



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LUCAS FERREIRA TORRES

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: Uma investigação sobre a percepção da importância do tema sob a ótica dos alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco

Recife

2024

LUCAS FERREIRA TORRES

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: Uma investigação sobre a percepção da importância do tema sob a ótica dos alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof.(a). Dra. Ilka Gislayne de Melo Souza

Recife

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Torres, Lucas Ferreira.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: Uma investigação sobre a percepção da importância do tema sob a ótica dos alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco / Lucas Ferreira Torres. - Recife, 2024.

39 p. : il., tab.

Orientador(a): Ilka Gislayne de Melo Souza

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis - Bacharelado, 2024.

Inclui referências, apêndices.

1. Contabilidade. 2. Responsabilidade Social. 3. Sustentabilidade. I. Souza, Ilka Gislayne de Melo. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

FOLHA DE APROVAÇÃO

LUCAS FERREIRA TORRES

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: A relevância do tema sob a ótica dos alunos de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em 11 de março de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof.(a). Dra. Ilka Gislayne de Melo Souza
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.(a). Dra. Christianne Calado Vieira de Melo Lopes
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Me Célio Bezerra de Sá
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por permitir superar os desafios e ingressar na universidade, por ter me acompanhado ao longo do trajeto me prestigiando com sabedoria e dedicação.

A minha amada esposa Eduarda que acredita sempre que posso superar os desafios que Deus coloca em meu caminho.

Aos meus filhos que me motivam a ser um bom pai, sempre buscando ser uma boa influência.

A minha família que esteve ao meu lado investindo seu tempo e seu amor para formar um homem que deseja o melhor para o mundo.

Aos professores do Curso de Ciências Contábeis, pelos grandes ensinamentos acadêmicos, profissionais, e também como de vida.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que eu chegasse até aqui, meu sincero sentimento de gratidão.

RESUMO

Acompanhando as mudanças da sociedade, a Responsabilidade Social Empresarial diz respeito ao conjunto de ações, esforços, diretrizes internas e mudanças realizadas pelas organizações de forma a promover o crescimento e bem-estar da sociedade como um todo, transmitindo o desejo de causar um impacto positivo no mundo, além do seu papel de crescer economicamente. Inserido nesse contexto está o papel do contador, e como suas ações dentro e fora das empresas podem estar em conjunto com o propósito do tema abordado. Nesse contexto, o objetivo do presente trabalho foi entender a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema e aos seus vetores. Para alcançar este objetivo foi elaborado um questionário sobre o nível de conhecimento, a fonte da informação e sobre como o aluno julga a importância das práticas que compõem os pilares de uma empresa socialmente responsável e o profissional contabilista. Os resultados baseados na pesquisa com abordagem quantitativa que indicaram que 42,9% dos alunos afirmaram não ter nenhum conhecimento sobre o assunto. Contudo na utilização da abordagem qualitativa observou-se que os alunos quando são questionados sobre a percepção de importância dos vetores ligadas ao tema como bem estar dos funcionários, ambiente de trabalho, capacitação profissional, práticas sustentáveis, preservação do meio ambiente, comunicação transparente, ética e legalidade, apoio a comunidade, os estudantes afirmaram que é importante que as empresas e o contador estejam voltados a ações com essa filosofia. Assim mesmo sem o conhecimento profundo sobre a Responsabilidade Social Empresarial sob a percepção dos estudantes os seus vetores devem ter a devida atenção.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Ciências Contábeis, Percepção.

ABSTRACT

Following changes in society, Corporate Social Responsibility concerns the set of actions, efforts, internal guidelines and changes carried out by organizations in order to promote the growth and well-being of society as a whole, transmitting the desire to make a positive impact in the world, in addition to its role in growing economically. Inserted in this context is the role of the accountant, and how their actions inside and outside companies can be in conjunction with the purpose of the topic addressed. In this context, the objective of this work was to understand the perception of students on the Accounting Sciences course at the Federal University of Pernambuco about the relative importance that companies and accountants should give to the topic and its vectors. To achieve this objective, a questionnaire was prepared on the level of knowledge, the source of information and how the student judges the importance of the practices that make up the pillars of a socially responsible company and the accounting professional. The results based on research with a quantitative approach indicated that 42.9% of students said they did not have any knowledge on the subject. However, when using the qualitative approach, it was observed that when students were asked about the perception of the importance of vectors linked to the theme, such as employee well-being, work environment, professional training, sustainable practices, preservation of the environment, transparent communication, ethics and legality, support for the community, the students stated that it is important that companies and accountants are focused on actions with this philosophy. Even without in-depth knowledge about Corporate Social Responsibility from the students' perspective, its vectors must receive due attention.

