

## A CONTRIBUIÇÃO DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA NA DISSEMINAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

### Ruth Araujo Dantas da Silva

[htur.silva@gmail.com](mailto:htur.silva@gmail.com)

Universidade Federal Fluminense –  
UFF, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

### Marcelo Jasmim Meirino

[marcelojm@id.uff.br](mailto:marcelojm@id.uff.br)

Universidade Federal Fluminense –  
UFF, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

### Nicholas Ludolf

[nicholasuff@gmail.com](mailto:nicholasuff@gmail.com)

Universidade Federal Fluminense –  
UFF, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

### Fabio Aquino

[faquin98@gmail.com](mailto:faquin98@gmail.com)

Universidade Federal Fluminense –  
UFF, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

### RESUMO

Este estudo tem como objetivo identificar de que maneiras a universidade corporativa pode contribuir para a promoção da responsabilidade social no ambiente de trabalho. Trata-se de uma pesquisa em uma empresa do segmento de óleo e gás com localização em vários estados brasileiros, elaborado com base em pesquisa qualitativa para captar a percepção dos empregados sobre responsabilidade social. Os resultados demonstraram a importância da universidade corporativa na promoção da responsabilidade social como valor agregado aos negócios da empresa. A partir dos resultados desse estudo, espera-se estimular a redução da lacuna entre o discurso e a prática.

**Palavras-chave:** Educação; responsabilidade social; desenvolvimento

## 1. INTRODUÇÃO

A universidade corporativa (UC) surge em meio às mudanças ocorridas no mundo do trabalho para atender as demandas do negócio, por meio da constante evolução da transferência do conhecimento para os interessados, e as demandas do próprio negócio (Giuri et al., 2019). Normalmente está ligada à gestão e atua no processo de capacitar as lideranças, o que possibilita o autoengajamento dos gestores e amplia o processo de aprendizagem nas novas metodologias de trabalho.

Desta forma, analisar o papel da UC no processo de internalização dos valores da responsabilidade social como valor agregado ao funcionário e ao negócio da empresa é importante (Bavik, 2019). A universidade, enquanto formadora de opinião, pode atuar como meio de disseminação da responsabilidade social como valor para o desenvolvimento da cidadania, contribuindo para a sustentabilidade do negócio da empresa, melhoria da qualidade de vida e preservação do meio ambiente.

A empresa socialmente responsável precisa ser um agente de mudanças a partir do seu público interno, possibilitando o diálogo com a cultura organizacional, e, portanto, agregar valor e vantagem competitiva para os negócios da empresa. Significa que a responsabilidade social não será ampla e plena enquanto não estiver absorvida nas práticas dos indivíduos que trabalham na e com a empresa que assume essa postura (Leandro; Rebelo, 2011).

Ser socialmente responsável, segundo Ashley (2005), vai além de apoiar um projeto social de forma voluntária, mas é adotar uma postura, um comportamento e ações que promovam o bem-estar do público interno e externo, indicando o comprometimento e o compromisso com a sociedade.

A organização moderna é aquela que possui políticas de gestão que favorecem, atraem, mantêm e desenvolvem um profissional capaz de aprender e compartilhar conhecimento, surgindo como alternativa ao treinamento tradicional a UC (Santos et al., 2012).

Os dados foram coletados para identificar a percepção corporativa de responsabilidade social, de modo que possibilite a UC buscar formas de promover a disseminação e fortalecimento da cultura da responsabilidade social na empresa.

Espera-se, com os dados coletados, chegar a uma proposta de melhor modo de internalizar este conceito, analisar e instrumentalizar formas de aplicação para tomada de decisão em conjunto com as partes interessadas, tendo em vista a necessária presença marcante da responsabilidade social no desenvolvimento econômico e social do País.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

A UC não é um tema tão recente, sendo levada pela percepção da necessidade de complementar a capacitação que a universidade tradicional não contemplava. Houve um período de grande expansão e ascensão das UC, seguidas pela queda. Atualmente há uma retomada, porque as empresas percebem os ganhos efetivos que podem obter com essa abordagem (Ramos et al., 2016).

Conforme Vitelli (2003), nos Estados Unidos, algumas UCs foram estruturadas no final dos anos 1950 e início década de 1960, como a Universidade do Hambúrguer do Mc Donald's e o campus de Crotonville da General Eletric. Alperstedt (2001) aponta a expansão das UCs em diversas organizações com foco na capacitação dos empregados.

Em vários países, principalmente nos Estados Unidos, já existe uma série de organizações que vêm buscando a disseminação do aprendizado organizacional de uma maneira inovadora. Estas organizações vêm beneficiando-se dos conhecimentos e habilidades que têm ajudado a promover, a partir da criação de departamentos ou instituições voltados especificamente para este fim. Pode-se citar as empresas Motorola, Arthur Andersen, Arthur D. Little, Disney, McDonald's, Nokia, Oracle e General Electric como organizações que criaram centros de ensino próprios para a condução de atividades voltadas para a aprendizagem, com nomenclaturas específicas, porém, de maneira geral classificadas como UC. Cabe destacar que, além dos Estados Unidos, as universidades corporativas também estão presentes no Canadá, Europa e América Latina (Alperstedt, 2001).

Castro e Eboli (2013) assinalam que, no contexto internacional, têm sido destaques no acompanhamento das melhores práticas e tendências a Corporate University Xchange (EUA) e a Annick Renaud-Coulon<sup>1</sup> (França), responsável pela organização e realização do Global Council<sup>2</sup> of Corporate

- 1 Annick Renaud-Coulon - Expertise e redes no campo das universidades corporativas. Especialista mundial em universidades corporativas. Fundador e Presidente da GlobalC-CU, (Conselho Global de Universidades Corporativas). Membro do Conselho Consultivo da CLO Summit India. Disponível em: <http://www.renaud-coulon.com/> Acesso em: 11 set.2017.
- 2 O Prêmio Global Council of Corporate Universities foi instituído em 2008; é realizado a cada dois anos e tem como objetivo o reconhecimento das melhores universidades corporativas em todo o mundo. Esse evento permite o compartilhar de experiências através de um extenso benchmark mundial, de modo a permitir o aperfeiçoamento do desempenho das lideranças e o de suas equipes. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2013/09/annick-renaud-coulon-explica-o-papel-das-universidades-corporativas.html>. Acesso em: 11 set. 2017.

Universities (GlobalC-CU) e do GlobalCCU Awards, além de ser a referência na França com relação ao tema.

Conforme Silva e Balzan (2007), a expressão “universidade corporativa” surge na década de 1980.

