

A Responsabilidade Social Corporativa e o Papel da Contabilidade sob a Ótica Discente

Marco Antonio Figueiredo Milani Filho
Doutor em Ciências Contábeis – FEA/USP
Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie
Rua da Consolação, 930 – Ed. Modesto Carvalhosa – 6º andar – 01302-090 São Paulo – SP
marcomilani@mackenzie.br

Claudia Vasconcellos Silva Habib
Mestre em Administração – PUC/SP
Professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie
Rua da Consolação, 930 – Ed. Modesto Carvalhosa – 6º andar – 01302-090 São Paulo – SP
Claudia.habib@mackenzie.br

Aida Maria Mendes Milani
Mestre em Controladoria e Contabilidade – UPM
Pesquisadora do Núcleo de Estudos do Terceiro Setor/UPM
Rua da Consolação, 930 – Ed. Modesto Carvalhosa – 6º andar – 01302-090 São Paulo – SP
aidamilani@yahoo.com.br

Resumo

Nos últimos anos, o tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) passou a integrar o relatório da administração de diversas empresas, nacionais e internacionais, exigindo a presença, no ambiente corporativo, de profissionais capacitados que preparem, analisem e divulguem as respectivas informações. Assim, supondo que a análise e divulgação das informações econômico-financeiras relacionadas às ações e aos projetos sociais corporativos também estarão sob responsabilidade de profissionais relacionados à área contábil, o objetivo geral deste trabalho foi identificar o grau de conhecimento que os futuros contabilistas, representados pelos alunos do curso de graduação em Contabilidade de uma universidade brasileira possuem sobre RSC e sobre o papel da Contabilidade na RSC. A amostra foi composta por 309 estudantes, distribuídos em todas as etapas do curso. A coleta de dados foi realizada pela aplicação de questionário aos alunos presentes em suas respectivas salas de aula, utilizando-se questões fechadas e abertas. A análise do conteúdo seguiu os procedimentos definidos por Bardin (2007) para a categorização das respostas. Os conceitos apresentados pelos respondentes foram confrontados com o referencial teórico. Dentre os resultados obtidos, destaca-se que, em média, 78% dos respondentes enfatizaram que a RSC vincula-se ao desenvolvimento socioeconômico das comunidades do entorno e à preocupação ambiental. Sobre o papel da Contabilidade na RSC, os alunos concluintes destacaram a divulgação de ações sociais e o suporte de procedimentos vinculados à transparência empresarial, reforçando aspectos relevantes já destacados pela literatura científica. Profissionalmente, 23% dos alunos desejam atuar diretamente com a RSC.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Contabilidade. Estudantes universitários.

Artigo publicado anteriormente nos Anais do II Congreso Transatlántico - Contabilidad, Control, Auditoria y Gestion de Costos em 2010.

Artigo submetido em 15 de junho de 2010 e aceito em 29 de junho de 2010 pelo Editor Marcelo Alvaro da Silva Macedo, após double blind review.

Abstract

In recent years, the topic of Corporate Social Responsibility (CSR) has become part of the annual reports of several national and international companies, requiring the presence, in the corporate environment, of qualified professionals who prepare, analyze and disseminate that kind of information. Thus, assuming that the analysis and dissemination of economic and financial information related to the corporate social actions and projects are also under responsibility of professionals in the accounting department, the general aim of this study was to identify the degree of knowledge that future accountants, represented by students in the undergraduate program in Accounting from a Brazilian university, have on CSR and the role of accounting in the CSR. The sample comprised 309 students, distributed in all stages of the course. Data collection was performed by applying a questionnaire to these students in their classrooms, using closed and open questions. The content analysis followed the procedures established by Bardin (2007) for the categorization of responses. The concepts presented by the respondents were confronted with the theoretical literature. Among the results, it is emphasized that, on average, 78% of respondents have pointed out that CSR is linked to the socioeconomic development of the surrounding communities and environmental issues. On the role of accounting in the CSR, students graduating highlighted the disclosure of social actions and the support of procedures related to corporate transparency, strengthening aspects have been highlighted by the scientific literature. Under the professional perspective, 23% of students would like to work directly with CRS.

Keywords: Corporate Social Responsibility. Accounting. Graduate students.

1 Introdução

Nos últimos anos, a Responsabilidade Social passou a integrar o relatório da administração de diversas empresas, nacionais e internacionais. Apesar da presença constante no discurso corporativo, esse tema ainda não recebe um tratamento uniforme, permitindo que as empresas apenas informem ao mercado que possuem práticas socialmente responsáveis, mas sem a preocupação com a respectiva evidenciação contábil.

