atividades socioculturais de expressão da comunidade que vive no entorno da unidade produtiva. A eliminação do desperdício leva a uma cadeia de eventos e processos que podem vir a formar a base de uma surpreendente inovação na esfera organizacional (Hawken, Lovins & Lovins, 1999).

As universidades por serem instituições de ensino, já têm inerente em sua própria função grande responsabilidade social na formação de cidadão, mas há compromissos que devem ser assumidos além da formação em si. Alguns impactos gerados ao exercer suas funções podem ser pontuadas: I) impactos de funcionamento organizacional, gerados na vida da comunidade universitária e no meio ambiente; II) impactos educativos na formação das pessoas, orientando na definição de ética de cada disciplina e seu rol profissional; III) impactos cognitivos e epistemológicos, pois orienta a produção do saber e das tecnologias, influenciando na definição do que socialmente se chama ciência e outros conceitos; e IV) impactos sociais, sobre a sociedade e seu desenvolvimento econômico, social e político – é um ator social que pode promover (ou não) o progresso, criar (ou não) capital social, tornar acessível ou não o conhecimento a todos, inserir o estudante em diferentes realidades sociais ou isolá-lo apenas no mundo acadêmico (Accursi et al., 2010).

O debate universidade e compromisso social trazem a questão das funções universitárias, destacando a importância de recusar a hierarquia que alguns insistem em atribuir às atividades de ensino, pesquisa, extensão. A universidade tem que fazer com que a pesquisa seja articulada com a destinação dessa pesquisa (Ribeiro, 2006). A função extensão universitária é a função que dialoga diretamente com o compromisso social universitário, mas para que isso realmente aconteça, deve estar integrada com o ensino e a pesquisa (Silva, Melo, Silva & Ramos 2014).

Nesse contexto, a gestão social universitária consiste na melhoria da qualidade da educação superior, na orientação da expansão da sua oferta, no aumento permanente da sua eficácia institucional e efetividade acadêmica e social e, especialmente, na promoção do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais das instituições de educação superior, por meio da valorização de sua missão pública, da promoção dos valores democráticos, do respeito à diferença e à diversidade, da afirmação da autonomia e da identidade institucional.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Quanto à abordagem do problema trata-se de uma pesquisa qualitativa, que busca descrever a complexidade de determinado problema e a interação de certas variáveis, compreender e classificar os processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em nível mais elevado de profundidade, o entendimento das particularidades dos indivíduos (Andrade, 2008).

Apresenta-se de forma descritiva tendo como objetivo principal a descrição das características de determinada amostra ou fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas características mais significativas é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionário e observação sistemática (Collis & Hussey, 2005).

Foi realizada pesquisa documental, utilizando-se a matriz curricular do curso de administração de empresas, considerada um documento empírico elaborado pelo corpo docente da instituição para, então, compreender a relação de aderência entre o conteúdo programático e responsabilidade social universitária (Denzin & Lincoln, 2006).

Adotou-se o estudo de caso, este apresenta uma série de vantagens que faz com que se torne o delineamento mais adequado em várias situações. Suas principais vantagens são: o estímulo a novas descobertas, a ênfase na totalidade e a simplicidade dos procedimentos. (Fachin, 2006; Vergara, 2011).

Quando se trata de investigar fenômenos contemporâneos, o estudo de caso é a estratégia metodológica mais indicada, por envolver uma série de variáveis relacionadas ao tema da pesquisa, de forma direta ou indireta. A partir dessa estratégia consegue-se investigar o fenômeno em seu contexto real, mesmo em situações em que as fronteiras entre eles não estão estabelecidas claramente. Assim a análise de uma unidade de determinado universo possibilita a compreensão da generalidade do mesmo ou, pelo menos, o estabelecimento de bases para uma investigação posterior, mais sistemática e precisa (Goldenberg, 2002; Yin, 2010;).

