ÉTICA EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES A PERCEPÇÃO E MOTIVAÇÃO DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS E DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS RECÉM CHEGADOS AO ENSINO SUPERIOR: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO A SUL DE PORTUGAL E ESPANHA

Fátima Jorge, Universidade de Évora

Fernando Miguel Reabra, Instituto Politécnico de Setúbal

Dollores Gallardo Vázquez, Universidad de Extremadura

RESUMEN

Con la presente comunicación intentamos comprender la percepción de los alumnos recién llegados a la enseñanza superior en lo que respecta al tema de la Responsabilidad Social de las Organizaciones, así como sus motivaciones en el ámbito de las relaciones contractuales futuras con las organizaciones empleadoras. La investigación tiene una relevancia particular para la definición de nuevas ofertas formativas en el área de la Ética Empresarial y la Responsabilidad Social. La investigación desarrollada constituye un primer paso en la construcción de un mapa de percepciones Éticas y de Responsabilidad Social de los alumnos portugueses y españoles.

Palabras clave: Enseñanza Superior, Ética de la Empresa, Responsabilidad Social de la Empresa

RESUMO

Através do estudo subjacente a esta comunicação procurou-se compreender a percepção dos alunos recém-chegados ao ensino superior no que respeita à temática da Responsabilidade Social das Organizações bem como as suas motivações no âmbito de relações contratuais futuras com organizações empregadoras. A investigação em causa assume particular relevância para a definição de novas ofertas formativas na área da Ética Empresarial e Responsabilidade Social. A investigação desenvolvida constitui um primeiro passo na construção de um mapa de percepções Éticas e de Responsabilidade Social dos alunos portugueses e espanhóis.

Palavras-chave: Ensino Superior, Ética Empresarial, Responsabilidade Social das Organizações.

1 - INTRODUÇÃO

Através do estudo subjacente a esta comunicação procura-se compreender a percepção dos alunos recém-chegados ao ensino superior no que respeita à temática da Responsabilidade Social das Organizações e suas motivações no âmbito de relações contratuais futuras com organizações empregadoras.

Em destaque na Europa desde 2001, data da publicação do Livro Verde (Comissão das Comunidades Europeias, 2001), o tema da Responsabilidade Social das Empresas, ou numa perspectiva mais alargada, Responsabilidade Social das Organizações (RSO), tem vindo a assumir espaço nos planos educativos dos cursos de ensino superior.

A *corporate governance* das empresas vê-se confrontada com a necessidade de gerir as expectativas de todos os *stakeholders*. Os accionistas esperam melhores performances da empresa, os colaboradores aspiram a uma maior

segurança no trabalho e a um sistema de recompensa atractivo, os clientes desejam uma qualidade superior nos produtos, a comunidade envolvente espera que a empresa seja promotora de desenvolvimento económico, isto apenas no que concerne aos *stakeholders* tradicionais. Outros *stakeholders* reclamam um maior envolvimento da empresa no que respeita aos direitos humanos, uma atenção acrescida com o ambiente, um diálogo mais transparente com os *stakeholders* e uma informação mais completa sobre as decisões estratégias da empresa e o impacto das mesmas na sociedade (Logsdon e Wood, 2005).

Por forma a melhor estruturar disciplinas, seminários, ou outros suportes de ensino de temas relacionados com a Ética Empresarial ou Responsabilidade Social das Organizações, será necessário compreender as percepções dos alunos recém-chegados ao ensino superior no que respeita a estas temáticas. Assumimos que existe, à partida, uma diferença de percepções nos alunos no início do curso de licenciatura relativamente aos alunos que estão numa fase mais avançada do plano curricular, em que é possível que já tenham tido alguma sensibilização para os temas da ética e da responsabilidade social (Buff e Yonkers, 2005).

No que respeita aos temas em análise, os alunos chegam ao ensino superior com uma estrutura de ideias já previamente concebida em função das sua vivências anteriores e de valores que lhes foram transmitidos em ambiente familiar e em ambientes organizacionais. Como referem Jonassen e Rohrer- Murphy (1999), referidos por Buff e Yonkers (2005, p.108), " as actividades são socialmente e contextualmente delimitadas, isto quer dizer que qualquer sistema de actividades apenas poderá ser descrito atendendo ao contexto da comunidade em que está inserido".

Considerando que qualquer oferta formativa deverá partir da compreensão do estágio de aquisição de conhecimentos e reflexões previamente efectuadas pelos alunos sobre qualquer temática ou área de conhecimento, explica-se assim a necessidade de aferir a forma como o tema RSO é percebido pelos alunos aquando da sua chegada ao ensino superior.

O ensino da ética empresarial tem tido, na última década uma atenção acrescida por parte das escolas de ciências económicas e empresariais. Existem várias perspectivas de abordagem do ensino da ética empresarial, nomeadamente a descritiva, a prescritiva e a analítica conforme refere McDonald (2004). A perspectiva descritiva reforça a necessidade de existência de disciplinas de ética, apresentando o desenvolvimento histórico desta área enfatizando as diferenças culturais no ensino da ética empresarial, bem como o formato e conteúdo das disciplinas de ética aplicadas à economia e à gestão. Por outro lado, a perspectiva prescritiva centra-se nos aspectos pedagógicos do ensino da ética e na recomendação de certos métodos pedagógicos aos professores de ética empresarial, como por exemplo, a representação de papéis e a ênfase na necessidade de apresentar problemas reais das empresas, perante os quais os alunos se possam confrontar com dilemas éticos. A perspectiva analítica tem como pressuposto que o ensino da ética empresarial é eficaz se conseguir modificar os valores e as atitudes dos alunos (McDonald, 2004).