O Balanço Social (BS) não é peça obrigatória e, também, não contém todas as informações relativas à Responsabilidade Social, a qual tem características mais abrangentes e de complexa mensuração. No Brasil, os principais modelos de BS adotados, atualmente, seguem as propostas do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e do Instituto Ethos, mas já são comuns a adoção de modelos internacionais como o *Global Reporting Initiative* (GRI), que objetivam capturar informações socioambientais da empresa mais próximas do contexto da Responsabilidade Social.

Milani Filho (2008) destaca que muitas das ações socioambientais realizadas pelas empresas atendem a necessidades competitivas de mercado, favorecendo a agregação de valor às próprias entidades, compatibilizando esse tipo de decisão estratégica com o comportamento racional dos agentes previstos pela teoria econômica. Treinar e oferecer benefícios aos funcionários representa investimentos em capital humano e retenção de talentos. Estreitar o relacionamento com fornecedores pode levar à obtenção de melhores condições de compras. Cumprir obrigações legais, como o pagamento de impostos ou a instalação de filtros para a redução da poluição gerada, evita multas, processos judiciais e outros tipos de penalizações. Promover e divulgar projetos e programas sociais pode fortalecer a imagem institucional da empresa junto aos seus consumidores.

Através da Contabilidade, a divulgação de informações socioambientais começa a ocupar importante espaço nas relações econômicas. Esse fato pode caracterizar o maior envolvimento dos profissionais ligados à Contabilidade com os temas sociais, principalmente aqueles sob responsabilidade empresarial. Os diferentes agentes sociais e econômicos poderão A Responsabilidade Social Corporativa e o Papel da Contabilidade sob a Ótica Discente

encontrar, diante de informações contábeis robustas, elementos relevantes para os respectivos processos decisórios para a alocação de recursos.

Nesse sentido, espera-se que os atuais estudantes universitários estejam envolvidos na discussão sobre o papel e a relevância da Contabilidade na divulgação das práticas e nas consequências econômicas dos investimentos sociais corporativos, uma vez que os contabilistas tendem a ser os futuros profissionais a lidarem com essa temática de maneira objetiva e passem a divulgar informações aos respectivos *stakeholders*. Assim como nos mercados consumidores mais desenvolvidos, o Brasil já começa a contar com grupos de pressão para a adoção de práticas socialmente responsáveis e cabe aos gestores empresariais a formulação de políticas sustentáveis que permitam à organização a agregação de valor no longo prazo com respeito às exigências socioambientais, acompanhadas de métricas que permitam a devida avaliação de desempenho.

Objetivando identificar o grau de conhecimento dos alunos de Ciências Contábeis sobre o papel da contabilidade nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa - RSC, para este trabalho formulou-se a seguinte questão de pesquisa: Qual é o papel da contabilidade na evidência das práticas de responsabilidade social das empresas? Como objetivos específicos, buscou-se conhecer o grau de compreensão conceitual dos estudantes sobre RSC.

Espera-se que, ao explicitar o conhecimento atual de futuros contabilistas, este trabalho exploratório contribua para a uma maior discussão, entre discentes e docentes, sobre a relevância da Contabilidade no oferecimento de informações e no planejamento de ações estratégicas e operacionais relacionadas à Responsabilidade Social Corporativa, a qual se constitui em tema emergente e importante para toda a sociedade.

2 Referencial Teórico

2.1 Responsabilidade Social Corporativa – RSC

A discussão sobre o papel social dos agentes econômicos não é um assunto novo na literatura acadêmica. Nas décadas de 60 e 70, autores como Friedman (1962), por exemplo, defendiam que a função social da empresa seria a geração de lucros, priorizando a autorregulação do mercado e a plena liberdade dos agentes. Diferentemente, autores como McClaughry (1972), Ramanathan (1976), Tipgos (1977), Burton (1977), já destacavam a importância do envolvimento empresarial nas comunidades locais a fim de se beneficiar direta ou indiretamente todos os diferentes *stakeholders*.

A partir da década de 80, com o aumento da influência corporativa em diferentes regiões do planeta no processo de globalização, essa discussão sobre a atuação social das empresas recebeu novos contornos, principalmente pela utilização de recursos locais para a produção de bens e serviços em escala mundial. Wood (1991), Waddock (2001), Fischer (2002), Garriga e Mele (2004), Brown et al (2006), entre outros, abordaram os efeitos provocados pelas relações econômicas sobre as políticas e culturas locais e, principalmente, sobre as interações entre as esferas pública e privada para o atendimento das necessidades sociais.

O interesse empresarial em divulgar o comprometimento social fez com que a quantidade de informações disponibilizadas publicamente aumentasse gradativamente, como demonstrado por Esrock e Leichty (1998), cuja pesquisa apontou que 82% das grandes empresas americanas tratavam, explicitamente, de questões sobre responsabilidade social em seus relatórios anuais.