Keywords: Social Responsibility, Sustainability, Accounting, Perception.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição de turmas pesquisadas.....	25
Tabela 2 – Perfil	27
Tabela 3 – Bem-estar dos funcionários e ambiente de trabalho.....	30
Tabela 4 – Práticas sustentáveis e preservação.....	30
Tabela 5 – Comunicação transparente, sinergia com parceiros e apoio a comunidade.....	31

LISTA DE GRÁFICOS/FIGURAS

Figura 1 – Divisões da responsabilidade social por Carroll.....	17
Figura 2 – Vetores da Responsabilidade Social.....	19
Gráfico 1 – Nível de conhecimento.....	28
Gráfico 2 – Fonte de conhecimento.....	29
Gráfico 3 – O contador.....	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B3	Bolsa do Brasil
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
SER	Responsabilidade Social Empresarial
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1. PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.2. JUSTIFICATIVA	11
1.3. OBJETIVOS.....	13
1.3.1. Objetivo geral	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL	14
2.1.1. Abordagem histórica	14
2.1.2. Responsabilidade social empresarial no Brasil.....	16
2.2. DISTINÇÃO DA FILANTROPIA.....	17
2.3. ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO	17
2.4. O PAPEL DO PROFISSIONAL CONTABILISTA	18
2.5. ESTUDOS ANTERIORES.....	19
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	20
3.1. TIPO DE PESQUISA	20
3.2. DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	20
3.3. MÉTODO DE PESQUISA E TRATAMENTO DE DADOS	21
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	23
4.1. PERFIL DOS PESQUISADOS.....	23
4.2. CONHECIMENTO SOBRE RSE	24
4.3. A IMPORTÂNCIA DOS VETORES	25
4.3.1. Vetores bem-estar dos funcionários e ambiente de trabalho	26
4.3.2. Vetor ambiental.....	26
4.3.3. Vetores comunicação transparente, sinergia com parceiros e apoio a comunidade	27
4.3.4. O contador e a importância do conhecimento	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS.....	31
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO	33

1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) baseia-se na premissa que as empresas possuem responsabilidade direta em alguns dos problemas que assolam a sociedade, e por isso há o dever de contribuir para que haja um desenvolvimento equilibrado. Partindo desse princípio, as ações realizadas através de técnicas e recursos visando o lucro, também podem colaborar para mitigar os problemas sociais (Tomei, 1984).

A organização empresarial e a sua relação com a sociedade são baseadas em um contrato social que muda conforme as prerrogativas sociais. Assim ocorreu durante a Revolução Industrial, onde a conquista de direitos trabalhistas de certa forma forçou a revisão das jornadas de trabalho e as condições insalubres associadas ao modo de produção. É também devido a um olhar mais crítico que podemos hoje perceber o quanto é explorado do meio ambiente, modificado e reintroduzido na sociedade com o objetivo essencialmente capitalista. Por isso é perceptível que a partir do reconhecimento das necessidades é que se dá a postura que será tomada pelas empresas e a sua busca pelo equilíbrio.

Para a empresa, utilizar a os pilares da RSE em seu modo produção econômico além de uma postura responsável pode agregar valor à marca, devido a diferenciação de mercado podendo se beneficiar desse fator para precificar seus produtos com valores acima do mercado, assim cobrindo os próprios custos relacionados a essa distinção (Porter, 1989).

Essa necessidade evidente de olhar para as consequências ao meio ambiente e a sociedade pode estar atrelada à função do profissional contabilista que orienta o direcionamento das empresas para o sucesso do crescimento do seu patrimônio. Assim o novo mundo dos negócios, globalizado e competitivo, que a todo momento cobra mais conhecimento dos seus recursos humanos chave, requer um profissional agregue valor, que vá além dos números, com consciência crítica e sensibilidade ética (Martins et al, 2015).