A expressão “Universidade Corporativa” foi criada na década de 1980, nos Estados Unidos, com o aparecimento das primeiras instituições de ensino desenvolvidas por empresas privadas, para complementar a formação profissional de seus funcionários. Apesar de não serem tão recentes, somente a partir dos anos 90 do século passado é que as UCs estabeleceram-se como alternativa no Brasil, conquistaram e adquiriram dezenas de empresas adeptas a essa modalidade de ensino (Silva; Balzan, 2007, p. 235).

O principal ganho é dar sinergia, alinhamento e integração para as iniciativas de capacitação, de modo coeso, consistente e convergente na busca da eficiência no processo final. A essência da UC é usar a linguagem do negócio, não teórica-conceitual vinculada à realidade. Os programas são associados às competências essenciais do negócio, próximo de sua estratégia, que vão ajudar a desdobrar a cultura, os valores, crenças e princípios; fazer valer a cultura pretendida pela organização.

Além disso, Kraemer (2004) indica em que momento se deu o surgimento das UCs.

As universidades corporativas surgiram em momentos de grandes mudanças na sociedade, na educação e na busca de qualificação profissional. Nos Estados Unidos, nos anos 50, 60 e 70, as grandes e pequenas empresas formaram grupos para ensinar aos trabalhadores profissionais como fazer melhor o seu trabalho. Essas infra-estruturas educacionais, dentro das organizações, proliferaram em todo o país e ficaram conhecidas como universidades, institutos ou faculdades corporativas. Tinham como objetivo que os profissionais estivessem a par ou adiante de todos os acontecimentos (Kraemer, 2004, p. 9).

A UC também aborda processos que desenvolvem temas técnicos e operacionais, promove aderência ao negócio e atua com visão ampla para estratégia empresarial. É necessário, ainda, levar em consideração a importância da UC no que tange a capacitar os trabalhadores nos temas voltados para a responsabilidade social, pois tais temas estão ligados à sustentabilidade e competitividade dos negócios da empresa. Segundo Costa et al (2018), cada empresa deve apresentar sua parcela de contribuição para o desenvolvimento sustentável do ambiente em que está inserida. A empresa

não é uma unidade isolada que busca lucro, ela é parte da sociedade. Para Becker (2018), a gestão da sustentabilidade é referida não mais como uma tendência meramente mercadológica, mas como um imperativo para sobrevivência tanto das organizações quanto do planeta.

Castro e Eboli (2013, p. 412) acrescentam que “é inegável o papel das UCs no sentido de estimular a cidadania por parte dos funcionários, para que se construam empresas sólidas e competitivas”. Considerando o valor da UC na capacitação da força de trabalho de uma empresa, Cesconetto (2011) argumenta que seu objetivo não é a disputa de mercado junto às universidades tradicionais, mas uma complementação. Enquanto essas fornecem a base conceitual e metodológica aos profissionais, as UCs têm o seu foco no ambiente estratégico dos negócios.

A UC surge em meio às mudanças ocorridas no mundo do trabalho, na busca de evoluir o conhecimento para atender as demandas do próprio negócio. Possui foco específico e volta o olhar para as características do negócio. Normalmente está ligada à gestão e atua no processo de capacitar as lideranças, o que possibilita o autoengajamento dos gestores e amplia o processo de aprendizagem nas novas metodologias de trabalho. De acordo com Alperstedt (2001), a UC é inovadora na operacionalização e no desenvolvimento do aprendizado da força de trabalho de algumas empresas.

Diante da ambiência atual, caracterizada pela ampla disseminação de informações e renovação constante de conhecimentos em função do permanente avanço científico e tecnológico, a atualização e o domínio desses fatores podem ser determinantes para a empresa na agregação de valor em produtos e/ou processos, adquirindo um caráter decisivo na disputa por mercados. A iniciativa de criação de cursos próprios, portanto, é motivada por processos de mudança organizacional orientados para a busca de efetividade ou, em outras palavras, é reflexo da imperiosa promoção da aprendizagem organizacional (Alperstedt, 2001, p. 155).

O processo de ensino-aprendizagem é contínuo e dinâmico, tendo como proposta aumentar a produtividade e ocupar a lacuna que a universidade tradicional não cobre (Meister, 1999). A universidade, enquanto formadora de opinião, pode atuar como meio de disseminação da responsabilidade social como valor para o desenvolvimento da cidadania (Leal Filho et al., 2019).

A inclusão da responsabilidade social, desde a elaboração de projetos até a sua conclusão, incluindo em suas etapas a figura de cada profissional, objetiva que cada um perceba a importância desse tema na atividade profissional e na sua

vida pessoal. Compreender que, enquanto cidadão, pode contribuir para a sustentabilidade do negócio da empresa, para a melhoria da qualidade de vida e para a preservação do meio ambiente. Nesse sentido, vincular a teoria à prática pode auxiliar na elaboração de links para o mundo real, incentivando-o a pensar em si como cidadão global e, portanto, promover um sentido de responsabilidade social global (Leal Filho et al., 2018).

A UC pode ter participação significativa na internalização dos conceitos de responsabilidade social, levando a força de trabalho a conhecê-la. Nesse sentido, a UC pode para promover maior capacidade de análise crítica e uma formação além da técnica, potencializando ganhos para a organização e o crescimento enquanto cidadão. Por isso a UC é vista como uma unidade organizacional que trabalha na qualificação da força de trabalho mediante um processo de ensino-aprendizagem contínuo que passa pela educação<sup>3</sup>, com o objetivo de potencializar os esforços individuais e organizacionais, contornando possíveis lacunas da educação acadêmica dos trabalhadores e stakeholders das organizações (Aires et al. 2017).

O tema deste estudo foca basicamente na relação entre a educação e a UC. Sob esse aspecto, vale abordar o importante papel de alguns educadores que muito contribuíram para o desenvolvimento da educação no Brasil. Um ícone da educação é Anísio Spínola Teixeira, jurista, intelectual, educador e escritor brasileiro, personagem central na história da educação no Brasil nas décadas de 1920 e 1930 Ele entendia que o desenvolvimento econômico, político, social e cultural não adviria apenas da prática de uma intervenção estatal na economia, mas sim de uma reforma no sistema nacional de ensino numa perspectiva de adequação do processo educacional à expansão econômica (Gouvêa, 2018, p. 263). Para ele, um país cidadão tem como objetivo a realização da educação popular com características humanas e solidárias.

Conforme Nunes (2010), Anísio Teixeira não considerou as classes populares urbanas como obstáculos sociais e políticos e, por esse motivo, defendeu a educação como instrumento de superação de uma carência que não é do indivíduo, mas da cultura erudita que lhe faz falta. É percebido em Anísio o esforço que ilumina a complexa batalha pela democratização da cultura e da educação.