A Universidade de Fortaleza [UNIFOR], onde esse estudo de caso foi realizado, foi concebida pelo industrial Edson Queiroz, no ano de 1973, data de sua fundação. Já graduou mais de setenta mil profissionais em diversas áreas. Dessa forma, por ser uma instituição de referência no âmbito nacional no que se refere às práticas de responsabilidade social, definiu-se enquanto locus da pesquisa. O curso analisado foi o de graduação em administração de empresas, por ter em sua missão, a busca pela formação de administradores dotados de uma visão holística e sistêmica do funcionamento das diversas organizações públicas e/ou privadas e do ambiente em que estão inseridas de forma ética e responsável social e ambientalmente.

Como técnica de análise dos dados documentais, a pesquisa embasou o estudo, em categorias definidas com base no referencial teórico sobre o tema de RSU, para fazer um estudo de análise de conteúdo contido na matriz curricular. A técnica de análise de conteúdo consiste em classificar elementos nas diversas categorias levantadas visando possibilitar algum entendimento, no caso específico analisar e entender a aderência aos pressupostos de responsabilidade social contidos na matriz curricular do curso de administração de empresas. (Bardin, 2011).

Por meio de uma análise comparativa dos dados coletados da unidade de análise que compõe o estudo de caso e a matriz curricular consultada, objetos sociais da pesquisa, juntamente com o embasamento conceitual já apresentado, a seção seguinte evidencia os resultados obtidos de forma a atender os objetivos da pesquisa.

5 ANÁLISE DOS DADOS EM RELAÇÃO A ADERÊNCIA DA MATRIZ CURRICULAR (DISCIPLINAS) DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS AOS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL UNIVERSITÁRIA [RSU]

A análise dos dados na figura 1, considera a matriz curricular do curso de graduação em administração de empresas da UNIFOR, na monta de 39 disciplinas. Apresenta-se a ementa para efeito de contextualização da abrangência conceitual do estudo da disciplina em relação ao campo de estudo à qual está inserida. Na análise, se aplica a relação de aderência considerando a totalidade, a parcialidade e a não aplicabilidade dos conteúdos programáticos aos princípios de RSU. Para reforçar a relação de aderência, apresenta-se uma Categoria de Análise (CA) e/ou uma Evidência Constatada (EC) relativa aos conteúdo programático e, em casos excepcionais, nos objetivos da disciplina analisada.

1º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Comunicação Empresarial das organizações.	Linguagem e comunicação. Comunicação e gestão Estilo e linguagem do texto empresarial. Redação empresarial. Correspondência administrativa e oficial.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Introdução à Contabilidade	Contabilidade como ciência. O patrimônio. Resultado. Plano de contas. Escrituração. Balancete de verificação, balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício-DR.	1	CA: Atende aos valores, crenças e propósitos sociais básicos. Para Nash (1993), os valores compreendidos pela conduta ética nos negócios estão: a honestidade, a justiça, o respeito aos outros, a prudência e a confiabilidade.
Introdução à Economia	Conceitos básicos de economia. Princípios de microeconomia. Princípios de macroeconomia. Princípios do comércio internacional. Fundamentos das finanças públicas. Princípios de finanças. Fundamentos de desenvolvimento econômico.	1	CA: Busca soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral. De acordo com o Instituto Ethos (2002 citado por Soares, 2004), a empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e

conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

Matemática	Funções elementares. Funções Econômicas. Limites e Continuidades. Derivadas. Aplicações das derivadas.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Teoria Geral da Administração	Introdução a Teoria geral da administração. Abordagem clássica da administração. Abordagem humanística da administração. Abordagem comportamental da administração. Administração participativa. Abordagem estruturalista. Abordagem sistêmica da administração. Abordagem contingencial da administração. Administrando com ética e responsabilidade social.	1	CA: Fomenta valores éticos e morais na sociedade.