Apesar da literatura atualmente disponível, com predomínio de autores anglo-saxões, ainda não há uma consolidação conceitual sobre a Responsabilidade Social Corporativa, mas há aspectos genéricos que delineiam o seu significado.

Para o Instituto Ethos (2006), Responsabilidade Social Corporativa (RSC) integra o conjunto de interesses das empresas e de seus *stakeholders*, além de fomentar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades do entorno. Para tanto, os tipos de relacionamento entre as partes envolvidas, formalizados contratualmente ou não, expressarão a complexidade de interesses e expectativas dos diferentes agentes e serão avaliados sob três dimensões da sustentabilidade (*Tripple Bottom Line*): econômica, social e ambiental.

Segundo Milani Filho (2008), “as práticas socialmente responsáveis desenvolvem-se nos relacionamentos estabelecidos com os *stakeholders*, dentro da cadeia de negócios das empresas, de forma a gerar condições favoráveis para a sustentabilidade empresarial”. O acompanhamento das necessidades ambientais e das relações entre os diferentes grupos envolvidos com a empresa estimula o dinamismo e a adaptabilidade dos agentes diante do próprio mercado.

Brown et al (2006) sugerem que as características do conselho de administração, como o tamanho e o grau de concentração acionária, determinam as decisões estratégicas com relação à atuação da empresa em projetos e práticas sociais. Nesse sentido, as decisões sobre quais informações divulgar sobre o envolvimento socioambiental também dependeriam das características de governança das empresas.

Denomina-se *disclosure* social o conjunto de informações divulgado sobre a participação da empresa com a comunidade local, funcionários e meio-ambiente (ANDERSON e FRANKLE, 1980). No Brasil, não existe a obrigatoriedade para a divulgação social, sendo comum que as informações sobre esse envolvimento sejam apresentadas voluntariamente, através de menção no relatório da administração ou, ainda, através de relatórios específicos, como: o *Global Reporting Initiative Sustainability Report*, Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos e o Balanço Social.

A RSC vincula-se, portanto, diretamente à estratégia empresarial e sua evidenciação constitui-se em prática necessária para a comprovação das ações declaradas pelas empresas, geralmente em seus relatórios administrativos.

2.2 Divulgação de informações sobre a RSC

A idéia fundamental que permeia a RSC é a obrigação das empresas em contribuir com a melhoria social (FREDERICK, 1978). A mesma opinião é partilhada por Holme e Watts (2000), que consideram a gestão da responsabilidade social das empresas no sentido de agir de forma responsável com os *stakeholders* e ética para com a sociedade, implicando no fornecimento de informações que legitimam o comportamento de uma organização. Tal situação reforça a própria imagem corporativa. No entanto, como apontado por Schoenberger (2000), a transparência no domínio da RSC é uma questão difícil. De fato, os dados nesta área não podem ser facilmente verificados.

Segundo Esrock e Leichty (1998), os problemas intrínsecos encontrados na tentativa de se conseguir uma comunicação transparente podem ser superados através da identificação e definição adequadas dos objetivos e dos canais de divulgação, bem como a compreensão do contexto da comunicação. Os objetivos deveriam ser definidos em conformidade com as questões emergentes e as partes correspondentes. Na literatura consultada, as informações normalmente abrangidas pela comunicação da RSC são amplas e incluem: a missão, visão e valores, o clima no local de trabalho, diálogo e envolvimento com a comunidade, direitos humanos, o desenvolvimento da economia local, meio ambiente, relações de mercado e ética etc. É dada especial atenção a três tipos específicos de partes interessadas: clientes, colaboradores e acionistas.

As empresas utilizam uma grande variedade de canais de comunicação para a RSC, incluindo relatórios sociais, relatórios temáticos, códigos de conduta, *web sites*, canais internos, prêmios e eventos, marketing de causa temática relacionada, embalagens de produtos, intervenções na imprensa e na televisão. Conforme Tschopp (2005), os relatórios sociais representam um canal a ser destacado.

Dentre os relatórios sociais disponíveis, o Balanço Social é uma importante fonte de informações sobre a relação da empresa com diferentes *stakeholders*. Para Tinoco (2001), Balanço Social constitui-se num instrumento gerencial que evidencia informações sociais e econômicas sobre o desempenho das organizações.

Iudícibus et al (2003) afirmam:

O Balanço Social tem por objetivo demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida. Possui quatro vertentes: o Balanço Ambiental, o Balanço de Recursos Humanos, Demonstração do Valor Adicionado e Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral. (IUDÍCIBUS et al, 2003, p.33)

Dentre os modelos disponíveis de Balanço Social, os mais utilizados no cenário brasileiro baseiam-se nos padrões estabelecidos pelo Instituto Ethos e pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase).