3 No Dicionário Michaelis encontram-se as definições: 1 Ato ou processo de educar(-se); 2 Processo que visa ao desenvolvimento físico, intelectual e moral do ser humano, através da aplicação de métodos próprios, com o intuito de assegurar-lhe a integração social e a formação da cidadania. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/educa%C3%A7%C3%A3o>

A educação foi para ele um valor sagrado. A indiferença inaciana, extremamente ativa e vigorosa nele, foi colocada a serviço da causa pública à qual se dedicou e que o levou não só a enfrentar lutas duras, mas também incluiu uma das mais belas realizações da educação popular no país, já no final da década de 1940: a conhecida escola-parque que, ao lado das classes comuns de ensino, no bairro operário da Liberdade, em Salvador, constituiu uma experiência pioneira no país e internacionalmente reconhecida de educação integral. De novo, uma escola feliz, que reunia às classes comuns de ensino as práticas de trabalho, artes, recreação, socialização e extensão cultural (Nunes, 2010, p. 30).

O grande sonho de Anísio Teixeira foi uma escola bonita, moderna, integral, em que o trabalho pedagógico apaixonava e compromete professores e alunos. Uma escola que construa um solidário destino humano, histórico e social. Para Santos (2016), Anísio Teixeira não separa indivíduo e sociedade, pois ambos agem em condições harmônicas com forças de retroalimentação. Para tanto, são as instituições o ápice das experiências humanas em decorrência da formação da inteligência.

Na sua trajetória como educador, vale referenciar que foi o idealizador da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), criada por meio do Decreto nº 29.741, de 11 de julho de 1951, sendo ele designado como secretário-geral (Capes, 2011).

Na galeria dos educadores que tiveram contribuições significativas no desenvolvimento da educação no Brasil, também se encontra o antropólogo, político e escritor Darcy Ribeiro. Conforme Gomes (2010), muito antes de Edgar Morin falar em sociodiversidade, Darcy a abraçava e praticava:

Inquieto, mexia em tudo, era um eterno buscador. Procurava sempre. Não era um intelectual que ficasse somente pensando e escrevendo. Exigia-se realizar. Por isso, se tornou educador e político. Assim, concebia a educação como caminho para a mudança, conforme lhe estava entranhado na alma e conforme o que aprendeu do “Dr. Anísio”, ou seja, o grande filósofo Anísio Teixeira, que não se contentava em filosofar. Por isso mesmo, antes e durante a carreira de Darcy, Anísio mudou a face da educação brasileira (Gomes, 2010, p. 12).

À vista disso, Gomes (2010) alude que Darcy aposta no papel transformador da educação. Afinal, a educação apresenta uma missão conservadora de construir pontes entre gerações, de socializar crianças e jovens de acordo com pa-

drões não futuros, mas presentes, aqueles que têm força social efetiva.

Dentre suas realizações na área da educação, participou, ao lado de Anísio Teixeira, da criação da Universidade de Brasília, sendo também o idealizador da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), que a partir de 2001 teve o seu nome incorporado, passando a chamar-se Universidade Federal do Norte Fluminense Darcy Ribeiro.

É preciso ressaltar, ainda, a importante contribuição de Paulo Freire na educação brasileira. Para Beisiegel (2010), Paulo Freire compreendia a educação como sendo fundamentalmente um processo de conscientização. Sua insistência foi em defender a necessidade de um ensino realizado através do diálogo, em atividades de grupo, com o incentivo à participação e ao exercício da reflexão crítica. Na aplicação do seu método de alfabetização, o educador procurava realizar tudo aquilo que defendera para uma educação condizente com as exigências da atualidade brasileira (Beisiegel, 2010).

O professor pernambucano Paulo Freire (1921-1997), um dos maiores pensadores da história do Brasil, defendia transformações radicais para a educação. Entre suas inúmeras contribuições estava a necessidade de valorizar o conhecimento popular, integrando-o à pedagogia.

Defensor incansável de um ideário democrático, Freire acreditava que a educação era a maior das armas contra a opressão e que a autonomia dos educandos deveria ser a principal conquista do fazer educativo. Para ele não existe ensino sem aprendizagem, em uma relação interdependente, de profundo respeito entre educador e educando (Centro de Referências em Educação Integral, 2017). Somente o diálogo, que implica em um pensar crítico, é capaz de gerir a educação (Freire, 1970).

Sem o diálogo, não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação. A que, operando a superação da contradição educador-educandos, se instaura como situação gnosiológica, em que os sujeitos incidem seu ato cognoscente sobre o objeto cognoscível que os mediatiza (Freire, 1970, p. 47).

Mediante a contribuição dos educadores apresentados, verifica-se que eles têm em comum a defesa da educação inclusiva. Em seu tempo, muitas conquistas foram alcançadas e, no decorrer da história, o desenvolvimento ocorrido no mundo do trabalho, na economia, o avanço das novas tecnologias e na comunicação apontam para novas temáticas que precisam ser estudadas e trabalhadas.

Fato é que em decorrência das mudanças ocorridas atualmente, que se caracterizam por níveis de complexidade e

contradição, a pressão de uma sociedade mais exigente na busca de melhores condições de vida impulsiona as empresas a repensar seu olhar para questões importantes como a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. É mister agir de forma responsável com base no entendimento de que o que fazemos hoje pode ter implicações futuras para a vida das pessoas e para o planeta (UNESCO, 2017).

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a educação deve preparar indivíduos e comunidades para as tensões geradas por tais mudanças, tornando-os capazes de se adaptar e de responder a elas (UNESCO, 2016). A educação é essencial para desenvolver as capacidades necessárias para expandir as oportunidades de as pessoas viverem de maneira significativa, com respeito à igualdade e à dignidade. Uma visão renovada da educação deve promover o desenvolvimento de pensamento crítico, julgamento independente e debate (UNESCO, 2016).

Com o advento das grandes transformações políticas, econômicas, científicas, sociológicas e culturais que emergiram nos últimos 30 anos, essas mudanças geraram novas necessidades que não são tratadas no sistema educativo regular. Por conseguinte, segundo Renaud-Coulon (2013):

Graças ao seu pragmatismo, os empregadores decidiram fazer o que as universidades não sabiam ou não podiam fazer. Assim, desenvolveram estratégias de substituição para preencher o vazio com o qual se depararam e foi assim que surgiram as universidades corporativas (Renaud-Coulon, 2013).