Existem, no entanto, os cépticos no que concerne ao ensino da ética empresarial que estão, aliás, na linha do cepticismo dos anos 70, liderado por Milton Friedman no que concerne à responsabilidade social das organizações. A premissa que está na base dos argumentos destes críticos é a que as obrigações da empresa restringem-se à utilização eficiente dos recursos no processo de maximização do lucro, não sendo a ética uma dimensão intrínseca do negócio e da empresa, existindo dificuldades objectivas em introduzir as questões da ética nos programas das disciplinas das Escolas de Gestão (McDonald e Donleavy, 1995). Estes autores

sintetizam os argumentos dos cépticos no que se refere ao ensino da ética empresarial da seguinte forma: o ensino da ética nos cursos de gestão e economia surge por razões de moda e uma certa imagem que se pretende transmitir; a ética envolve um elevado nível de abstracção o que impede uma aprendizagem efectiva; a área de conhecimento da ética não tem fundamentação analítica, e, por isso, falta-lhe credibilidade; as disciplinas de ética não são mais que meros "endoutrinamentos"; a formação e o ensino em ética têm reduzidos efeitos e impactos na formação dos alunos assumindo-se que estes não terão possibilidade de transferir os seus conhecimentos para o ambiente empresarial quando nele estiverem inseridos.

Em resposta aos críticos do ensino da ética empresarial, Hosmer (1985) cit. por McDonald (2004) responde que não se pretende ensinar padrões morais, mas antes ensinar um método de raciocínio ético que permita a tomada de decisão eticamente defensável sobre aspectos complexos mas tendo por referência os padrões morais dos alunos. Como refere Hosmer (1985) e Kallman e Grilo (1996) é difícil mudar hábitos, crenças e valores, mas esta não é a principal função do ensino da ética empresarial. O principal objectivo é apresentar sistemas éticos de análise, *frameworks* que sirvam de suporte a modelos de decisão ética e não o veicular padrões morais de comportamento.

No presente artigo são apresentadas as principais conclusões de um estudo realizado em duas instituições de ensino superior em Portugal e numa instituição de ensino superior de Espanha. Através da abertura do estudo a três instituições de ensino e a dois países, procurou-se tornar possível uma compreensão das características fundamentais da questão em estudo sem que as conclusões do estudo fossem afectadas por especificidades concretas inerentes a um estabelecimento de ensino e sua zona de abrangência. As instituições que permitiram a realização do estudo foram a Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal), a Universidade de Évora (Portugal) e a Universidade da Extremadura (Espanha). Sabíamos, *a priori*, que a proximidade dos países e das Instituições de Ensino Superior em que foi realizado este estudo exploratório não nos iria permitir chegar a conclusões muito divergentes no que se refere às percepções dos alunos sobre as temáticas da Ética e Responsabilidade Social, uma vez que esta área de conhecimento se encontra numa fase de desenvolvimento similar em Portugal e Espanha como referem Moreira, Rego e Sarrico (2003).

2 - METODOLOGIA

O estudo desenvolveu-se com base na aplicação de um inquérito nas três instituições de ensino superior.

O inquérito foi estruturado em quatro partes, seguidamente enunciadas e genericamente apresentadas:

- <u>dados pessoais</u>;

Procurou-se recolher informação que permitisse descrever a "amostra" em causa, nomeadamente: género, idade, situação face ao mercado de trabalho, curso frequentado e instituição frequentada.

- <u>práticas pessoais</u>;

Inquiriu-se os alunos sobre a sua atenção a notícias sobre práticas de responsabilidade social das empresas, sobre a sua disponibilidade para enquanto clientes valorizarem essas mesmas práticas e sobre a sua colaboração com organizações não governamentais.

Questionaram-se os alunos sobre as suas preferências ao nível do mercado de trabalho, nomeadamente no que respeita ao tipo de organização em que prefeririam trabalhar e os aspectos que mais valorizariam na apreciação de propostas.

- percepção sobre o mercado e as organizações;

Com este conjunto de questões procurou-se:

⇨ aferir como os alunos justificam a crescente notoriedade da RSO;

⇨ aferir como os alunos entendem as práticas de diferentes tipos de organizações no que respeita a domínios de RSO;

⇨ aferir como os alunos entendem as práticas de diferentes sectores de actividade no que respeita a domínios de RSO;

⇨ aferir quais as "partes interessadas" que na perspectiva dos alunos são merecedoras de atenção prioritária por parte das empresas e quais os objectivos empresariais mais prioritários;

⇨aferir quais os temas empresariais associados a interesses específicos de diversas "partes interessadas" que na perspectiva dos alunos são mais prioritários;

⇨ aferir como os alunos entendem a importância de códigos de ética e de conduta.

- o ensino da ética empresarial no ensino superior.

Procurou-se compreender a importância atribuída pelos alunos ao ensino de temáticas de Ética Empresarial e de RSO e como entendem ser a melhor forma de estruturar a leccionação desta temáticas. Os alunos foram ainda inquiridos sobre o seu entendimento quanto a valorização pelo mercado de trabalho de referencias curriculares à aprendizagem dos temas em causa e se pretendiam de futuro aprofundar o estudo destas temáticas em cursos de Pós-Graduação ou Mestrado.

O inquérito foi aplicado durante o mês de Outubro de 2006. Considerando que os alunos participantes no estudo são recém-chegados ao ensino superior, entendeu-se como necessário aquando da aplicação do inquérito uma prévia explicação em que foram abordadas as diferentes formas de resposta a determinados tipos de questões: resposta de identificação única, resposta de identificação múltipla e resposta em escala hierárquica.

Não forma proporcionadas explicações detalhadas sobre temáticas de Ética Empresarial e de RSO, dado pretender-se com o presente estudo aferir as percepções e as motivações dos alunos numa fase prévia a leccionação de tais matérias.

Tabela 1 – Instituições e alunos participantes

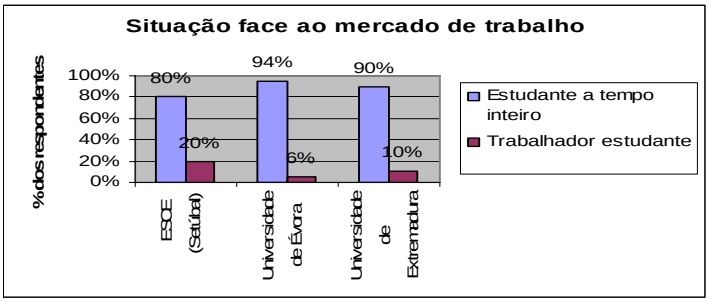
Instituição:	***Alunos que participaram no estudo:***
ESCE (Setúbal)	50 alunos do Curso de Contabilidade e Finanças 37 alunos do Curso de Gestão de Sistemas de Informação
Universidade de Évora	27 alunos do Curso de Economia 25 alunos do Curso de Gestão
Universidade da Extremadura	113 alunos do Curso de Administración y Dirección de Empresas
Total	252 alunos (113 alunos Espanhóis - 45%, 131 alunos Portugueses - 55%)

3 – CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra de alunos é relativamente equilibrada no que respeita a género, apesar de marcadamente masculina no que respeita à Universidade de Évora. Em termos de idade, a idade média dos alunos é de 20 anos na amostra da Universidade de Évora e 21 na amostra da ESCE, enquanto a idade modal é de 18 anos na amostra da Universidade da Extremadura.