2º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Elaboração do Trabalho Científico	Métodos e técnicas de estudo. Tipos de conhecimento e ciência. Método e pesquisa científica. Trabalhos científicos, citações, notas de rodapé e referência bibliográfica.	4	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Estatística I	Conceitos fundamentais da estatística. Tipos de dados estatísticos e sua obtenção. Representação tabular e gráfica. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Noções de probabilidade. Distribuições de probabilidade.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Filosofia e Ética	Conceito de filosofia. Filosofia e ciência. A filosofia no período moderno. Ética e moral. Filosofia existencialista.	1	CA: Contribui para o desenvolvimento, a partir de uma formação para o aluno, que o proporcione ser um agente de desenvolvimento social.
Inst. de Direito Público e Privado	Noções de direito. Teoria geral do estado. Direito constitucional. Pessoas. Bens. Negócio jurídico e fato jurídico. Obrigações. Contratos. Pose e propriedade. Direito de família. Direito das sucessões.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Sociologia Organizacional	Contexto histórico da sociologia. A sociedade e as organizações. Economia e trabalho. O setor público não estatal e a relação com o estado.	1	CA: Contribui para o desenvolvimento, a partir de uma formação para o aluno, que o proporcione ser um agente de desenvolvimento social.

3º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Direito Empresarial	Fundamentos do direito empresarial. Teoria geral das sociedades. Tipos societários elencados no código civil. Introdução ao estudo da recuperação judicial, falência e da recuperação extrajudicial. Títulos de créditos.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Matemática Financeira	Conceitos básicos. Sistemas de juros simples. Desconto simples. Sistemas de juros composto. Anuidades e - séries uniformes. Séries variáveis. Índices de preços, taxa de inflação, taxa real, taxa nominal e indexadores. Sistemas de amortização.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Org. Sistemas e Métodos	Aplicação de OSM nas empresas. Organizações empresariais e estrutura organizacional. Sistema de autoridade e sistema de responsabilidade. Instrumentos e metodologia de trabalho na área de OSM.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Psicologia Organizacional	A psicologia como ciência. O trabalho e a construção da identidade. O comportamento humano nas organizações. Psicologia organizacional.	1	CA: Promove a formação da cidadania democrática.
Tecnologia a Informação Gerencial	Sistema de informação (SI) e tecnologia de informação (TI). Hardware. Software. Banco de dados. Redes de computadores. Segurança de informação. Prática: softwares Excel e Access.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.

4º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Custos e Formação de Preços	Introdução à contabilidade de custos. Terminologias e expressões usadas pela contabilidade de custos. Classificação e nomenclaturas de custos. Princípios contábeis aplicados a custos. Esquema básico de custos. Custos dos materiais diretos. Custo da mão-de-obra. Custos indiretos. Sistemas e métodos de custeamento. Ponto de equilíbrio. Formação de preços.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Desenvolvimento Gerencial	A organização e a administração. Processo administrativo. Papeis gerenciais. Liderança organizacional. Processo decisório. Administração do tempo. Administração de equipes.	1	CA: Contribui para o desenvolvimento, a partir de uma formação para o aluno, que o proporcione ser um agente de desenvolvimento social.
Finanças Corporativas I	Natureza, objetivos e conceitos relevantes da área de finanças corporativas. Análise das demonstrações financeiras e custo de capital. Análise de projetos de investimentos. Decisões financeiras de curto prazo.	1	CA: Fomenta valores éticos e morais na sociedade.
Gestão de Recursos Humanos	Introdução à gestão de recursos humanos. Introdução à análise de cargos. Estratégias e processos de atração e retenção de pessoas. Gestão de desenvolvimento profissional. Avaliação e gestão do desempenho profissional.	1	CA: promove a formação da cidadania democrática.
Marketing	Histórico do Marketing e seu papel na Sociedade. Macro ambiente de Marketing. Comportamento de Compra do Cliente e Análise de Consumo. Segmentação e Estratégia de Mercado. Estratégia do Composto Mercadológico. Marketing Holístico, Branding, Estratégia de Marketing e Plano de Marketing.	1	CA: Fomenta valores éticos e morais na sociedade.