Para Santos (2003), o Balanço Social é elaborado servindo-se de um conjunto de dados contábeis. O referido autor aponta que a Contabilidade assume uma função social muito além da simples prestação de informações aos proprietários e aos credores, tornando-se o principal elo de comunicação entre a empresa e a sociedade.

Para Gray et al (1996), os relatórios sociais constituem-se no principal canal de comunicação das ações sociais e ambientais da empresa para os diversos grupos de interesse da sociedade em geral. Crook (2005), entretanto, destaca uma crítica recorrente de que, em certa medida, as partes não estão satisfeitas com esse tipo de canal já que as empresas são, muitas vezes, acusadas de preparar relatórios subjetivos e não baseados em dados quantificáveis. Para atenuar essa situação, as organizações dependem cada vez mais de normas de avaliação e certificação internacionais independentes para os seus relatórios sociais.

Conforme observa Tschopp (2005), embora os relatórios sobre as ações sociais sejam de divulgação voluntária, alguns países europeus (como França e Espanha) já estudam a formulação de legislação específica sobre o assunto, envolvendo normas de certificação que abordam questões sociais, como a SA8000, a qual trata dos direitos dos trabalhadores, e como a ISO 14000, a qual trata de questões de gestão ambiental.

As normas de auditoria e da participação dos interessados representam outro pilar do sistema de normas de RSC. A norma AA1000 tem se tornado cada vez mais popular como referência nesse aspecto, uma vez que fornece orientações sobre como envolver as partes interessadas de forma eficaz nos processos de gestão de RSC. Essa norma de garantia é de particular importância quando se trata de credibilidade da empresa.

A comunicação social, sem a participação dos verdadeiros interessados (os *stakeholders* da empresa) não conseguem satisfazer as expectativas de transparência e responsabilidade.

Para Milani Filho (2008), relatórios sociais que não são regulados por normas ou que adotem padrões internacionalmente reconhecidos, podem tornar-se apenas uma ferramenta de marketing, que não satisfaçam as necessidades das partes interessadas. A melhor maneira de convencer os interessados de que uma empresa é tão boa quanto o seu discurso seria ter o relatório de auditoria independente atestando a veracidade dos dados divulgados e reduzindo a assimetria informacional entre a organização e os usuários externos dessas informações

2.3 Atuação do contabilista

Profissionalmente, o contabilista pode participar de diversas atividades corporativas, como na elaboração das demonstrações financeiras e nos registros das transações comerciais além de se envolver em questões estratégicas como fusões e aquisições, desenvolvimento e utilização de sistemas de informação para acompanhar o desempenho financeiro e planejamento fiscal, entre outras. Uma vez que os contabilistas dedicam muito tempo com a dinâmica dos negócios, a carreira contábil apresenta novos desafios e estímulos constantes a esses profissionais.

A dinâmica do crescimento dos mercados globais nos últimos anos tem estimulado a procura de novos conhecimentos e habilidades. Cada avanço da tecnologia, sistemas e processos reafirma essa necessidade. Para o devido acompanhamento, os futuros profissionais devem aprender como funciona o mercado global e se adaptar a diferentes formas de pensar e trabalhar. A contabilidade é uma disciplina que está preparada para responder a estes desafios do trabalho de desenvolvimento global. No entanto, estudos como o de Szuster et al (2005) e Ghani et al (2008) sugerem que os estudantes de Ciências Contábeis podem não ter plena ciência do dinamismo e das oportunidades existentes na carreira contábil. Portanto, é relevante que os alunos possam obter uma imagem clara do que um contador realmente faz e que oportunidades de atuação essa carreira pode oferecer.

Recentemente, contabilistas e pesquisadores de todo o mundo têm se deparado com a necessidade de adequação do currículo do curso de graduação em Ciências Contábeis motivados, principalmente, pela padronização contábil internacional norteadas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB). As mudanças no ensino da contabilidade implicam na própria atualização dos educadores diante do ambiente global em mutação.

Além das mudanças normativas, a função social da contabilidade não pode ser deixada em segundo plano. Conforme Hendriksen e Van Breda (1999), corpo teórico contábil reconhece a função social das empresas e as informações pertinentes aos impactos provocados pelas organizações na comunidade também devem ser tratadas com relevância. Assim, diante de constantes e cada vez mais complexas necessidades de atualização do contabilista, o grau de compreensão dos futuros profissionais sobre suas responsabilidades e possibilidades de atuação em diferentes campos, inclusive o social-corporativo, é uma questão que deve ser verificada. Quanto mais atualizada for a formação do contabilista, mais apto estará o futuro profissional a atender as novas demandas da profissão.