Para Ribeiro (2013), as Instituições de Ensino Superior (IES) devem ser vistas como:

[...] um bem público –, seja no campo das instituições públicas, seja no das instituições privadas, não pode perder de vista seu objetivo primeiro: destacar-se pela geração do conhecimento, pela qualidade de seus serviços e, como consequência, pelo desenvolvimento humano, em suas múltiplas dimensões, aqui especificadas: social, cultural, de sustentabilidade e econômica.

Portanto, a formação de novos profissionais com o conhecimento para seguir o plano de ação e diretrizes que a RSE se baseia pode começar dentro da universidade, a partir do momento que o tema é abordado por meio de conteúdo das disciplinas, discussões em sala de aula ou trabalhos propostos.

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

A formação do profissional contabilista na educação superior no Brasil é focada no patrimônio das empresas e suas obrigações fiscais, mas além de números, o contador é o profissional que entende como a empresa funciona, e como a entrada e saída de recursos afeta a estrutura e como ações que tem como base além dos números também tem a capacidade de alavancar ou reduzir o capital da empresa.

Nesse momento ele deixa de ser um recurso limitado a dados para ser um consultor dentro do negócio. Essa ampliação da função do profissional contabilista deve ter um preparo teórico e prático que deve começar ainda durante o seu curso de formação dentro da universidade. Nesse contexto, o objetivo do presente trabalho foi **investigar a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco e a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema e aos seus vetores.**

1.2. JUSTIFICATIVA

Ao longo do desenvolvimento do capitalismo no século XX, com seu *modus operandi* consumista desenfreado, a própria sociedade começou a enxergar a exploração dos recursos e o enriquecimento exacerbado das empresas sejam de nível pequeno, médio, grande ou multinacionais em troca de consequências sociais e ambientais cada vez mais complicadas de lidar. Essa nova perspectiva gerou um alerta a sociedade que pede por mudanças na postura das organizações. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses de seus *stakeholders* que são

caracterizados por Freeman (2005), como o indivíduo ou grupo que é afetado diretamente pelos objetivos almejados pelas organizações e que tem o comprometimento em conseguir incorporá-los ao seu plano estratégico em curto e médio prazo, buscando atender aos interesses não só econômicos, mas também sociais.

Para Kotler (2000) quanto a diferenciação da imagem e a identidade são conceitos distintos, a identidade está atrelada a maneira como a empresa busca se posicionar a si mesma ou aos seus produtos, enquanto a imagem está embasada em como o público vê a organização. Por isso, a busca por diferenciar-se do mercado é uma escolha que pode apresentar vantagens e desvantagens. Uma delas é a imitação por parte dos concorrentes, porém de certa forma em contexto geral de bem-estar do ciclo produtivo e o equilíbrio social e natural, um efeito em cadeia onde várias empresas se espelham em outras agindo de acordo com os interesses positivos da sociedade.

Atualmente no Brasil existe a busca por empresas direcionadas ao equilíbrio entre crescimento financeiro e desenvolvimento sustentável, essa tentativa está gerando um foco em organizações consideradas responsáveis socialmente. Nesse momento entra o profissional contabilista, conforme Hendriksen e Van Breda (1999) que a partir das complexas necessidades de atualização da compreensão de suas responsabilidades e possibilidades de atuação em campos sociais e corporativos. Formação essa que pode direcionar melhor a trajetória das decisões que de certa forma podem ir além dos números resumidos em demonstrativos contábeis, mas que agreguem valor à empresa e retorne na forma mais visível para o consumidor devido a atitudes responsáveis.

Essas decisões pautadas na Responsabilidade Social por empresas que vão além da questão fiscal, onde os impostos e tributos são repassados ao estado de acordo com a legislação vigente. Segundo Garcia (1999), o consumidor deseja adquirir produtos e serviços de empresas que sejam voltadas a minimizar efeitos da poluição, que não façam propaganda enganosa e que busquem melhorar a qualidade de vida do seu entorno. Nesse contexto, essa pode ser a diferença de vender ou não vender, sobreviver ou não, e a empresa que não enxergar pode ser arriscando a sua sobrevivência.

Considerando as mudanças na sociedade e a postura das empresas na busca de profissionais habilitados e experientes sobre o tema para compor seu quadro de

funcionários ou por meio de prestação de serviços é importante entender se tais conhecimentos já são adquiridos ainda na formação acadêmica.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo geral

Entender a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema e aos seus vetores.