No que respeita à situação face ao mercado de trabalho, a grande maioria dos alunos são estudantes a tempo inteiro, ainda que a amostra da ESCE registe uma percentagem maior de alunos trabalhadores estudantes.

Gráfico I – Situação face ao mercado de trabalho



4 – PRÁTICAS PESSOAIS

A maioria dos alunos dedica alguma atenção a notícias ou outras informações sobre práticas de responsabilidade social das empresas (71 % de alunos da Universidade de Évora; 45% alunos da ESCE e da Universidade de Extremadura).

A maioria dos alunos privilegia "às vezes" empresas que se destacam por respeitar o ambiente (dando prioridade na compra) ou empresas que se destacam por outras práticas de responsabilidade social, nomeadamente em aspectos inerentes à gestão de recursos humanos ou relacionamento com comunidades locais (dando prioridade na compra). Uma parte significativa da amostra da Universidade de Évora declara que valoriza muitas vezes tais comportamentos empresariais.

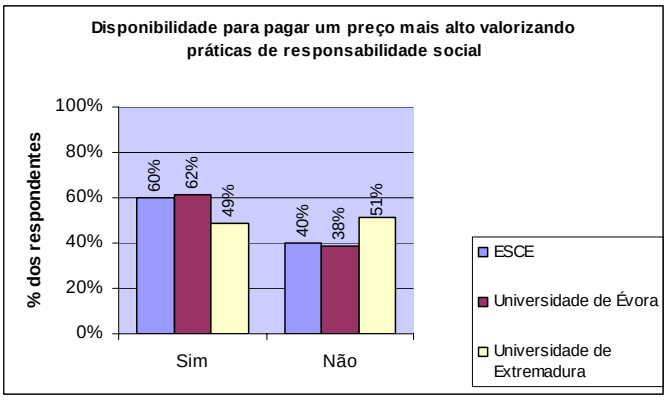
Tabela 2 – Actuação dos alunos no Mercado

Enquanto cliente privilegia empresas que se destacam por respeitar o ambiente (dando prioridade na compra)?					
	Sempre	Muitas vezes	As vezes	Raramente	Nunca reflecti sobre o assunto
ESCE	9%	25%	44%	17%	5%
Universidade de Évora	4%	41%	41%	4%	10%
Universidade de Extremadura	8%	16%	43%	20%	12%
Enquanto cliente privilegia empresas que se destacam por outras práticas de responsabilidade social					
	Sempre	Muitas vezes	As vezes	Raramente	Nunca reflecti sobre o assunto
ESCE	3%	20%	47%	17%	13%
Universidade de Évora	2%	40%	42%	10%	6%
Universidade de Extremadura	4%	19%	47%	15%	15%

A maioria dos alunos portugueses está disposta a pagar um preço mais alto por um produto ou um serviço produzido por uma empresa que se destaque pelas suas práticas de responsabilidade social, comparativamente a preços praticados por outras empresas (Gráfico II). Não se questionou os alunos que manifestaram esta disponibilidade quanto ao "prémio" máximo que estariam dispostos a pagar.

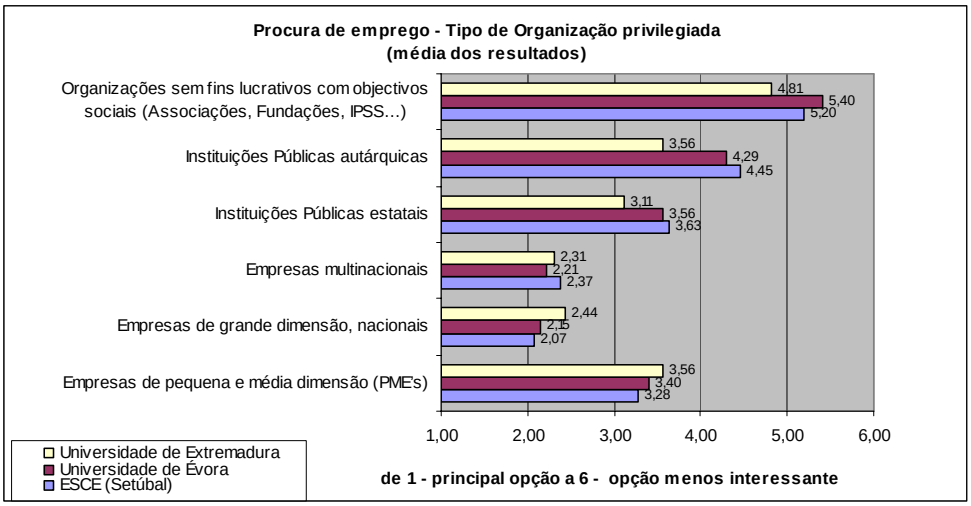
A maioria dos alunos costuma colaborar, "às vezes", com acções de Organizações não Governamentais mas a grande maioria nunca colaborou enquanto voluntário em acções destas organizações.

Gráfico II – Disponibilidade para valorizar a responsabilidade social



No que respeita à procura de emprego solicitou-se que os alunos respondessem hierarquicamente declarando as suas preferências desde a sua principal opção até à última opção.

Gráfico III – Procura de emprego - organizações privilegiadas



As opções dos alunos incidem sobre empresas de grande dimensão nacionais e empresas multinacionais. Os alunos Espanhóis preferencialmente escolhem empresas multinacionais enquanto os alunos portugueses preferem grandes empresas nacionais. As organizações como Associações, Fundações ou Instituições particulares de solidariedade social constituem a última opção de alunos portugueses e espanhóis.