As UCs são estruturas internas desenvolvidas dentro das organizações, quer sejam públicas, privadas ou mercadológicas. Seu objetivo é, através da educação, potencializar a performance global das organizações em todas as suas dimensões: humanas, econômicas, financeiras, sociais, ambientais, tecnológicas e de comunicação. Dessa forma, as UCs atuam como espaços de aprendizagem, informação, comunicação, compartilhamento, confrontação e mediação. São espaços de democratização da gestão, que se centram na inteligência coletiva da organização e nas soluções de negócios (Renaud-Coulon, 2013).

Desde a sua criação nos Estados Unidos, no século passado, as UCs não pararam de crescer em todo o mundo. Existem cerca de 4 mil instituições deste tipo no planeta, e cada vez mais elas têm surgido em países emergentes e em organizações de pequeno e médio porte (Renaud-Coulon, 2013).

Educadores da academia e das corporações entendem que um sistema educacional pode ser chamado de transformador somente se atuar firmemente para sanar os pro-

blemas sociais, promover a inclusão e apoiar a diversidade (Eboli et al., 2018).

Na empresa estudada não há uma política de responsabilidade social e observam-se dificuldades para o envolvimento das lideranças com o tema. Em virtude dessa problemática apresentada, tem-se como questão da pesquisa: que ações educacionais relacionadas à responsabilidade social podem ser providas pela UC com o propósito de disseminar competências, habilidades e comportamento socialmente responsável?

O objetivo do estudo foi identificar de que maneiras a UC pode contribuir para a promoção da responsabilidade social no ambiente de trabalho.

### 3. METODOLOGIA

Com base em uma revisão da literatura (Quadro 1), foi elaborado como instrumento de coleta de dados um questionário de avaliação dos temas relacionados à responsabilidade social, para os quais devem ser desenvolvidos indicadores proativos para o monitoramento de resultados.

**Quadro 1.** Fundamentação teórica para as questões do questionário.

Perguntas	Referencial teórico
1) Sobre Responsabilidade Social (RS):	Borger (2001)
a) é o primeiro contato que tenho com este tema;	
b) tenho poucos conhecimentos sobre o tema	
c) estou buscando ampliar os conhecimentos que tenho	
2) Em referência a obrigações legais, minha empresa acredita que:	
a) cumprir as normas e obrigações legais é suficiente	
b) cumpre a maioria das normas e promove outras ações	
c) não cumpre, mas está em processo de elaboração	
3) Para mim, o significado de ética é:	
a) um conceito abstrato	
b) fácil de ser entendida, mas difícil de ser aplicada	
c) a base da fundamentação do relacionamento humano	
4) Desenvolver esforços no sentido de incorporar a responsabilidade social na cultura organizacional.	Bianchi et al. (2013)

5) Promover programas de educação de forma que os colaboradores sejam capacitados a compreender a importância da cultura organizacional no desempenho de suas atividades	Niño De Guzmán Miranda (2015)
6) A empresa tem a preocupação de inserir ações de responsabilidade social na cultura organizacional como estratégia de negócios	Coutinho e Macedo-Soares (2002)
7) A empresa valoriza a cultura organizacional	Brunton et al. (2015)
8) A cultura organizacional significativa depende do comprometimento da liderança.	Cruz (2010)
9) Através de ambiente democrático e participativo é possível alcançar o comprometimento dos empregados da organização	
10) A cultura organizacional pode ser elemento de disseminação da responsabilidade social e promover o envolvimento dos empregados nos programas de responsabilidade social	Lima (2013)
11) A empresa valoriza o desenvolvimento profissional de seus empregados	Santos et al. (2012)
12) A empresa aplica capacitação que promova a melhoria da qualidade de vida dos seus empregados	
13) A empresa facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional dos seus empregados.	
14) A universidade corporativa é um importante órgão de capacitação da força de trabalho da empresa	
15) A universidade corporativa busca capacitar adequadamente os empregados para atuarem nas diferentes áreas da empresa	
16) A educação a distância é o processo de ensino-aprendizagem que pode ser usado como ferramenta para auxiliar na disseminação da responsabilidade social	Fialho e Spanhol (2008)
17) A compreensão e o comprometimento dos gestores sobre responsabilidade social contribuem para a mudança comportamental dos empregados	Matten e Moon (2008)
18) Soluções educacionais voltadas para a disseminação da responsabilidade social podem promover a internalização dos seus conceitos	Pilati et al. (2010)
19) A responsabilidade social é um tema que se aplica ao contexto empresarial e envolve o homem enquanto cidadão	
20) A visão/missão e valores da empresa são disseminados adequadamente a todos os empregados	Borger, F. G. (2001)

As questões foram formatadas com respostas do tipo escala de Likert, contendo três opções para medir o grau de relevância e três para medir o grau de implementação conforme indicado no Quadro 2.

De acordo com Dalmoro e Vieira (2013), as escalas Likert com 7 pontos trazem maior precisão e confiabilidade aos resultados encontrados, entretanto exigem amostras

maiores quando comparadas com escalas de 3 ou 5 pontos, por exemplo. Não obstante, as escalas menores, 3 ou 5 pontos, também garantem um nível de confiabilidade adequado e uma menor exigência em relação ao número de respondentes.

**Quadro 2.** Escala Likert usada na pesquisa

Sem relevância	Média relevância	Alta relevância	Não sei/ Não desejo opinar
Não implementado	Parcialmente implementado	Totalmente implementado	
1	2	3	4

Para conhecer a percepção corporativa de responsabilidade social da empresa, foi desenvolvida uma pesquisa descritiva, contendo questões conceituais (7 a 9) e assertivas (10 a 26), com base na revisão de literatura. Ao término do prazo estabelecido e reenvios do instrumento, a pesquisa foi encerrada e os dados foram analisados de forma descritiva.

#### 4. RESULTADOS

A pesquisa foi realizada nos meses de novembro e dezembro de 2017, com 46 empregados de unidades administrativas e operacionais da empresa estudada, haja vista que exercem suas atividades profissionais na diretoria corporativa, considerando que a sua interação com as demais pode ser um importante instrumento de disseminação dos conceitos da responsabilidade social.

Para identificar o perfil dos entrevistados, eles foram categorizados segundo os seguintes critérios: gênero, escolaridade, área de atuação, nível organizacional, área da empresa e tempo de serviço.