1.3.2. Objetivos específicos

Investigar o nível de conhecimento do tema dos estudantes.

Investigar a fonte de conhecimento do tema caso houver.

Investigar a percepção dos estudantes sobre a importância que as empresas e o contador devem dar aos vetores que compõem a RSE.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL

2.1.1. Abordagem histórica

Os questionamentos sobre o real papel das empresas na sociedade começaram a surgir ainda no século XX por volta da década de 30, mas a ideia começou a ser definida por Bowen (1957) em sua obra *Responsibilities of the Businessman*, sendo precursor da teoria sobre Responsabilidade Social, ele buscou defender que os negócios como centros vitais de poder e decisão possuem a responsabilidade de compreender melhor o impacto de suas ações.

A partir de 1960 com o trabalho de Davis (1967), as discussões em torno do tema responsabilidade social começam a se expandir. Nesse momento a visão da responsabilidade da empresa além de maximizar os lucros se tornam necessárias. A sociedade precisa que a postura da empresa seja consciente, com a utilização dos recursos para fins mais amplos.

A delimitação mais profunda foi explicitada por Carroll (1979, p.282 apud Bertonecello, Chang Junior, 2007) em quatro dimensões da RSE, sendo elas econômica (produção de bens e obtenção de lucro para manter o sistema capitalista funcionando), ética (atividades que estejam além definidas por lei), legal (cumprimento do ordenamento jurídico, padrões de segurança e regulamentações ambientais) e discricionária (medidas filantrópicas de forma a buscar o desenvolvimento social onde está inserida). Essa distinção buscou melhor exemplificar as formas no qual as empresas direcionam ações de desenvolvimento.



Fonte: adaptado pelo autor.

Ao longo da década de 70 a responsabilidade social das empresas começou a fazer parte do debate público dos males que assolam a sociedade como miséria, desemprego, desigualdade, poluição, entre outros. A partir disso ocorreu uma nova dinâmica no contrato social das empresas e da sociedade, assim gerando a participação de organizações voltadas a aspectos ambientais, segurança do trabalho e a regulamentação governamental (Bertoncello, Chang Junior, 2007).

Sobre os negócios podemos entender que estão sendo chamados para assumir amplas responsabilidades na sociedade em um nível que nunca ocorreu antes, através da qualidade de vida acima da quantidade de produtos ou serviços que possam ofertar. Assim o futuro das empresas dependerá da resposta às mudanças dos consumidores (Carroll, p. 282 apud Bertoncello, Chang Junior, 2007).

Segundo Montana e Charnov (1999) a empresa pode ter uma postura socialmente responsável em três modelos: (1) Na obrigação social, onde o objetivo primordial da empresa é o êxito econômico, em que deveria cumprir meramente suas responsabilidades sociais mínimas impostas por lei. O modelo (2) destacando se volta à responsabilidade social, que supõe não ser somente as metas econômicas que as empresas deveriam destinar aos recursos. No último modelo (3), a sensibilidade social, onde a empresa que também precisa ter uma postura antecipada aos problemas sociais que podem ocorrer no futuro e agir o quanto antes para mitigar as possíveis consequências.

Para Melo Neto e Froes (1999, p.87 apud Bertoncello, Chang Junior, 2007) a Responsabilidade Social Corporativa pode ser entendida como o comprometimento de assumir um comportamento ético e voltado para a contribuição de um desenvolvimento econômico onde simultaneamente melhora a qualidade de vida dos seus trabalhadores, da comunidade e da sociedade.

A responsabilidade social das empresas pode ser expressa através de posturas e ações que afetam positivamente seu entorno, agindo proativamente nos seus papéis com a sociedade e sua prestação de contas com ela. Assim, assumindo obrigações morais além das estabelecidas em lei, que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos (Ashley, 2002, p.98, apud Bertoncello, Chang Junior, 2007, p.73).