Apresentou-se aos alunos três hipóteses de propostas de emprego para os quais deveriam estabelecer uma ordem de prioridade. As hipóteses sugeriam diferentes níveis de responsabilidade social, desde um nível de ausência de responsabilidade social (incumprimento da lei – empresa A) até um nível de reconhecida prática de responsabilidade social (empresa C). Uma situação intermédia era representada pela situação referente à empresa B. (tabela 3).

Tabela 3 –Propostas hipotéticas de emprego

Empresa A	**Empresa B**	**Empresa C**
A empresa pagar-lhe-á um salário bastante mais elevado do que outras empresas que lhe oferecem propostas. Trata-se no entanto de uma empresa que reconhecidamente em alguns domínios não cumpre a lei. Todas as outras empresas cumprem a lei.	A empresa pagar-lhe-á um salário elevado comparativamente à proposta da empresa C, embora inferior comparativamente à proposta da empresa A. Trata-se de uma empresa com pouco prestigio e não reconhecida por desenvolver boas práticas de responsabilidade social, ainda que cumpridora da lei.	A empresa pagar-lhe-á um salário mais baixo comparativamente às propostas das outras empresas, mas ainda assim justo. Esta empresa tem mais prestigio que as outras empresas que lhe oferecem propostas e é alvo de elogios de clientes e comunidade local. É uma empresa que reconhecidamente desenvolve boas práticas de responsabilidade social.

A média das respostas traduz uma preferência declarada pela "empresa C", ou seja, pela situação que reflecte práticas de responsabilidade social. Também é significativo o facto da hipótese mais penalizadora de comportamentos éticos ser a menos preferida pelos alunos ainda que melhor remunerada.

Tabela 4 –Propostas hipotéticas de emprego (resultados médios)

	empresa A	empresa B	empresa C
ESCE	2,80	1,92	1,28
U. Évora	2,61	1,71	1,67
U. Extremadura	2,5	1,86	1,65
1 – principal opção a 3 –última opção			

Ao nível dos aspectos que os alunos privilegiariam caso procurassem emprego, foi solicitado que de um conjunto de 15 aspectos fossem seleccionados os 5 considerados como mais importantes. Os resultados desta questão são apresentados nos dois gráficos seguintes.

Gráfico IV – Procura de emprego - aspectos privilegiados

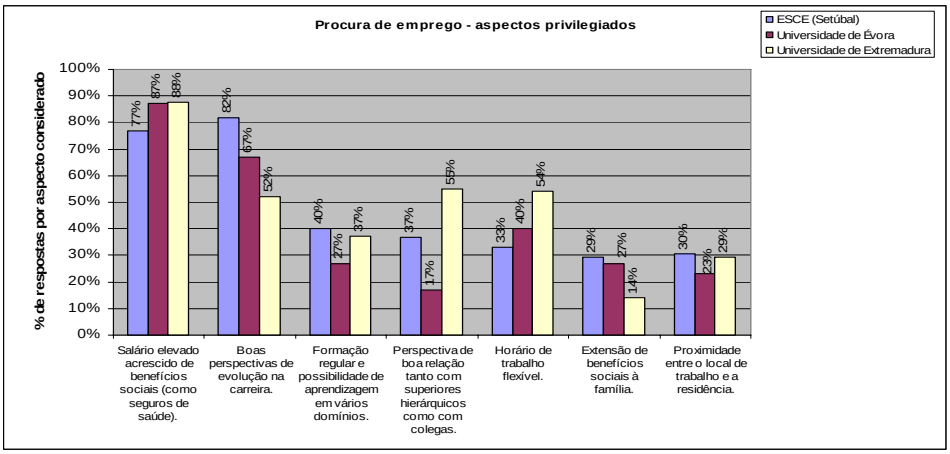
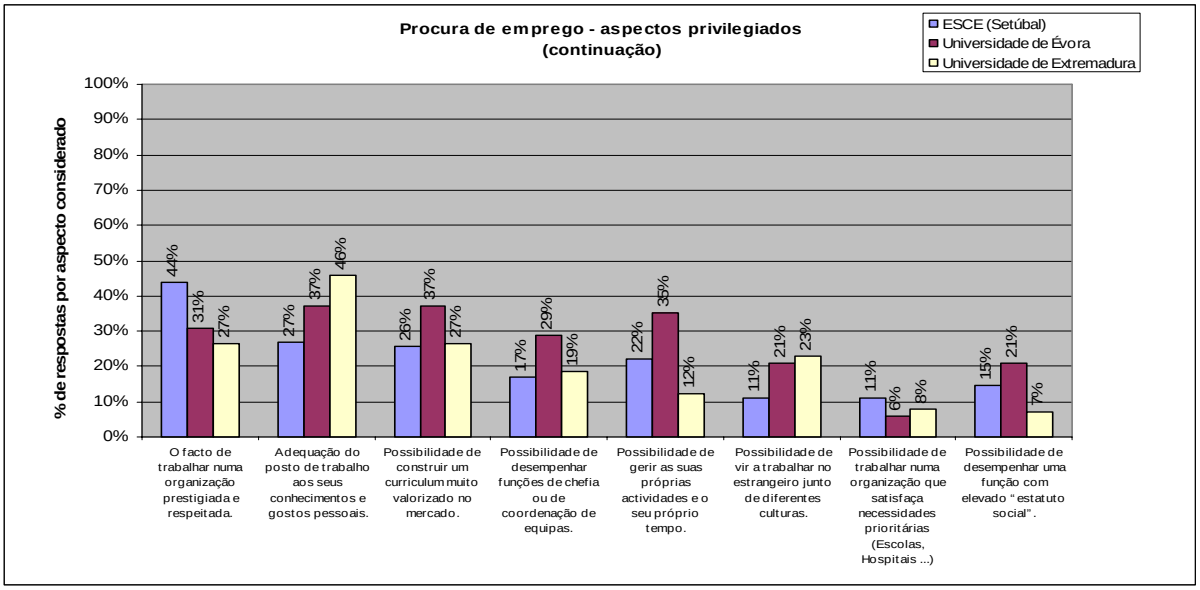