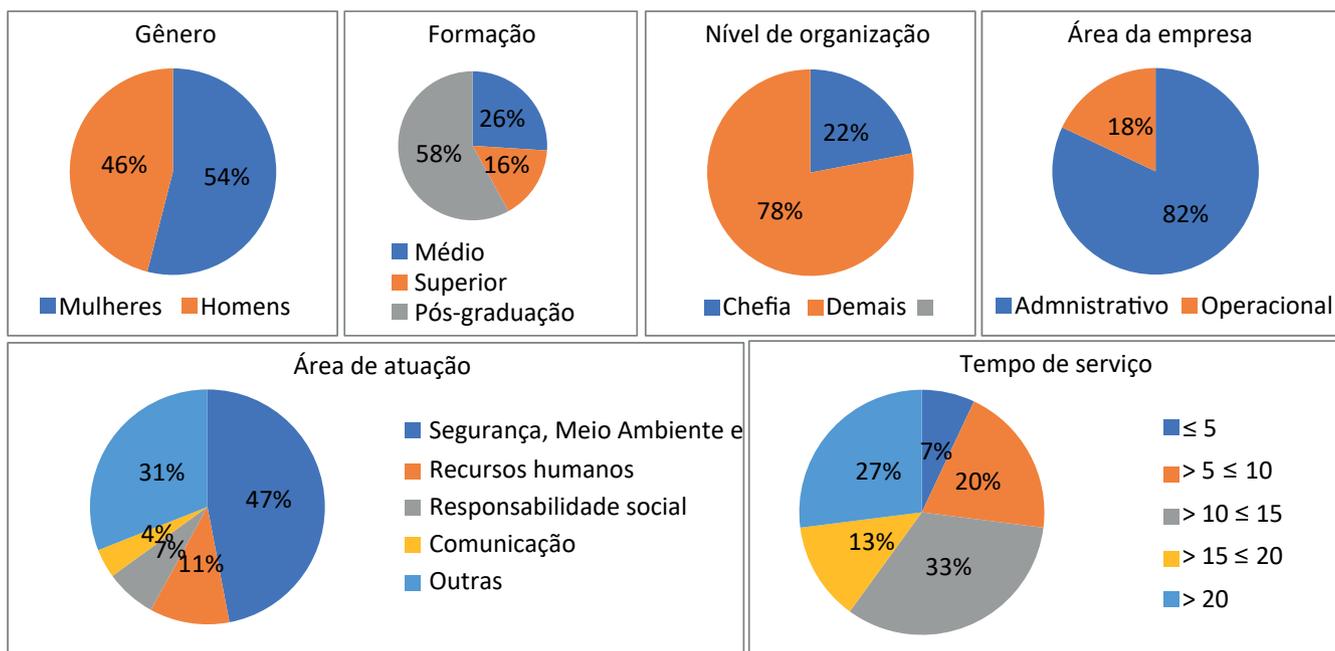
Foram observados os seguintes pontos: a) maior participação feminina; b) a maioria possui escolaridade ao nível de pós-graduação; c) a área de atuação Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS) teve maior número de representantes; d) maior aderência dos profissionais que não exercem cargo de chefia; e) a área administrativa da empresa teve mais representatividade; f) os maiores tempos de serviço foram de empregados entre 10 e 15 anos (Figura 1).

Para o desenvolvimento do tema estudado, foram apresentadas 26 questões com a finalidade de obter um parecer acerca do objetivo da pesquisa. A primeira seção retrata o perfil dos entrevistados.

Seguidamente, elaborou-se três questões conceituais com o propósito de verificar a opinião dos participantes sobre responsabilidade social, ética e obrigações legais, conforme apresentado na Figura 2.

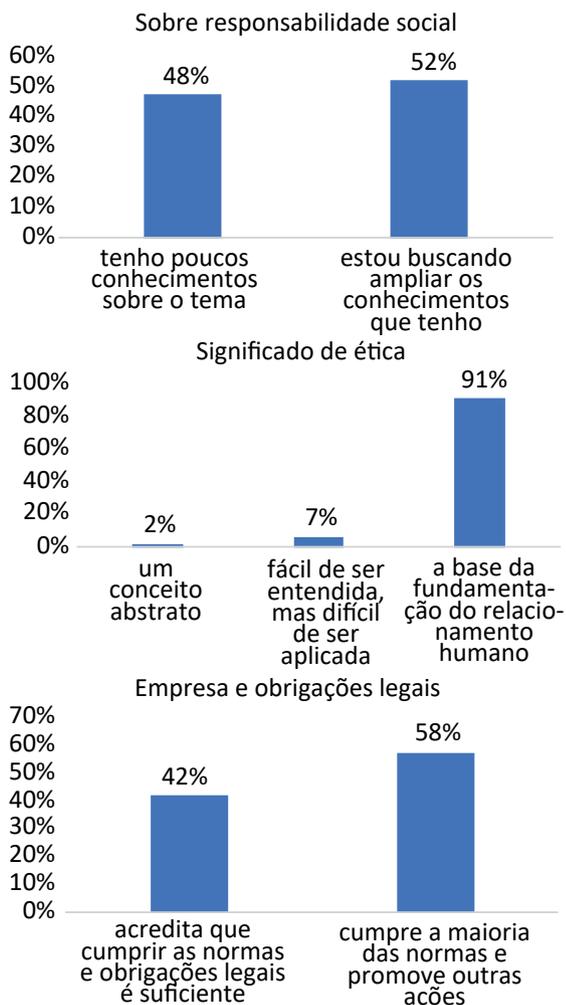
Os resultados das questões conceituais (7, 8 e 9) mostram alguma identificação dos respondentes com o tema responsabilidade social, indicam buscar e ampliar os conhecimentos que possuem sobre ele. Quanto a obrigações legais, acreditam que a empresa cumpre a maioria das normas e promove outras ações. Além disso, consideram a ética como base da fundamentação do relacionamento humano.

**Figura 1.** Perfil dos respondentes



É oportuno suscitar a responsabilidade social de modo que promova o bem-estar do público interno e externo (Asheley, 2005), haja vista que corrobora para o exercício da cidadania, sustentabilidade dos negócios e preservação do meio ambiente.

**Figura 2.** Questões conceituais



Em consonância com a revisão da literatura foram abordados temas como: cultura organizacional, desenvolvimento e capacitação, comprometimento da liderança, UC, educação a distância para conhecer a percepção da importância da disseminação da responsabilidade social e o papel da UC nesse contexto, enquanto unidade formadora de opinião e análise crítica.

Foi solicitado aos respondentes que analisassem as assertivas relacionadas no instrumento (10 a 26) e que dessem seu parecer quanto à importância da disseminação da responsabilidade social, de acordo com a percepção deles, a partir da contribuição da UC na capacitação corporativa. Com base nas respostas obtidas, apresentamos a análise dos resultados na Tabela 1.

A disseminação da responsabilidade social por meio de soluções educacionais obteve 71,74% para o grau de alta relevância, sendo um desafio a inserção desse tema no portfólio da UC enquanto responsável pela capacitação. Cabe considerar que a educação a distância é uma importante modalidade de ensino e teve seu percentual de implementação diagnosticado como parcialmente implementado. Isso denota que essa importante ferramenta precisa ser mais explorada.