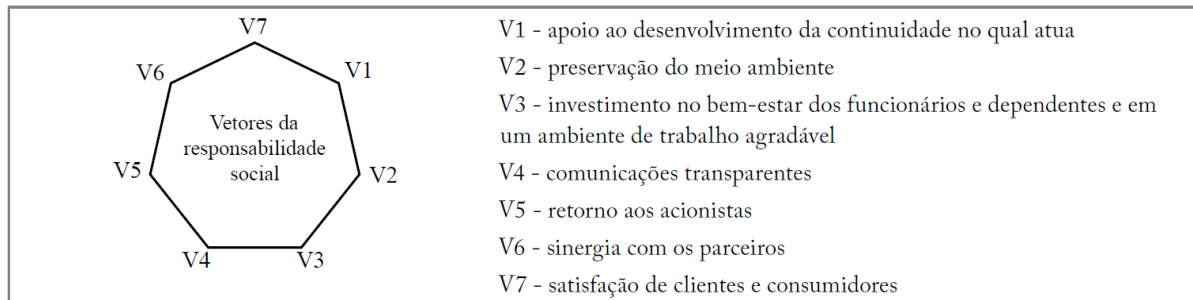


Figura 2: Vetores da Responsabilidade Social.

A figura 2 apresenta a responsabilidade social a partir de sete vetores propostos por Ashley (2002, p.18) que direcionam o processo de gestão para o fortalecimento da dimensão social da empresa, a criação de uma imagem positiva perante os acionistas e os consumidores de produtos ou serviços.

2.1.2. Responsabilidade social empresarial no Brasil

No Brasil o tema está atrelado a transição de valores que o país está submetido, onde antes uma sociedade industrial com conotação econômica, para uma sociedade pós-industrial, onde a RSE valoriza aspectos que promovem uma melhor qualidade vida. Em 1998 uma mobilização de empresários e executivos surge no Brasil, o Instituto Ethos, cuja missão é auxiliar empresas parceiras a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. A iniciativa conta com mais de 1400 empreendimentos comprometidos com os indicadores do grupo que buscam desenvolver ferramentas de planejamento e diagnóstico com foco nos direitos humanos, meio ambiente, integridade e gestão. (Instituto Ethos, 2021).

Em 2005 a B3 (Bolsa do Brasil) cria uma carteira de ativos das empresas que se comprometessem com práticas de RSE o ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), motivados por seus stakeholders, termo utilizado para definir as partes interessadas no negócio como acionistas, fornecedores, empresas parceiras. Partes essas motivadas por um ambiente de investimento compatível com o desenvolvimento sustentável na sociedade contemporânea (B3, 2021).

2.2. DISTINÇÃO DA FILANTROPIA

Como elucidou Santos (2004), a filantropia trata por meio de ações de benevolência da empresa participar de campanhas isoladas ou doações aleatórias para instituições sociais, o conceito de responsabilidade possui uma amplitude maior. Ao exercer a RSE, a empresa coloca seus produtos, serviços e recursos a serviço da comunidade, tornando-se corresponsável, juntamente com o poder público, por seu desenvolvimento.

A distinção se inicia a partir da divulgação, porque na filantropia, a empresa não se preocupa em associar a imagem da empresa com a ação social. Em contraste na responsabilidade social existe a procura por ser transparente quanto às ações realizadas motivadas por estratégia empresarial e multiplicar as iniciativas sociais. De acordo com Grajew (2001), a responsabilidade social é uma evolução da filantropia, sendo uma relação socialmente além do comprometimento com a comunidade, mas também com relações que abrangem funcionários, acionistas, clientes, fornecedores, concorrentes, meio ambiente e órgãos públicos.

2.3. ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO

De acordo com McWilliams e Siegel (2002), a RSE quando aplicada ao cotidiano da empresa e o fornecimento de produtos e serviços age como fator de diferenciação, pode ser usada para criar demandas e agregar valor à marca, assim podem cobrar do consumidor um preço mais alto. Alguns consumidores valorizam os produtos que são produzidos de forma responsável, ou que o fabricante tenha algo a mais para entregar que simplesmente o objeto.

Para a estratégia de diferenciação, é necessário que algumas considerações sejam seguidas, a formulação da estratégia de negócio alinhada com investimentos em pesquisa e desenvolvimento, a integração com a área de marketing, e principalmente a concordância dos acionistas quando a empresa assume novas despesas na forma de responsabilidade social (Ghemawat, 2000).