Gráfico IV – Procura de emprego - aspectos privilegiados (continuação)

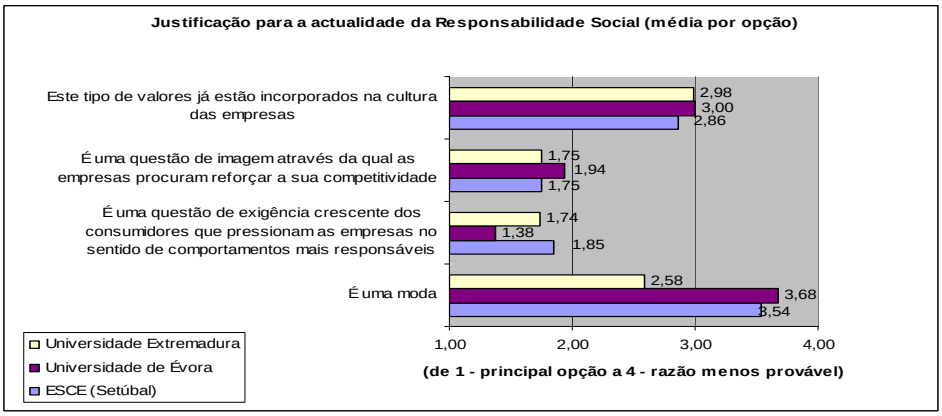


Salário elevado acrescido de benefícios sociais foi o aspecto mais referenciado no que respeita à Universidade de Évora e à Universidade da Extremadura. Já no caso da amostra da ESCE o aspecto mais referenciado foi a boa perspectiva de evolução na carreira.

5 – PERCEPÇÃO SOBRE O MERCADO E AS ORGANIZAÇÕES

Foi solicitado aos alunos para hierarquizarem um conjunto de quatro explicações possíveis para a actualidade do tema "responsabilidade social".

Gráfico V – Justificação da Actualidade da Responsabilidade Social



Das respostas obtidas resulta um entendimento da responsabilidade social enquanto reacção das empresas à pressão exercida pelos consumidores (U. Évora e U. Extremadura) ou como uma estratégia da empresa para reforço da competitividade (ESCE). A RSO enquanto moda ou enquanto um conjunto de valores incorporado na cultura da empresa não são hipóteses prováveis para os alunos.

Solicitou-se que os alunos reflectissem sobre o comportamento ético e de responsabilidade social relativamente a diferentes tipos de organizações e a diferentes actividades. Os resultados são postos em evidência nos próximos dois gráficos.

Gráfico VI – Comportamento ético e de responsabilidade social de diferentes tipos de organizações

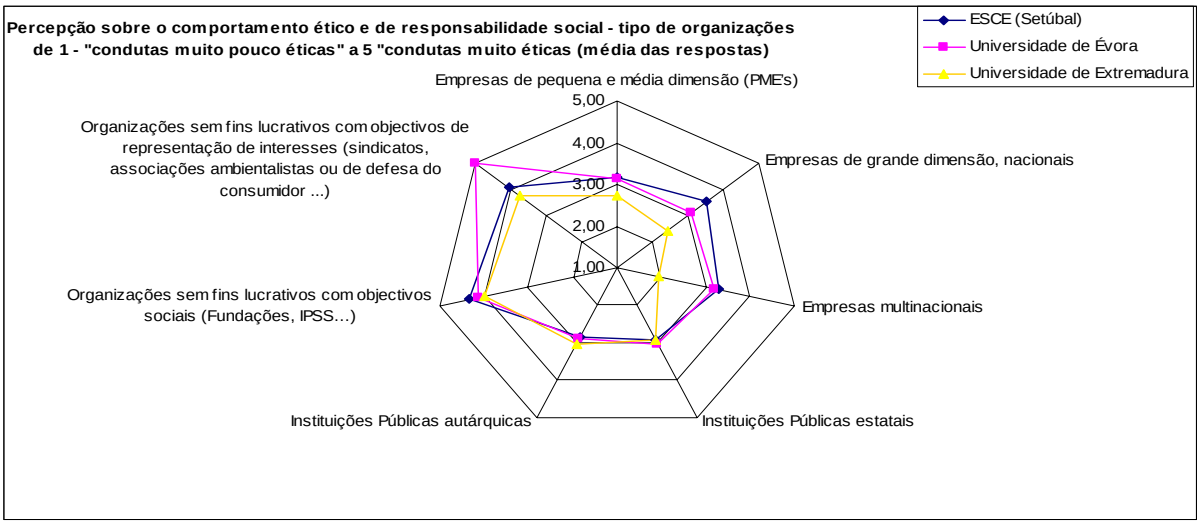
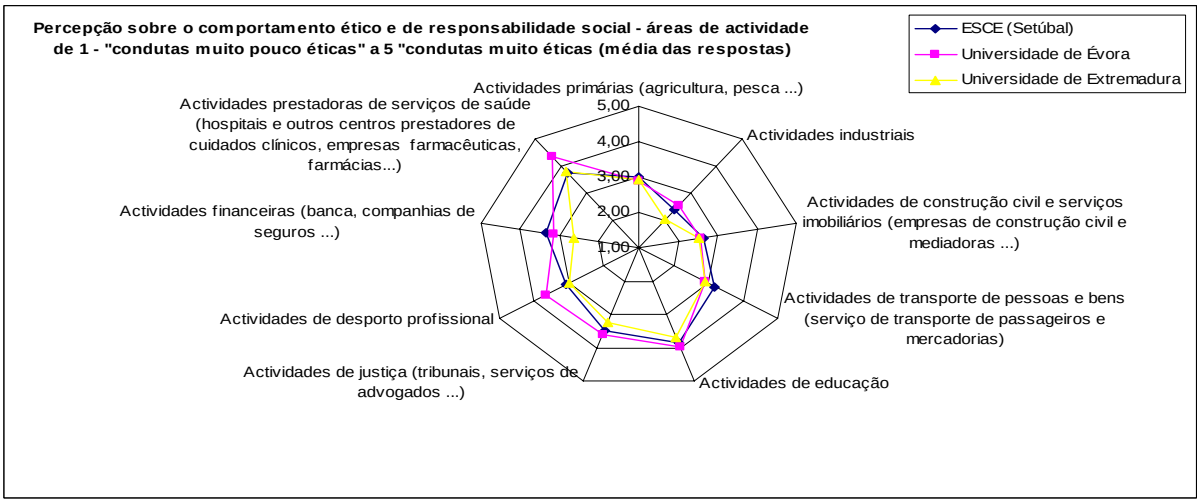