O resultado da pesquisa procurou verificar a percepção corporativa da RS sob o olhar da UC. Com base nas respostas, destaca-se o alto índice do público consultado que reconhece a importância da responsabilidade social e a necessidade de disseminar e fortalecer a cultura organizacional da empresa. A Figura 3 sintetiza os indicadores do grau de relevância e implementação dos dados coletados.

É possível identificar que a percepção dos respondentes vai ao encontro do objetivo proposto do trabalho, dado o alto grau de relevância obtido para índices significativos, como: comprometimento dos gestores sobre responsabilidade social (84,78%); comprometimento dos empregados a partir de um ambiente democrático e participativo (84,44%); e disseminação adequada da visão/missão e valores (82,22%).

Com relação à implementação total, alguns pontos carecem de melhoria, como refletem os graus de implantação obtidos em alguns quesitos: aborda disseminação adequada da visão/missão e valores (33,33%); a importância da UC como importante órgão de capacitação (27,27%); e o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional (22,22%).

## 5. CONCLUSÃO

Sob a ótica do objetivo de identificar formas de atuação para que a UC promova a disseminação e fortalecimento da cultura da responsabilidade social, cumpre observar que a promoção de parcerias com instituições públicas e privadas, como universidades, escolas técnicas, museu e teatro, podem trazer significativos resultados através de programas culturais e educacionais, indicando que pode ser um importante veículo de disseminação do tema.

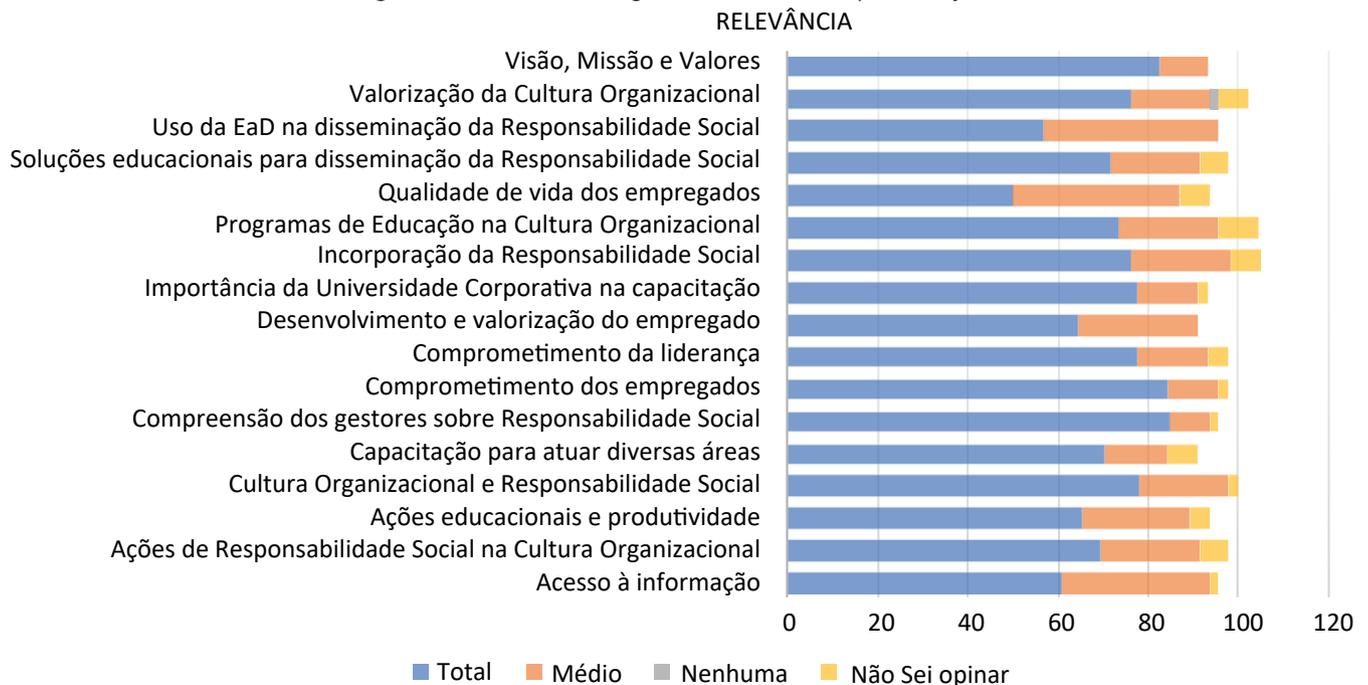
Os respondentes auxiliaram a perceber como soluções educacionais podem contribuir com a inserção da responsabilidade social na cultura organizacional da empresa. A melhor opção para compreender esse processo é considerar que o comprometimento do gestor (nas diversas escalas hierárquicas) pode e precisa ser um elemento motivador, no seu contexto laborativo, na disseminação da responsabilidade social como conceito transversal às diversas atividades da empresa.