5º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Análise de Dados Estatísticos	Cruzamento e medidas de associação. One-way ANOVA. Regressão. Análise de Cluster.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Finanças Corporativas II	Estrutura de capital e custo de capital. Administração de carteiras/moderna teoria dos portfólios. Gerenciamento de riscos financeiros. Noções de reestruturação financeira.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Gerência de Vendas	A função vendas. Natureza da atividade gerencial de vendas. Planejamento de vendas. Organização de vendas. Gestão do pessoal de vendas. Distribuição comercial. Administração de preços de vendas. Controles e análises de vendas.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Logística Empresarial I	Introdução à logística empresarial. Planejamento e controle de estoques. O transporte na logística. Armazenamento de materiais. Administração de compras.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Sistemas de Gestão I	Introdução a sistemas de gestão, organização e processo. Tipos de sistemas de informação. Sistemas integrados de gestão ERP. Visão prática de um ERP.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.

6º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Gestão de Recursos Humanos II	Gestão de cargos. Gestão da remuneração e benefícios. Higiene, ergonomia, saúde e qualidade de vida no trabalho. Sindicalização, negociação, legislação e gestão das práticas trabalhistas. Tendências na gestão de pessoas.	1	CA: Promove a formação da cidadania democrática.
Gestão da Produção	Introdução a gestão da produção. Medidas de desempenho. Localização de empresas. Arranjo físico e fluxo. Medidas do trabalho. Planejamento agregado e controle. Noções de PERT-CPM.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Logística Empresarial II	Logística empresarial estratégia e planejamento. Sistemas de custos de transporte e instrumentos de controle e avaliação. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Indicadores de desempenho. Tópicos complementares em logística empresarial.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Pesquisa de Mercado	Conceitos Básicos de Pesquisa de Mercado. Projeto de pesquisa. Execução do projeto de Pesquisa. Elaboração e apresentação do relatório final.	1	CA: Fomenta valores éticos e morais na sociedade.
Sistema de Gestão II	ERP - Enterprise Resource Planning aplicado à área financeira. Sistemas de gestão empresarial. Indicadores.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.

7º SEMESTRE

Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Controladoria e Orçamento	Modelo de gestão e o processo de gestão. Missão e estrutura da controladoria e o papel do controller. Sistema de informação da controladoria. Processo de gestão e estratégia empresarial. Plano orçamentário. Elaboração do orçamento. Projeção dos demonstrativos contábeis, Controle orçamentário.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Elaboração e Avaliação de Projetos	Conceituação geral. Mercado- Dimensionamento e análise. Tamanho do projeto e economia de escala. Localização. Engenharia. Fontes de financiamento para projeto. Os quadros financeiros do projeto. Critérios quantitativos de análise econômica de projetos.	1	CA: busca soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral.
Estratégia Empresarial	Evolução da estratégia empresarial. O processo de gestão estratégica. Análise interna. Análise externa. Estratégias corporativas e empresariais. Plano estratégico. Planejamento operacional.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Gestão Ambiental	Evolução histórica das questões ambientais. Conceito e aplicações do modelo de desenvolvimento sustentável. Conceituação de gestão ambiental e apresentação de suas dimensões, aplicações e interfaces. Conceituação de sistemas de gestão ambiental. Conceito de certificação ambiental. Origem das principais certificações. Série ISO 14.000. Definição de mercado verde, produto verde, consumidor verde, marketing verde. Conceituação logística reversa tecnologias ambientais. Aferimento e cálculo de custos ambientais. Conceito	1	CA: busca soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral.

	produção. Realização de atividades de caráter prático.		
Trabalho de Conclusão de Curso I	Tipos de projetos. Definição do tema. Objetivos da pesquisa. Justificativa. O problema de pesquisa. Metodologia da pesquisa. Embasamento teórico e bibliografia. Cronograma e orçamento. Elaboração apresentação do projeto.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
8º SEMESTRE			
Disciplinas	Unidade de Análise (Ementa)	Relação de aderência a RSC: (1) Aderente totalmente (2) Aderente parcialmente (3) Não Aderente (4) Não se aplica	Categoria de Análise (CA) ou Evidência Constatada (EC)
Diag. Consult. Organizacional	Aspectos internos e de mercado da empresa. Descrição e análise do ambiente interno da empresa. Elaboração da Matriz SWOT da empresa. Elaboração do plano de ação proposto com base no diagnóstico na empresa.	1	CA: busca soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral.
Jogos de Empresas	Processos empresariais. Variáveis ambientais. Cenários econômicos. Relatórios empresariais. Simulação empresarial.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Mercado de Capitais I	Mercado financeiro e de capitais: uma abordagem macroeconômica. O sistema financeiro nacional: estrutura e funcionamento. Mercado primário de ações e abertura de capital. Análise de investimento e títulos do mercado financeiro. Mercado secundário de ações: bolsa de valores.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.
Trabalho de Conclusão de Curso II	Apresentação gráfica da monografia ou plano de negócios. Desenvolvimento da pesquisa. Elaboração do texto. Monografia ou plano de negócios.	3	EC: Não se vincula diretamente aos princípios de RSU categorizados.