Gráfico VII – Comportamento ético e de responsabilidade social de diferentes áreas de actividade

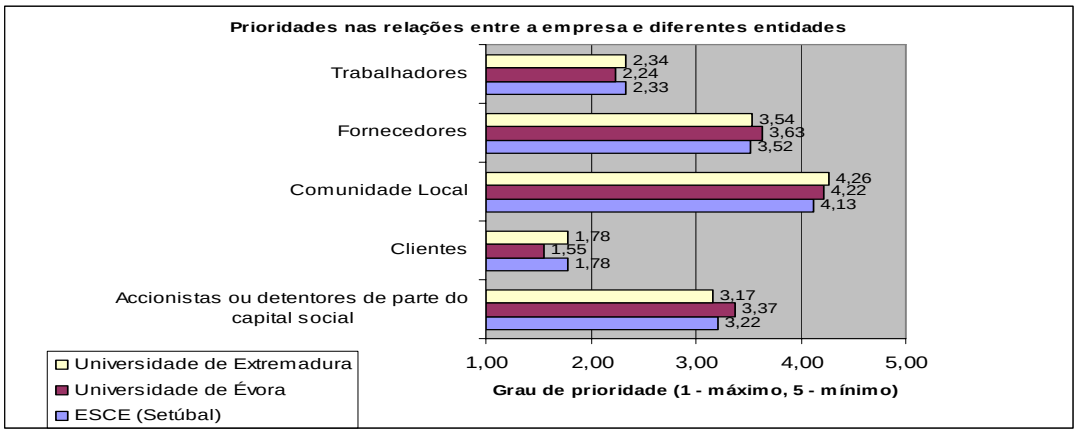


As organizações sem fins lucrativos, quer com objectivos sociais, quer com objectivos de representação de interesses, são as organizações às quais os alunos de forma mais significativa reconhecem condutas éticas.

No que respeita a diferentes actividades, as actividades de educação e as actividades de prestação de serviços de saúde são as actividades melhor classificadas pelos alunos em termos de prática de condutas éticas.

Relativamente a diferentes "entidades interessadas" nas actividades da empresa, solicitou-se que os alunos procedessem a uma hierarquia de relações prioritárias.

Gráfico VIII – Prioridade nas relações entre as empresas e diferentes entidades



Os Clientes, em primeiro plano e os trabalhadores, num plano secundário, são as "partes interessadas" mais importantes para a amostra de alunos. Dever-se-á registar que os accionistas apenas ocupam o terceiro lugar ao nível do grau de prioridade declarado pelos alunos das três instituições.

Por forma a compreender quais os temas empresariais mais importantes para os alunos foi solicitado que de um conjunto de 18 temas listados, identificassem 9 que considerassem prioritários. Os 18 temas foram divididos em conjuntos de três temas respeitantes a seis "partes interessadas": trabalhadores, clientes, fornecedores, accionistas ou outros detentores de capital, concorrentes, comunidade local e outros públicos. (gráficos IX e gráfico X).

Os resultados correspondem às prioridades anteriormente assumidas, considerando a importância manifestada aos temas: remuneração a pagar aos trabalhadores (justa face ao seu trabalho e dedicação), implementação de sistemas de controlo da qualidade dos produtos e serviços da empresa e informação a prestar aos accionistas.