**Tabela 1.** Análise descritiva da percepção dos respondentes sobre as assertivas (%)

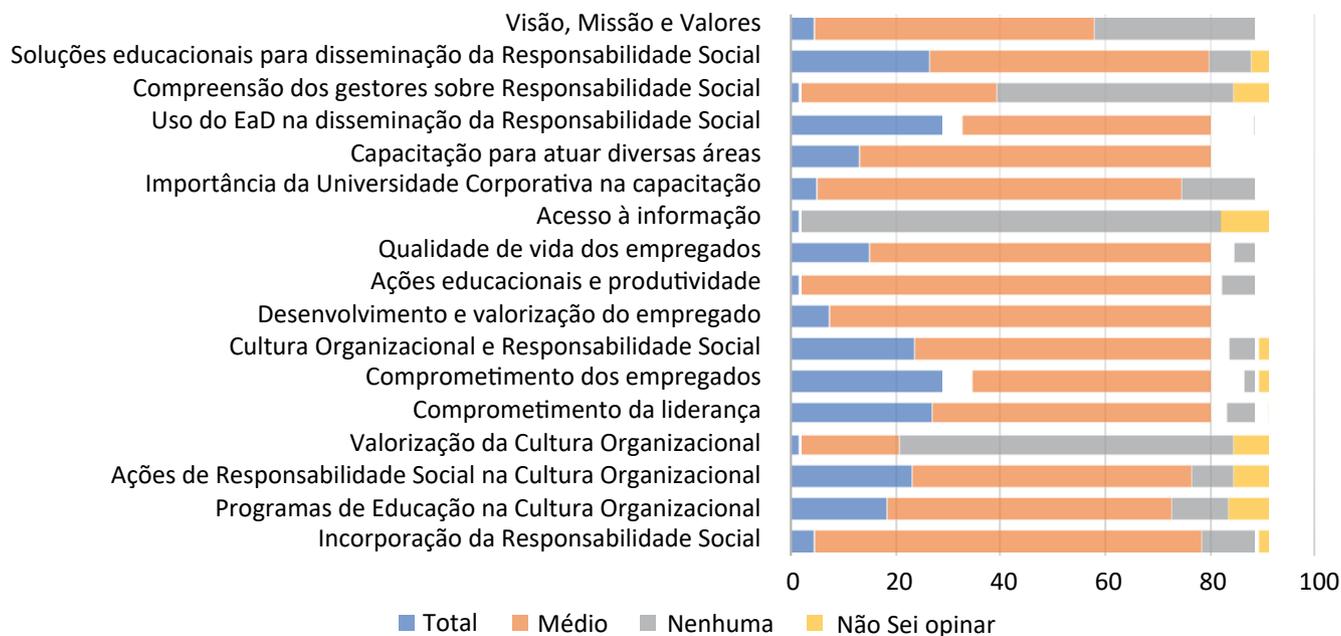
Nº	SINOPSE DAS ASSERTIVAS	AR	MR	SR	ÑS	ÑI	PI	TI	ÑS
10	Incorporação da responsabilidade social (RS)	76,09	22,22	0	6,52	4,44	60	8,89	4,44
11	Programas de educação na cultura organizacional	73,33	22,22	0	9,09	15,56	44,44	8,89	8,89
12	Ações de RS na cultura organizacional	69,57	21,74	0	6,52	19,57	43,48	6,52	10,87
13	Valorização da cultura organizacional	76,09	17,39	2,17	6,52	2,17	15,22	52,17	6,52
14	Comprometimento e liderança	77,27	15,91	0	4,55	22,73	45,45	6,82	4,55
15	Comprometimento dos empregados	84,44	11,11	0	2,22	28,89	42,22	2,22	6,67
16	Cultura organizacional e RS	77,78	20	0	2,22	20	48,89	4,44	6,67
17	Desenvolvimento e valorização do empregado	64,44	26,66	0	0	6,67	73,33	6,67	2,22
18	Ações educacionais e produtividade	65,22	23,91	0	4,35	2,17	65,22	17,39	2,17
19	Qualidade de vida dos empregados	50	36,96	0	6,52	13,04	56,52	13,04	6,52
20	Acesso à informação	60,87	32,61	0	2,22	2,17	0	65,22	23,91
21	Importância da universidade corporativa na capacitação	77,27	13,64	0	2,27	4,55	56,82	27,27	0
22	Capacitação para atuar em diversas áreas	70,45	13,63	0	6,82	11,36	63,64	11,36	4,55
23	Uso da educação a distância na disseminação da RS	56,82	38,63	0	0	27,27	45,45	6,82	6,82
24	Compreensão dos gestores sobre RS	84,78	8,7	0	2,22	2,17	30,43	36,96	10,87
25	Soluções educacionais para a disseminação da RS	71,74	19,56	0	6,52	22,22	43,43	6,52	10,87
26	Visão, missão e valores	82,22	11,11	0	0	4,39	43,48	32,61	4,35

Legenda: AR = Alta Relevância; MR = Média Relevância; SR = Sem Relevância; ÑI = Não Implementado; PI = Parcialmente Implementado; TI = Totalmente Implementado; ÑS = Não sei opinar.

**Figura 3.** Demonstrativo do grau de relevância e implementação



### IMPLEMENTAÇÃO



Elaborado pelos autores

Os resultados dessas ações se fazem necessários, haja vista que a responsabilidade social é a adoção de posturas e mudanças comportamentais esperadas dos diversos segmentos da sociedade e do cidadão, pois a sociedade tem se tornado mais exigente na busca por minorar as desigualdades sociais.

Diante do exposto, o que se pretende é contribuir para que a responsabilidade social seja internalizada na cultura organizacional, de tal forma que se torne um elemento imprescindível no exercício das atividades e que seja inserida na elaboração de projetos, tendo em vista a sua multidisciplinaridade, permitindo, assim, a migração do discurso para a prática.

Do ponto de vista acadêmico, este trabalho não teve como intenção finalizar um tema complexo e relevante, mas sim contribuir para a continuidade da discussão e do avanço de estudos que contribuam para disseminação e internalização da responsabilidade social, não apenas na empresa estudada, mas na perspectiva de contribuir com pesquisas nas múltiplas áreas de atuação (pública, privada, acadêmica etc.).

### REFERÊNCIAS

- Aires, R. W. A et al. 2017. Educação corporativa como ferramenta para estimular a inovação nas organizações: uma revisão de literatura. In: Vieira, A. C. P.; Zilli, J. C.; Bruch, K. L. (Org.). Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação: ambiente institucional e organizações. Criciúma: EDIUNESC. p. 253-276. <http://dx.doi.org/10.18616/pidi12>
- Alperstedt, C. 2001. Universidades corporativas: discussão e proposta de uma definição. *Revista de Administração Contemporânea* 5, 3:149-165. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552001000300008>
- Ashley, P.A. et al. 2005. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva.
- Bavik, A. 2019. Corporate social responsibility and service-oriented citizenship behavior: A test of dual explanatory paths. *International Journal of Hospitality Management* 80, 173-182. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.014>
- Becker, R. G. 2018. Análise das práticas de responsabilidade social corporativa sob a perspectiva do marketing social. <http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/5236>
- Beisiegel, C. R. 2010. Paulo Freire. Recife: Fundação Joaquim Nabuco. (Coleção Educadores). <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4713.pdf>
- Bianchi, M., Faé, M., Gelatti, R., & Rocha, J. 2013. A responsabilidade social como parte integrante da cultura organizacional em empresas socialmente responsáveis: análise de conteúdo entre a prática e o discurso. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios* 6, 1:160-191. <http://dx.doi.org/10.19177/reen.v6e12013160-191>
- Borger, F.G. 2001. Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. Tese de Doutorado. São Paulo: FEA/USP, [www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002-105347//SERFGB.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002-105347//SERFGB.pdf)