3 Método da Pesquisa

O objetivo geral desta pesquisa empírica e qualitativa foi investigar o grau de conhecimento demonstrado por alunos do curso de Ciências Contábeis de uma instituição de ensino superior brasileira sobre o papel da contabilidade nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa, pois é suposto que os futuros contabilistas poderão desempenhar, profissionalmente, atividades relacionadas ao tema.

A amostra foi composta por 309 estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Presbiteriana Mackenzie no período noturno (a população, representada pelos alunos regularmente matriculados, é de 482 alunos). A duração do referido curso é de 4 anos, segmentados em 8 turmas semestrais. Para a coleta de dados, optou-se pela aplicação presencial de questionário aos alunos de todas as turmas (1º ao 8º semestres), utilizando-se questões fechadas e abertas. As turmas foram agrupadas da seguinte maneira:

- 1º ano = reúne os alunos ingressantes das etapas referentes ao 1º e ao 2º semestre;
- 2º ano = reúne os alunos das etapas referentes ao 3º e ao 4º semestre;

- 3º ano = reúne os alunos das etapas referentes ao 5º e ao 6º semestre;
- 4º ano = reúne os alunos concluintes das etapas referentes ao 7º e ao 8º semestre;

Foram feitas questões fechadas relacionadas à identificação do perfil do respondente (idade, gênero, etapa do curso e tipos de vínculo e atuação profissional). Considerando que as respostas por categoria não apresentaram diferenças significativas por gênero e, ainda, a variável idade está diretamente relacionada à etapa do curso, optou-se por não apresentar métricas que segregassem as respostas por gênero e faixa etária na análise de conteúdo.

As questões relacionadas no questionário foram as seguintes:

Questão 1 - O que é Responsabilidade Social Corporativa?

Questão 2 - Qual é o papel da Contabilidade na Responsabilidade Social das empresas?

Questão 3 - Qual é a relevância da RSC no planejamento estratégico empresarial?

Questão 4 - Qual é o seu grau de interesse em atuar profissionalmente em atividades relacionadas à RSC?

Para responder as questões 3 e 4 os estudantes utilizaram a escala Likert. Na Questão 3 a escala variou de 0 (nenhuma importância) a 5 (plena importância) e na Questão 4 variou de 0 (interesse muito baixo) a 5 (interesse muito alto).

Realizou-se a análise de conteúdo das respostas abertas conforme Bardin (1979), permitindo a respectiva categorização para posterior inferência. As respostas foram categorizadas e tabuladas, a fim de se obter a participação de cada categoria em relação às demais, expressas em valores percentuais.

4 Análise de Dados

4.1 Perfil dos respondentes

A seguir, são apresentadas as frequências das respostas obtidas às questões fechadas, para a identificação dos respondentes.



Gráfico 1 – Distribuição por sexo do respondente

O Gráfico 1 aponta para uma distribuição relativamente proporcional entre homens (49%) e mulheres (51%) na amostra.

Com relação à variável idade, a distribuição dos respondentes pode ser observada na Tabela 1. Destaca-se que a idade de 68% dos respondentes é de até 21 anos.

Cerca de 32% dos respondentes atuam como estagiário e 55% atuam como profissionais contratados. Apenas 13% dos alunos respondentes (concentrados nas primeiras etapas do curso) não desenvolvem atividades profissionais regulares. 89% dos alunos da última etapa atuam profissionalmente no ambiente corporativo.

Tabela 1 – Faixa etária

Idade	Participação (%)
Até 18 anos	24%
De 19 a 21 anos	44%
Acima de 22 anos	32%

O Gráfico 2 aponta que 53% das empresas cujos respondentes declaram trabalhar desenvolvem algum tipo de projeto social e 24% não desenvolvem. Aproximadamente 23% dos respondentes afirmaram desconhecer se a empresa desenvolve atividades ou projetos sociais.



Gráfico 2 – Atuação social da empresa

4.2 Análise de conteúdo

A seguir, são apresentados os principais aspectos da análise de conteúdo das questões abertas, relacionadas ao grau de compreensão do respondente sobre a RSC.

4.2.1 Conceituação de Responsabilidade Social Corporativa

Os dados coletados permitiram o estabelecimento de 8 categorias, nas quais as respostas foram agrupadas por semelhança, sobre a Questão 1: O que é Responsabilidade Social Corporativa?