Sobre a estratégia de diferenciação temos o entendimento que envolve alguns riscos. O primeiro deles é que as mesmas ações sejam copiadas pela concorrência e a autenticidade seja perdida e o segundo existe quando a empresa não conseguir dar visibilidade para o mercado o valor diferenciado que seus produtos ou serviços possuem

através do desenvolvimento de suas atividades, portanto, o custo das ações socialmente responsáveis é maior que a lealdade do consumidor em relação a empresa (Bertoncello, Chang Junior, 2007).

Para Ashley (2005), a crescente atenção está sendo direcionada para processo de mudança na qual as empresas devem passar se quiserem sobreviver às exigências do mercado consumidor, que buscam cada vez mais organizações que tenham uma postura socialmente responsável. Com a imagem reforçada a empresa torna-se mais conhecida e conseqüentemente vende-se mais, clientes tornam-se orgulhosos em comprar seus produtos, fornecedores sentem-se motivados a trabalhar como parceiros de empresas que exercem esse tipo de papel.

2.4. O PAPEL DO PROFISSIONAL CONTABILISTA

O curso de Ciências Contábeis ensinado nas IES tem como base curricular a Resolução CNE/CES nº 10/2004 proposto pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), onde é explicitado no Art. 3º inciso I, que a graduação que tem como objetivo a formação de profissionais contabilistas busque capacitá-los para a compreensão de questões de cunho social abrangendo o território nacional e o exterior. Diante disso, é evidente a formação de contadores com a consciência profissional atenta a atitudes relacionadas à responsabilidade social para atuar dentro das empresas, direcionando a tomada de decisões.

Como argumentado por Lizote (2014), os contadores e gestores têm uma necessidade com o conhecimento em responsabilidade social, e as IES devem oferecer os meios acadêmicos para o ensino teórico e prático de qualidade do tema Responsabilidade Social Empresarial. Onde o desenvolvimento dessas habilidades e competências irá servir base para os contextos econômicos, sociais e ambientais que estão envoltas.

Ao observarmos a contabilidade ao longo da história, podemos perceber que ela acompanha a evolução da sociedade, e considerando o contexto atual das empresas, é visível a necessidade de práticas socialmente responsáveis. Assim o profissional contador precisa estar adequado a essa nova realidade para desenvolver suas funções (Vanzo, Souza, 2008).

2.5. ESTUDOS ANTERIORES

Garay (2006), realizou um estudo buscando conhecer a percepção dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul sobre a importância que dão ao posicionamento socialmente responsável no momento da escolha da empresa que gostariam de trabalhar ou estagiar. O objetivo foi verificar se a RSE era um fator determinante na atração de jovens talentos. Os resultados mostraram que os alunos têm uma importância média, e o que o tema foi considerado um fator mais importante para a retenção de talentos do que para a atração de novos colaboradores.

Braga et al (2008) teve como foco a percepção da RSE pelos alunos do curso de Ciências Contábeis de uma IES do estado da Bahia. Onde os resultados mostraram que os estudantes de maneira geral tiveram uma percepção que o tema está relacionado com uma postura de conciliação de metas de crescimento econômico com o equilíbrio social e ambiental, e também de considerar uma estratégia de marketing e legitimação social.

Um estudo realizado por Leal, Medeiros e Borges (2008), que foi submetido a estudantes de Ciências Contábeis da cidade de Uberlândia em Minas Gerais. As conclusões indicaram contradições e ambiguidades da perspectiva dos alunos sobre a compreensão do que é Responsabilidade Social Empresarial e a sua influência no seu comportamento, os autores alertam para necessidade de inclusão do tema em sua grade curricular.

O trabalho realizado por Imlau (2015) também buscou conhecer e analisar a percepção dos alunos de Ciências Contábeis sobre o tema, os resultados da pesquisa indicaram que mais de 80% dos estudantes afirmaram nunca ter tido contato com o assunto, e por consequência, apresentaram pouco conhecimento para descrever as características de empresas socialmente responsáveis. Considerando assim a evidente necessidade de melhor abordagem da RSE nos cursos da IES, pois 92% concordaram que o contabilista deve conhecer sobre o assunto.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. TIPO DE PESQUISA

Neste tópico será apresentado os aspectos metodológicos utilizados na elaboração do presente trabalho, e os procedimentos para a realização do questionário com o objetivo de investigar a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco e a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema e aos seus vetores.