Gráfico IX – Temas prioritários

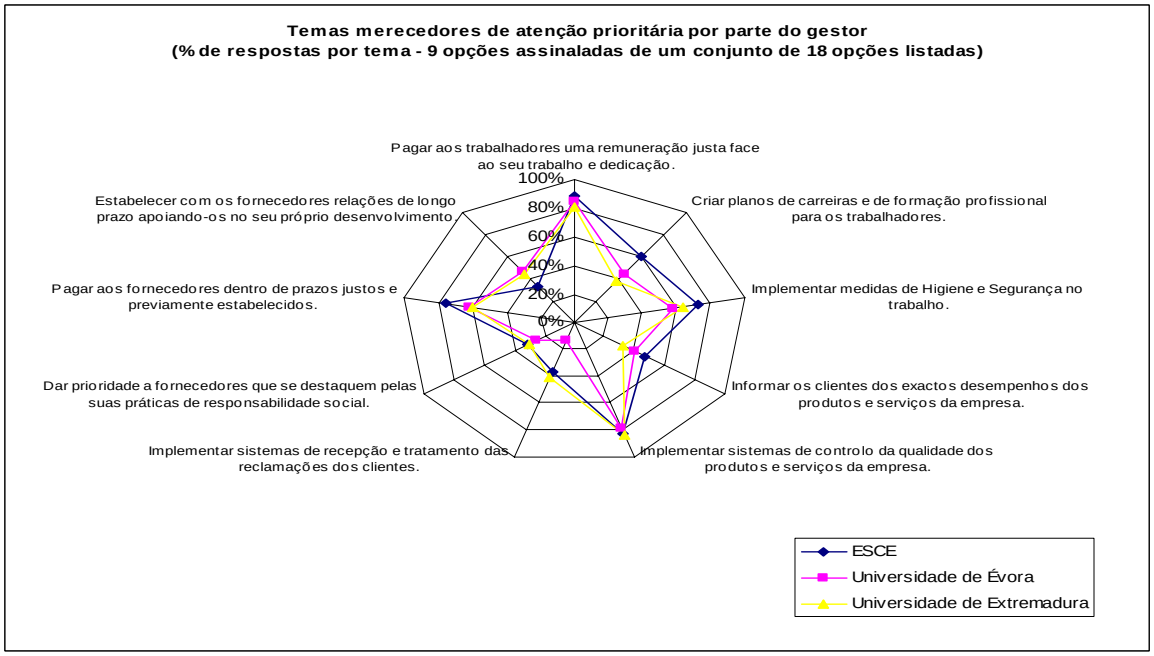
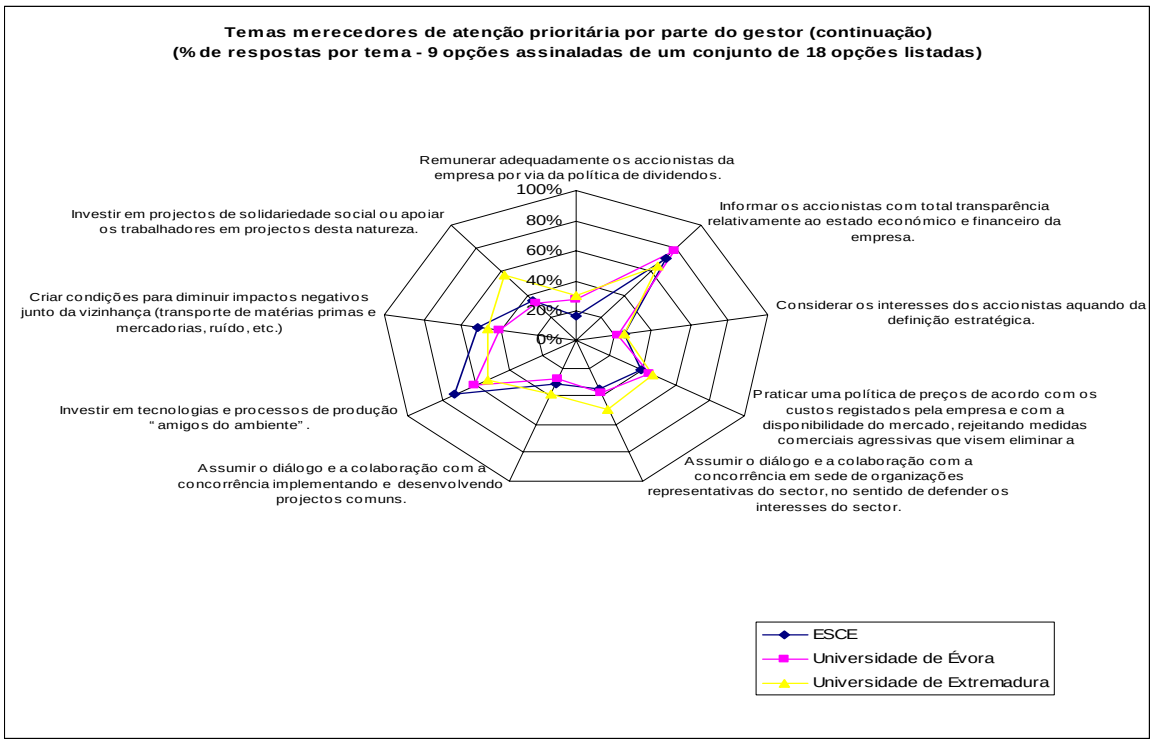


Gráfico X – Temas prioritários (continuação)



No que respeita à percepção sobre o mercado e as organizações, os alunos foram ainda inquiridos sobre o grau de importância de instrumentos de formalização da ética e da responsabilidade social das organizações, como é o caso dos códigos de ética e de conduta.

Tabela 5 –Importância de códigos de ética e de conduta

	Pouco Importantes	Importantes	Muito Importantes	Não tenho opinião formada
ESCE	1%	35%	52%	12%
Universidade de Évora	0%	61%	35%	4%
Universidade de Extremadura	5%	52%	24%	19%

Não é expressiva a percentagem de alunos que não reconhece importância aos instrumentos de formalização da ética e da responsabilidade social das organizações.

6 – O ENSINO DA ÉTICA EMPRESARIAL

Foi solicitado aos alunos que indicassem o grau de importância que conferiam ao ensino das temáticas da ética e da responsabilidade social das organizações nos planos curriculares dos cursos superiores de Ciências Empresariais e Economia.

Tabela 6 –Importância do ensino da Ética Empresarial e da RSO

	Muito importante	Importante	Relativamente importante	Sem importância
ESCE	28%	58%	13%	1%
Universidade de Évora	24%	55%	22%	0%
Universidade de Extremadura	20%	51%	26%	3%

Uma maioria muito significativa de alunos reconhecem importância ou muita importância aos temas em causa.

Tabela 7 –Formato mais adequado ao ensino da Ética Empresarial e da RSO

	ESCE	Universidade de Évora	Universidade da Extremadura
Uma disciplina autónoma funcionando através de aulas teóricas e aulas práticas	31%	20%	24%
Uma disciplina autónoma de carácter teórico-prático	19%	28%	8%
Estas temáticas serem incluídas nas várias áreas disciplinares do curso	21%	34%	15%
O formato de Seminário	15%	10%	39%
A prática de vários formatos descritos nesta tabela	13%	0%	13%
Uma outra forma não considerada nesta tabela	1%	8%	1%

Aos alunos que na pergunta anterior atribuíram alguma importância ao ensino das temáticas referidas solicitou-se que indicassem o formato de ensino que lhe parecia mais adequado. A este nível as opiniões divergiram: Enquanto em Setúbal o formato de disciplina autónoma funcionando através de aulas teóricas e aulas práticas foi o formato mais representativo, já em Évora a amostra de alunos defendeu em primeiro lugar que as temáticas em causa deveriam ser incluídas em várias áreas disciplinares do curso e na Extremadura defendeu-se em primeiro lugar o formato seminário.

Perspectivando o futuro, solicitou-se aos alunos que reflectissem sobre a possibilidade de puderem vir a ter interesse em frequentar um curso de Pós-Graduação ou Mestrado em áreas como a Ética Empresarial ou a Responsabilidade Social das Empresas e Organizações. A maioria dos alunos admite essa possibilidade (tabela 8), assim como admite a possibilidade do mercado de trabalho valorizar mais o seu *curriculum* se apresentar conhecimentos na área de Ética e Responsabilidade Social das Organizações.