As Categorias 3 e 4 apresentadas na Tabela 2, representando 78% das respostas totais, em média, voltaram-se para alguns dos principais aspectos apontados pela literatura consultada sobre RSC, destacando-se o desenvolvimento socioeconômico das comunidades do entorno e à preocupação ambiental. A categoria 3 concentrou a maioria das respostas de todas as turmas analisadas, com maior ênfase na etapa dos alunos concluintes. A preocupação ambiental, espelhada pela Categoria 4, também foi uma das mais lembradas pelos estudantes.

A Categoria 1, representada pelas transferências diretas à comunidade na forma de doações, teve média geral de respostas de apenas 3%, ressaltando que os estudantes não associam, em sua maioria, práticas de RSC às atividades filantrópicas.

Cerca de 1% dos alunos dos 2º e 3º anos do curso associou a RSC à obtenção de benefícios fiscais, conforme observado nas respostas agrupadas na Categoria 2. Essa resposta demonstra uma certa confusão dos alunos entre o conceito de RSC e possíveis justificativas para a sua prática.

A Categoria 5, relacionando a RSC às ações sociais realizadas por uma empresa a fim de melhorar a imagem perante o público e obter vantagem competitiva, só contém respostas de alunos concluintes (8%), demonstrando que nas últimas etapas o estudante apresenta um grau de maturidade sobre outros aspectos do tema. Esse fato sugere que, durante o curso, uma ou algumas disciplinas favoreceram a reflexão nesse sentido. Essa situação é corroborada

pelas Categorias 7 e 8, nas quais os alunos que não souberam responder a questão ou que apresentaram respostas sem conexão direta com a literatura sobre o tema concentram-se nas etapas iniciais do curso.

Tabela 2 – Conceituação de RSC

Cat	Respostas - Questão 1	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	M. POND
1	Doações (recursos financeiros transferidos pela empresa para grupos, entidades ou projetos da comunidade)	2%	3%	5%	2%	3%
2	Benefícios fiscais	0%	1%	1%	0%	0%
3	É o envolvimento de uma empresa em causas sociais com ajuda dos seus funcionários, trazendo benefícios a todos os envolvidos e para sociedade	39%	46%	35%	52%	43%
4	Preocupação com meio ambiente e ações de uma empresa em relação à qualidade de vida da sociedade	39%	29%	34%	36%	35%
5	São ações sociais realizadas por uma empresa a fim de melhorar imagem perante o público e ganhar vantagem competitiva	0%	0%	0%	8%	3%
6	Qualidade e reconhecimento dos funcionários	0%	1%	4%	0%	1%
7	O aluno não soube responder ou não respondeu a questão	6%	5%	2%	0%	4%
8	Outras a respostas que não se enquadram a nenhuma das características de RSC	15%	15%	18%	1%	11%
Total		100%	100%	100%	100%	

4.2.2 Papel da Contabilidade na RSC

Conforme as respostas dos futuros contadores diante da questão sobre o papel da Contabilidade na RSC, foi possível estabelecer 8 categorias de análise, apresentadas na tabela 3, com os respectivos percentuais de frequência.

Tabela 3 – Papel da Contabilidade na RSC

Cat	Respostas - questão 2	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	M. POND
1	Fiscalizar e gerenciar as atividades sociais	4%	5%	6%	2%	4%
2	Identificar os incentivos fiscais	2%	4%	6%	0%	3%
3	Verificar a disponibilidade de recursos para as ações sociais	19%	14%	6%	0%	11%
4	Realizar a contabilização das ações sociais	3%	9%	9%	2%	6%
5	Verificar as ações que possam fortalecer a reputação da empresa	2%	4%	7%	36%	10%
6	Divulgar as ações sociais através das demonstrações contábeis e auxiliar na transparência	20%	14%	44%	48%	21%
7	O aluno não soube responder ou não respondeu a questão	28%	32%	10%	2%	28%
8	Outras respostas que não se enquadram em nenhuma das características do papel da Contabilidade na RSC	22%	20%	12%	9%	16%
Total		100%	100%	100%	100%	

A Categoria 7, na qual se enquadram os alunos que não souberam responder qual seria o papel da Contabilidade na RSC, apresenta a maior média ponderada no cálculo total, Milani Filho, M. A. F.; Habib, C. V. S.; Milani, A. M. M.

com 28%, entretanto, tal categoria reúne, predominantemente, os alunos das etapas iniciais do curso. Constata-se que, por exemplo, nenhum aluno concluinte se enquadrou nessa categoria. Por outro lado, a Categoria 6, a qual relaciona o papel da Contabilidade à divulgação de ações sociais e ao suporte de procedimentos vinculados à transparência empresarial foi a que mais reuniu respondentes das últimas etapas, reforçando aspectos relevantes já destacados pela literatura científica.