- Brunton, M.; Eweje, G.; Taskin, N. 2015. Communicating Corporate Social Responsibility to internal stakeholders: Walking the walk or just talking the talk? *Business Strategy and the Environment* 26, 1:31-48. <https://doi.org/10.1002/bse.1889>
- Castro, C. M.; Eboli, M. 2013. Universidade Corporativa: gênese e questões críticas rumo à maturidade. *Revista de Administração de Empresas* 53, 4:408-414. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902013000400008>
- Centro de Referências em Educação Integral. 2017. 7 educadores brasileiros fundamentais para compreender a educação integral. Publicado em 03 jan. 2017. <http://educacaointegral.org.br/reportagens/7-educadores-brasileiros-fundamentais-compreender-educacao-integral>
- Cesconetto, S. M. M. 2011. Educação Corporativa: o contexto do Departamento de Treinamento & Desenvolvimento na Empresa Alfa. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. [http://Repositorio.Ufsc.Br/Xmlui/Handle/1234567\\_89/95744](http://Repositorio.Ufsc.Br/Xmlui/Handle/1234567_89/95744)
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. 2011. Capes 60 Anos: seis décadas de evolução da pós-graduação. Revista comemorativa. Brasília: Capes. <https://www.capes.gov.br/images/stories/download/Revista-Capes-60-anos.pdf>
- Costa, R. S. et al. 2018. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade: sobre a necessidade de acompanhamento crítico entre intenções e práticas. In: Ladwig, N. I.; Schwalm, H. (Org.). Planejamento e gestão territorial: a sustentabilidade dos ecossistemas urbanos. Criciúma, SC: EDIUNESC, Cap. 16. <http://repositorio.unesc.net/handle/1/5979>
- Coutinho, R.B.G.; Macedo-Soares, T.D.L.v.A. 2002. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea* 6, 3:75-96. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552002000300005>
- Cruz, D. 2010. Educação corporativa: A proposta empresarial no discurso e na prática. *Educação em Revista* 26, 2:317-357. <https://dx.doi.org/10.1590/S0102-46982010000200016>
- Dalmoro, M; Vieira, K. M. 2013. Dilemas na construção de escalas tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? *Revista Gestão Organizacional*, 6, 3:161-174. <https://doi.org/10.22277/rgo.v6i3.1386>
- Eboli, M. 2018. Concorrência ou convergência? GV-executivo 17, 2:34-37. <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gve-executivo/article/view/74743/71551>
- Fialho, F.A.P.; Spanhol, G.K. 2008. A importância da educação a distância para a Educação Corporativa. *Revista Diálogo Educacional* 8, 24:405-415.
- Freire, P. 1970. *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Giuri, P. et al. 2019. The strategic orientation of universities in knowledge transfer activities. *Technological Forecasting and Social Change* 138, 261-278. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.030>
- Gomes, C. A. 2010. Darcy Ribeiro. Recife: Fundação Joaquim Nabuco. (Coleção educadores). <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4696.pdf>
- Gouvêa, F. C. F. 2018. Mestres do amanhã: o intelectual Anísio Teixeira e a pós-graduação no Brasil (1951-1964). *History of Education Journal* 22, 55:260-278. <https://seer.ufrgs.br/asphe/article/view/74113>
- Kraemer, M. E. 2004. A universidade do século XXI rumo ao desenvolvimento sustentável. *Eletrônica de Ciência Administrativa* 3, 1:1-17. <https://doi.org/10.5329/RECADM.20040302006>
- Leal Filho, W. et al. 2018. The role of transformation in learning and education for sustainability. *Journal of Cleaner Production* 199, 286-295. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.017>
- Leal Filho, W. et al. 2019. The integration of social responsibility and sustainability in practice: exploring attitudes and practices in Higher Education Institutions. *Journal of Cleaner Production* 220, 152-166. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.139>
- Leandro, A.; Rebelo, T. 2011. A responsabilidade social das empresas: incursão ao conceito e suas relações com a cultura organizacional. *Exedra: Revista Científica*, 1:11-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3684511>
- Lima, L. G. P. 2013. A educação corporativa como um diferencial estratégico na gestão de pessoas. *Revista Controle - Doutrina e Artigos* 11, 2:199-216. <https://doi.org/10.32586/rcda.v11i2.306>
- Matten, D.; Moon, J. 2008. "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review* 33, 2. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193458>
- Meister, J. C. 1999. *Educação Corporativa São Paulo*: Makron Books.
- Niño De Guzmán Miranda, J. C. 2015. La cultura organizacional en el contexto de la globalización. *Apuntes Universitarios* 5, 2:19-40. <https://doi.org/10.17162/au.v0i2.239>
- Nunes, C. 2010. Anísio Teixeira. Recife: Fundação Joaquim Nabuco. (Coleção Educadores). <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4689.pdf>
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. 2016. *Repensar a educação: rumo a um bem comum mundial?* Brasília: UNESCO Brasil. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002446/244670POR.pdf>
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. 2017. *Educação para o Desenvolvimento Sustentável*.

<https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/education-sustainable-development>

Pilati, R.; Iglesias, F.; Lima, B.R.; Simone, C.V. 2010. Experimentos de campo em comportamento prosocial: sexo, densidade e grupo cultural. *Psicologia: Teoria e Pesquisa* 26, 2:361-370. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722010000200018>

Ramos, H. C. et al. 2016. Avaliação de Universidades Corporativas: A luz de um estudo bibliográfico. In: XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III Inovarse – Responsabilidade Social Aplicada. [http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16\\_%202016\\_308.pdf](http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_%202016_308.pdf)

Renaud-Coulon, A. 2013. Annick Renaud-Coulon explica o papel das universidades corporativas. Entrevista. Rio de Janeiro: Globo Universidade. <http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2013/09/annick-renaud-coulon-explica-o-papel-das-universidades-corporativas.html>

Santos, J. A. A. et al. (2012), O papel de uma universidade corporativa para o desenvolvimento da aprendizagem organizacional: análise de uma empresa de serviços de saúde. *Revista de Ciências da Administração* 14, 34:91-102. <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2012v14n34p91>

Santos, W. S. 2016. O liberalismo em Anísio Teixeira: os fundamentos para uma educação pública. Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP. <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/304996>

Silva, M. W.; Balzan, N. C. 2007. Universidade Corporativa: (Pré-) tendência do ensino superior ou ameaça? *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior* 12, 2:233-256. <https://doi.org/10.1590/S1414-40772007000200004>

Vitelli, A. P. D. 2003. As universidades corporativas e sua contribuição para a gestão do conhecimento nas organizações. Dissertação, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2206>

**Recebido:** 16 out. 2019

**Aprovado:** 17 ago. 2020

**DOI:** 10.20985/1980-5160.2020.v15n3.1583

**Como citar:** Silva, R. A. D. (2020). A contribuição da universidade corporativa na disseminação da responsabilidade social. *Revista S&G* 15, 3, 201-212. <https://revistasg.emnuvens.com.br/sg/article/view/1583>