Figura 1. Análise de aderência

Fonte: Elaborada pelos autores com base nos dados da pesquisa.

7. Conclusão

Durante a análise dos dados aqui apresentados, observa-se que a incidência de aderência total aos princípios de RSC dos conteúdos programáticos das disciplinas do curso de graduação em administração de empresas da UNIFOR, ficou na monta de 38,46%. Não se observou nenhuma disciplina que atendesse parcialmente aos princípios de RSU. Constatou-se, portanto, que ser responsável socioambientalmente é diferente de simplesmente atuar socioambientalmente. Essa relação entre ser e atuar, diferencia-se entre o que é essencialmente relacionado à RSU e o que é superficial ao conceito. Somente a disciplina de “Elaboração do Trabalho Científico” foi considerada no item “não se aplica” para a análise de aderência, haja vista estar inserida em um contexto de padronização baseada em normas específicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas [ABNT]. No entanto, o percentual de 2,56% desta disciplina, não representa um dado disto ante em relação aos níveis de aderência total e não aderência. Já em relação as disciplinas que não apresentam nenhuma relação de aderência aos princípios de RSU, somam a monta de 58,97%, conforme observa-se na figura 2:

Quantidade de disciplinas	Nível de aderência	Percentual referente
15 disciplinas	1 (Totalmente aderente)	38,46%
0 disciplinas	2 (Parcialmente aderente)	0%
23 disciplinas	3 (Não aderente)	58,97%
1 disciplinas	4 (Não se aplica)	2,56%

Figura 2. Resumo quantitativo da análise aderencial

Fontes: Elaborada pelos autores com base nos dados da pesquisa.

As categorias de análises são específicas para a classificação de aderência total. Estas atendem aos valores, crenças e propósitos sociais básicos; buscam soluções para os distintos problemas científicos, educativos e culturais relacionados com a sociedade em geral; fomentam valores éticos e morais na sociedade; contribuem para o desenvolvimento, a partir de uma formação para o aluno, que o proporcione ser um agente de desenvolvimento social e promovem a formação da cidadania democrática, considerando os princípios de RSU estudados.

Das quinze disciplinas classificadas aderentes à RSU, a saber: Introdução à Contabilidade; Introdução à Economia; Teoria Geral da Administração; Filosofia e Ética; Sociologia Organizacional; Psicologia Organizacional; Desenvolvimento Gerencial; Finanças Corporativas I; Gestão de Recursos Humanos; Marketing; Gestão de Recursos Humanos II; Pesquisa de Mercado; Elaboração e Avaliação de Projetos; Gestão Ambiental e Diag. Consult. Organizacional, observa-se que não há evidência quantitativa de superioridade em relação a aderência à RSU entre disciplinas ditas “das humanas” em relação as disciplinas ditas “técnicas e/ou específicas”, ou seja, independente do aprofundamento teórico das disciplinas, percebe-se que é possível contribuir para a difusão dos princípios de RSU.

Na disciplina de comunicação empresarial, não se detectou de forma explícita, conteúdo que se relacione com a RSU, embora entenda-se que o processo de comunicação seja importante nas definições das estratégias de implantação e desenvolvimento da Responsabilidade Social nas Universidades. Nos conteúdos da disciplinas de introdução à contabilidade observa-se em seu conteúdo programático o item “demonstração dos resultados”, ou seja, como princípio da RSU, a transparência é um fator de legitimidade organizacional. Na disciplina de introdução à economia observa-se os termos: “externalidades e falhas de mercado”; “pobreza e desigualdade” e “meio ambiente”, tais fatores são objetos de estudo da RSU.