A Categoria 5, associando a Contabilidade às ações que possam fortalecer a reputação da empresa, também concentrou, predominantemente, alunos concluintes.

A Categoria 3, que reúne respondentes que acreditam que a Contabilidade relaciona-se à verificação de disponibilidade de recursos para ações sociais, concentra alunos das etapas iniciais do curso.

Apenas 4% do total das respostas, em média, encontradas na Categoria 1, voltam-se para o papel fiscalizador da Contabilidade sobre os recursos e ações sociais da empresa.

4.2.3 Relevância da RSC no planejamento estratégico

As respostas dos alunos sobre a percepção dos mesmos com relação à relevância da RSC no planejamento estratégico empresarial foram agrupadas e apresentadas a seguir, na Tabela 4.

Tabela 4 – Relevância da RSC

Faixas	Respostas - questão 3	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	M. Pond
1	Relevância muito baixa	0%	0%	0%	0%	0%
2	Relevância baixa	3%	2%	1%	0%	2%
3	Relevância média	25%	22%	10%	6%	17%
4	Relevância alta	49%	54%	56%	56%	53%
5	Relevância muito alta	23%	22%	33%	38%	28%
Total		100%	100%	100%	100%	

Os resultados apontam que, em média, 81% os estudantes consideram que a RSC possui uma relevância alta/muito alta (faixas 4 e 5) no planejamento estratégico das empresas, em coerência com a literatura consultada. Os alunos concluintes atribuíram uma importância mais significativa (94%) do que os alunos ingressantes (72%) nessas mesmas faixas.

4.2.4 Grau de interesse em atuar com a RSC

Considerando a perspectiva profissional, os estudantes responderam sobre o grau de interesse que teriam em atuar diretamente com o preparo, análise e divulgação de informações sobre a RSC. As respostas dos alunos poderiam variar do menor grau de interesse (muito baixo) até o mais elevado (muito alto), conforme observado na Tabela 5.

Tabela 5 – Grau de interesse em atuar com a RSC

Faixas	Respostas - questão 4	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	M. Pond
1	Interesse muito baixo	2%	1%	1%	1%	1%
2	Interesse baixo	5%	12%	9%	5%	8%
3	Interesse médio	71%	69%	68%	65%	68%
4	Interesse alto	18%	15%	19%	23%	19%
5	Interesse muito alto	4%	3%	3%	6%	4%
Total		100%	100%	100%	100%	

A menor frequência de respostas situou-se na faixa dos estudantes que apresentam interesse muito baixo, com 1% na média ponderada. Acrescendo-se a faixa de alunos com interesse baixo (8%), pode-se afirmar que 9%, em média, do total de alunos em todas as etapas não têm intenções de atuar diretamente com a RSC.

A faixa com maior frequência de respostas, em todas as etapas, foi a que demonstrava um nível de interesse médio dos estudantes em atuar profissionalmente com atividades ou informações relacionadas diretamente à RSC, com 68% das respostas, destacando-se os alunos ingressantes (Ano 1), com 71% do interesse manifesto.

A segunda faixa mais frequente agrupou os alunos que afirmaram possuir um nível de interesse alto, com 19% das respostas, em média. Somando-se a faixa que expressa um interesse muito alto, pode-se supor que 23% dos alunos, em média, desejam desenvolver alguma atividade relacionada à RSC.

5. Conclusão

Diante dos desafios enfrentados pelos modernos contabilistas, é de se esperar que o estudo de temas emergentes, como a Responsabilidade Social Corporativa, façam parte das discussões acadêmicas nos cursos de Ciências Contábeis.

Os resultados dessa pesquisa apontaram que os alunos de graduação de uma instituição de ensino superior brasileira (Universidade Presbiteriana Mackenzie) possuem relativo grau de compreensão do que seja a RSC, especialmente os alunos das etapas finais. A evolução percebida do grau de compreensão dos conceitos envolvendo RSC entre a maioria dos estudantes foi constatada, significando que muitos desses futuros contabilistas iniciarão suas carreiras no ambiente empresarial com noções coerentes sobre o tema.

Para a maioria dos estudantes pesquisados, a RSC vincula-se ao desenvolvimento socioeconômico das comunidades do entorno e à preocupação ambiental, conforme a literatura científica preconiza.

Sobre o papel da contabilidade na RSC, os alunos concluintes destacaram a divulgação de ações sociais e o suporte de procedimentos vinculados à transparência empresarial, reforçando aspectos relevantes já destacados pela literatura científica.

O nível de relevância da RSC no planejamento estratégico das empresas também foi considerado, pela maioria dos respondentes (81%), como alto ou muito alto, refletindo a própria pertinência do tema na vida empresarial e no relacionamento das organizações com seus *stakeholders*.