Tabela 8 – Eventual interesse em frequentar um curso de Pós-Graduação ou Mestrado na área em causa

	Sim	É possível que sim	Não	Não sei responder
ESCE	12%	55%	13%	21%
Universidade de Évora	12%	44%	19%	25%
Universidade de Extremadura	12%	55%	19%	14%

O interesse em frequentar no futuro curso de Pós-Graduação ou Mestrado em áreas como a Ética Empresarial ou a Responsabilidade Social das Empresas e Organizações é essencialmente justificado por questões de valorização curricular.

Tabela 9 –Razões para a frequência de ensino Pós-Graduado em Ética Empresarial e RSO

	ESCE	Universidade de Évora	Universidade da Extremadura
O meu interesse pessoal nas temáticas em causa	37%	35%	37,33%
Querer valorizar o meu *curriculum* com cursos valorizados pelos empregadores	63%	66%	62,67%

7 - CONCLUSÕES

De uma forma geral não se constataram grandes diferenças ao nível de percepções ou motivações, quer entre alunos portugueses e espanhóis, quer entre alunos de instituições portuguesas.

Apesar dos alunos inquiridos reconhecerem um elevado comportamento ético e de responsabilidade social de organizações sem fins lucrativos, estas organizações são preteridas ao nível da preferência para entidades empregadoras.

O salário e boas perspectivas de evolução na carreira são os factores mais valorizados em termos de motivações profissionais, sendo menos valorizado o facto de se trabalhar numa organização prestigiada e respeitada, aspecto eventualmente associável a atitudes empresariais éticas e responsáveis. Apesar destas preferências, quando confrontados com cenários hipotéticos de oferta de emprego, os alunos tendem a recusar comportamentos empresarias menos éticos declarando preferirem entidades que reconhecidamente desenvolvem boas práticas de responsabilidade social ainda que recebendo salário inferior.

Os alunos não entendem a Responsabilidade Social enquanto moda, mas também não entendem este tema como incorporado na cultura das empresas. O facto de considerarem o tema como sendo impulsionado pelo mercado ou por motivação de reforço de competitividade é coerente com a importância que reconhecem a instrumentos de formalização da Ética, eventualmente enquanto formas de institucionalizar comportamentos e assumir uma cultura Ética.

Apesar das diferenças registadas quanto ao melhor enquadramento do ensino das temáticas da ética e da responsabilidade social das organizações, os alunos reconhecem a sua importância quer a nível de licenciatura quer a nível Pós-Graduado. Este reconhecimento por parte dos alunos deixa-nos a responsabilidade de reflexão sobre o formato adequado do ensino da ética nos cursos de Gestão e Economia, uma disciplina autónoma, seminários temáticos ou a perspectiva que prevalece no momento que defende que a ética deve ser integrada em todas as áreas curriculares dos cursos de Ciências Económicas e Empresariais como defende McDonald (2004). Apesar das vantagens da integração da ética nas várias unidades curriculares dos cursos de licenciatura, este modelo levanta alguns problemas (McDonald, 2004), no que se refere à necessidade da revisão total dos currículos, à formação dos Professores de Economia e de Gestão e ao processo de monitorização dos conhecimentos veiculados através das várias unidades curriculares, assumindo-se que não é benéfica uma redundância excessiva na transmissão de conhecimentos nem um deficit de aprendizagem da ética nas estruturas curriculares em questão.

8 – PISTAS PARA INVESTIGAÇÃO FUTURA

A integração de mais instituições de ensino superior portuguesas e espanholas nesta investigação poderá possibilitar a identificação de diferentes motivações ou atitudes comportamentais relativamente àquelas que foram identificadas neste trabalho. Com um número significativo de instituições e com uma razoável cobertura geográfica poder-se-á construir um mapa de percepções Éticas e de Responsabilidade Social, dos alunos portugueses e espanhóis.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem aos alunos que responderam aos inquéritos e cuja colaboração foi indispensável à realização do estudo. São também devidos os agradecimentos à Escola Superior de Ciências Empresariais (ESCE) do Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) e ao seu Departamento de Economia e Gestão, à Universidade de Évora e à Universidade da Extremadura.

BIBLIOGRAFIA:

BUFF, Cheryl L., YONKERS, Virginia (2005), "Using Student Generated Codes of Conduct in the Classroom to reinforce Business Ethics Education", *Journal of Business Ethics*, 61:101-110.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (2001), Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas, Bruxelas, Comissão das Comunidades Europeias.

HOSMER, L. (1985), "The Other 338. Why a Majority of Our Schools of Business Administration do Not Offer a Course in Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 4:17-22.

JONASSEN, D.; L. Rohrer- Murphy (1999), "Activity Theory as a Framework for Designing Constructivist Learning Environments", *Educational Technology, Research and Development*, 47(1), 61-70.

JORGE, Fátima; Silvério, Marta (2004), "Delimitação dos Conceitos de Marketing Social, Responsabilidade Social e Ética Empresarial", Comunicação Apresentada nas XIV Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica, Universidade dos Açores, Fevereiro.

KALLMAN, Ernest A., GRILLO, John P. (1996), Ethical Decision Making and Information Technology, - an Introduction with cases, McGraw-Hill, 2ª Ed.

LOGSDON, Jeanne M.;WOOD, Donna J. (2005), "Global Business Citizenship and Voluntary Codes of Ethical Conduct", *Journal of Business Ethics*, 59:55-67.

MCDONALD, Gael M. (2004), "A Case Example: Integrating Ethics into the Academic Business Curriculum", *Journal of Business Ethics*, 54:371-384.

MCDONALD, G. M., DONLEAVY, G. D. (1995), "Objections to the Teaching of Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 14:839-853.

MOREIRA, José Manuel; REGO, Arménio; SARRICO, Cláudia (2003), *Gestão Ética e Responsabilidade Social das Empresas – um estudo da situação portuguesa*, Principia, Cascais.

SEABRA, Fernando; RODRIGUES, Jorge; TRAYNER, Beverly; SIMÕES, José. (2005) "O ensino e o debate da responsabilidade social das organizações: um caso português". Documento de "Ponencias" da "XIII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección – Ética, Empresa Farmacéutica y Responsabilidad Social". Páginas 187 a 197. Edição: Eben España, Madrid, ESPANHA.