Nesse contexto, sugere-se, para futuros estudos, que seja analisado o perfil docente, no âmbito da formação acadêmica e da experiência profissional em RSC, de forma a se analisar a aplicabilidade desses conteúdos à realidade socioambiental existente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accursi, F. M. *et al.* (2010). *Difusión de temas del Programa Amartya Sen en las Carreras de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas de la Universidad Nacional de Rosario*. Rosario: UNR
- Andrade, M. M. (2008). *Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação* (7a ed.). São Paulo: Atlas.
- Arruda, G. S. & Pereira, B. A. D. (2009, Junho). Estado da arte dos estudos sobre Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil. *Anais do Encontro de Estudos em Estratégia*, Recife, PE, Brasil, 4.
- Audy, J. L. N. (2006). Universidade Inovadora: entre a tradição e a renovação. In M. Morosini (Org.). *A Universidade no Brasil: conceitos e modelos*. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
- Banerjee, S. B. (2008). Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly. *Critical Sociology*, Detroit, 34(1), 51-79.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (rev. e amp.). Lisboa: Edições 70.
- Berto, A. B. F. (2015). *Responsabilidade social universitária: princípios e valores em prol do desenvolvimento da comunidade*. Perspectivas Online: Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. Campos dos Goytacazes, 6(3), 16-25. Acedido a 2 de Novembro 2015, em: http://www.seer.perspectivasonline.com.br/index.php/humanas_sociais_e_aplicadas/article/view/229/137
- Calderón, A. I. (2006, Junho). Responsabilidade social universitária: contribuições para o fortalecimento do debate no Brasil. *Revista da Associação Brasileira de Mantenedores de Ensino Superior*, Brasília, 24(36), 8-22.
- Chiarini, T. & Vieira, K. P. (2012, Janeiro/Março). Universidades como produtoras de conhecimento para o desenvolvimento econômico: sistema superior de ensino e as políticas de CT&I. *Revista Brasileira de Economia*, Rio de Janeiro, 66, 117-132.
- Collis, J. & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação* (2a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Colossi, N. (2002). La universidad em el contexto de las transformaciones globales. In N. Colossi et al. *A gestão universitária em ambiente de mudanças na América do Sul*. Blumenau: Nova Letra.
- Cury, R. M. & Tomiello, N. (2007). *Sistema de Logística reserve e responsabilidade social universitária: um exercício interdisciplinar*. Florianópolis: Cesusuc.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2006). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. Porto Alegre: Artmed.
- Enriquez, E. (1997, Janeiro/Abril). Os desafios éticos nas organizações modernas. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, 37(2), 6-17.
- Fachin, O. (2006). *Fundamentos de metodologia* (5a ed.). São Paulo: Saraiva.
- Freitas, M. E. (2000). A questão do imaginário e a fronteira entre cultura organizacional e a psicanálise. In F. C. P. Motta, & M. E. de Freitas. *Vida psíquica e organização*. São Paulo: FGV.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, Columbia, 53, 51-71.
- Gazeta do Povo. (2012). *Qual o Papel Social da Universidade no Século 21?* Curitiba. . Acedido a 23 de Outubro 2015, em: <http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/qual-o-papel-social-da-universidade-no-seculo-21-31436hclxgubv4y45vsgmvexa>