Considerando o grau de interesse dos futuros contabilistas em atuar profissionalmente com atividades relacionadas diretamente à RSC, 23% demonstraram um alto/muito alto interesse, 68% demonstraram um interesse mediano e 9% afirmaram possuir baixo/muito baixo interesse. Assim, esse resultado pode apontar uma tendência favorável para se explorar essa área de atuação profissionalmente e, também, pode estimular o debate de questões sobre a RSC em algumas disciplinas dos cursos de graduação de Ciências Contábeis.

Assim, o grau de conhecimento sobre o tema e a percepção de sua relevância estratégica para as empresas foi incrementada durante o curso, assim como o interesse em trabalhar diretamente com o tema, ainda que em menor proporção.

Sugere-se, para novos estudos, a replicação desta pesquisa em outras instituições de ensino, a fim de fomentar novas discussões e reflexões sobre a pertinência da abordagem de temas relacionados à RSC em diferentes disciplinas da grade curricular.

Referências

ANDERSON, JC; FRANKLE, A.W. Voluntary Social Reporting: An Iso-Beta Portfolio Analysis. **The Accounting Review**, v.55, n.3. pp.467-479, 1980.

BORGER, F. H. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. Tese (Doutorado em Administração), Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, 2001.

Crook, C. The good company: a survey of corporate social responsibility. **The Economist**, January, p. 54, 2005.

ESROCK, S.L. e LEICHTY, G.B. Social responsibility and corporate web pages: self-presentation or agenda-setting? **Public Relations Review**, Cambridge: Elsevier, v.24, n.3, pp.305-319, 1998.

FISCHER, R.M. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e o terceiro setor**. São Paulo: Ed. Gente, 2002.

FISCHER, R.M. et al. **Sustentabilidade sócio-ambiental através de alianças estratégicas intersetoriais**. In V Conferencia Latinoamericana y del Caribe. Lima: ISTR, Universidad Ricardo Palma, pp.1-16, 2005.

FREDERICK, W.C. From CSR1 to CSR2: the maturing of business-and-society thought. **Business and Society**, Vol. 33 No. 2, pp. 150-64, 1978.

GHANI, E.K et al. The 21st Century Accounting Career from the Perspective of the Malaysian University Students. **Asian Social Science**, vol. 4, n. 8, pp. 73-83, 2008.

GRAY, R. et al. **Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting**, Prentice-Hall, London, 1996.

GRAYSON, D. **Compromisso social e gestão empresarial**. São Paulo : Publifolha, 2002.

HENDRIKSEN, E.S. e VAN BREDA, M. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HOLME, L. & WATTS, P. **Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense**, World Business Council for Business Development, Geneva, 2000.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade social empresarial nos processos gerenciais e nas cadeias de valor**. São Paulo: Ethos, 2006.

IRES - INSTITUTO ADVB DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL. **IX Pesquisa nacional sobre responsabilidade social nas empresas em 2008**. Disponível em [http://www.institutoadvb.org.br/ires/upload/arquivo/ResultadoQuest_ADVB.pdf]. Acessado em 20/01/10.

IUDÍCIBUS, S. et al. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Duarte. **Responsabilidade Social: Uma nova contribuição à gestão transformadora das organizações**. São Paulo: Vozes, 2005.

KROETZ, C. **Balanco Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MILANI FILHO, M.A.F. Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: entre o discurso e a evidenciação. **Revista Contabilidade & Finanças**, n.47, pp. 89-101, 2008.

RAMANATHAN, K. Toward a Theory of Corporate Social Accounting. **The Accounting Review**, v.51, n.3. pp.516-528, 1976.

SANTOS, A. **Demonstração contábil do valor adicionado-DVA**: Um instrumento para medição da geração e distribuição de riqueza das empresas. Tese de livre-docência FEA/USP, São Paulo, 1999.

SCHOENBERGER, K. **Levi's Children**: Coming to Terms with Human Rights in the Global Marketplace, Grove Press, New York, NY, 2000.

SZÜSTER, N. et al. Contabilidade: atuais desafios e alternativas para o seu melhor desempenho. **Revista Contabilidade & Finanças**, n.38, pp. 20-30, 2005.

TIPGOS, M.A. Toward a theory of corporate social accounting: a comment. **The Accounting Review**, vol.52, n.4. pp.977-983, 1977.

TINOCO, J. **Balanco Social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

TSCHOPP, D.J. Corporate social responsibility: a comparison between the United States and the European Union. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, Vol. 12, pp. 55-9, 2005.

WOOD, D.J. Corporate social performance revisited. **Academy of Management Review**, v.16, n.4, pp.691-718. mpetitor analysis. Academy of Management, 1991.