- Goergen, P. (2006). Universidade e Compromisso Social. In D. Ristoff, & P. Sevegnani (Org.). *Universidade e Compromisso Social*: Brasília, 25 e 26 de agosto de 2005 (Coleção Educação Superior em Debate; Vol. 4). Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
- Goldenberg, M. (2002). *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais* (6a ed.). Rio de Janeiro: Record.
- Hawken, P., Lovins, A. & Lovins, L. H. (1999). *Capitalismo Natural: Criando a Próxima Revolução Industrial* (3a ed.). São Paulo: Pensamento-Cultrix LTDA.
- Kliksberg, B. (2008). *Más Ética, Más Desarrollo* (19. ed.). Buenos Aires: Temas Grupo Editorial SRL.
- Lemme, C. F. (2005). Sustentabilidade e Finanças. In M. A. Gardetti (Org.). *Textos en sustentabilidad empresarial: integrando las consideraciones sociales, ambientales y económicas con el corto y largo plazo*. Bueno Aires: World Resources Institute.
- Macedo, A. R. (2006, Janeiro). O papel social da universidade. *Revista da Associação Brasileira de Mantenedores de Ensino Superior*, Brasília, 23(34), 7-12.
- Moraes, F. F. (2000, Julho/Setembro). *Universidade, inovação e impacto socioeconômico*. Perspectiva, São Paulo, 14(3), 8-11.
- Nash, L. (1993). *Ética nas empresas: boas intenções à parte*. São Paulo: Makron Books.
- Niello, J. V. (2006). *Comisión Económica Para América Latina Y El Caribe (CEPAL)*. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores en Números 2001 a 2011. Santiago de Chile: Naciones Unidas. . Acedido a 28 de Outubro 2015, em: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3543/S2006312_es.pdf?sequence=1
- Ribeiro, M. (2006). *Educação Social*. Campinas: Unicamp.
- Ristoff, D. (2006). A Universidade Brasileira Contemporânea: Tendências e Perspectivas. In M. Morosini (Org.). *A Universidade no Brasil: conceitos e modelos*. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A. & Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability: Literature review and research options. *European Management Journal*, 23(1), 27-36.
- Silva, F. L. (2001, Maio/Agosto). Reflexões sobre o conceito e a função da universidade pública. *Estudos Avançados*, São Paulo, 15(42), 295-304.
- Silva, F. M., Melo, P. A., Silva, J. E. O. & Ramos, A. M. (2014, Janeiro/Março). Compromisso social e extensão: a prática da Universidade Federal de Santa Catarina. *Revista Alcance – Eletrônica*, Biguaçu, 21(1), 77-97. Acedido a 28 de Outubro 2015, em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/32046/compromisso-social-e-extensao--a-pratica-da-universidade-federal-de-santa-catarina>
- Silva, R. C. M. & Chauvel, M. A. (2011). A responsabilidade social das empresas e seus efeitos no comportamento do consumidor: um estudo qualitativo. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, São Paulo, 5(2), 172-186.
- Soares, G. M. P. (2004, Julho/Dezembro). Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!? *RAE eletrônica*, São Paulo, 3(2). Acedido a 26 de Setembro 2015, em: <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v3n2/v3n2a07>
- Sousa, J. M., Filho, & Wanderley, L. S. (2007, Junho). Divulgação da responsabilidade social empresarial: como os websites empresariais vêm sendo utilizados por empresas de energia e varejo. *Cardenos EBAPÉ*. BR, Rio de Janeiro, 5(2).
- Steuere, R., Langer, M. E., Konrad, A. & Martinuzzi, A. (2005). Corporations, stakeholders and sustainable development I: a theoretical exploration of business-society relations. *Journal of Business Ethics*, Columbia, 61, 263-281.
- Todorov, J. C. (2005, Abril). O conceito de responsabilidade social nos estabelecimentos de ensino superior. *Revista da Associação Brasileira de Mantenedores de Ensino Superior*, Brasília, 23(34), 41- 46.

- Vallaey, F. (2006, Junho). Que significa responsabilidade social universitária? *Revista da Associação Brasileira de Mantenedores de Ensino Superior*, Brasília, 24(36), 35-55.
- Vergara, S. C. (2011). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração* (13a ed.). São Paulo: Atlas.
- Xavier, A. V. (2010, Julho/Dezembro). Responsabilidade social corporativa: um enfoque multidisciplinar no contexto globalizado. *Desenvolvimento em Questão*, Ijuí, 8(16), 131-158.
- Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (4a ed.). Porto Alegre: Bookman.