A abordagem da pesquisa utilizará aspectos quantitativos baseados em números e gráficos para chegar a resultados como também será qualitativa para compreender a percepção dos discentes. Para Deslauriers (1991) ao mesmo tempo que o cientista é o sujeito, também é o objeto de suas pesquisas, pois o desenvolvimento é imprevisível e o conhecimento é parcial e limitado. O objetivo da amostra é a produção de informações ilustrativas e aprofundadas, independentemente do tamanho, o que irá importar é que ela seja capaz de produzir novas informações.

Utilizou-se a pesquisa de campo (survey) e para a bibliografia foram utilizadas as plataformas do Google e Google Acadêmico, com a utilização de palavras-chaves: Responsabilidade Social, Responsabilidade Social Empresarial, Contabilidade Social. Por meio da busca foram selecionados artigos, monografias, revistas eletrônicas, livros, dicionários e sites para o desenvolvimento da fundamentação teórica deste trabalho e estudos realizados anteriormente.

Conforme descrito por Gil (2008) para realizar um levantamento são necessários a definição de um objetivo geral na qual será possível entender a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema. Em seguida, a análise de resultados será direcionada aos objetivos específicos que são voltados ao entendimento do tema dividido por seus vetores.

3.2. DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

O presente trabalho foi submetido estejam cursando entre o 1º e o 8º período do Curso de Ciências Contábeis na Universidade Federal de Pernambuco, não houve restrição quanto a qualquer disciplina cursada, turno ou período, com o objetivo de obter

amostras da pesquisa de forma variada. A tabela abaixo representa o turno, período, disciplina e quantidade de alunos em cada grupo.

Tabela 1 – Distribuição de turmas pesquisadas.

Tarde		Noite	
1º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Economia I	12	Contabilidade Introdutória	10
Fundamentos da Sociologia	9	Métodos Quantitativos I	15
2º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Contabilidade Geral	61	Contabilidade Geral	30
Introdução a Administração	39	Métodos Quantitativos II	43
3º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Contabilidade Intermediária	29	Contabilidade Intermediária	27
Ética e Normas da Profissão	4	Contabilometria	39
4º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Contabilidade Societária I	32	Contabilidade Societária I	40
Direito Tributário	14	Direito Tributário	25
5º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Análise das Demonstrações	22	Contabilidade Societária II	88
Contabilidade Societária II	32	Custos	75
6º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Contabilidade Tributária	47	Contabilidade Tributária	95
Controladoria	21	Controladoria	27
7º Período			
Disciplina	Qtd. Alunos	Disciplina	Qtd. Alunos
Perícia Contábil	20	Perícia Contábil	48
Sistemas de Informações	20	Sistemas de Informações	64

Fonte: Elaborada pelo autor.

O questionário disponibilizado nos grupos das disciplinas foi exposto a 362 participantes do turno da tarde e 626 do turno da noite, podendo haver sobreposição de participação onde um mesmo aluno pode estar em diversos grupos independentemente do turno ou período. A seleção das disciplinas foi feita buscando as que possuísem mais integrantes por turno. O 8º período não contém turmas de disciplinas, sendo reservado para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, porém alunos que estejam vinculados a este podem estar cursando disciplinas anteriores.

3.3. MÉTODO DE PESQUISA E TRATAMENTO DE DADOS

A pesquisa foi realizada por meio da plataforma *Google Forms*, submetida aos alunos da graduação enviados através de grupos de *WhatsApp* das disciplinas da grade

curricular do curso. Acerca do tratamento dos dados utilizou-se estatística descritiva por meio da distribuição de frequências onde cada pergunta é um arranjo de valores que foram a amostra, cada resposta é contada com uma ocorrência.

Foram obtidas 63 respostas do questionário proposto que se baseia no trabalho já realizado por Braga et al. (2008) com alterações de forma a questionar também os vetores ligados à RSE, pois de acordo com resultados dos trabalhos anteriores, uma grande proporção dos discentes afirmaram não conhecer sobre o tema. Portanto, mesmo sem ter ciência sobre o assunto é possível entender-se sob a percepção estudantil, qual a importância das ações que representam atitudes de empresas socialmente responsáveis.

Na primeira subdivisão, as perguntas são direcionadas a traçar o perfil dos alunos, com perguntas sobre sexo, idade, período que está cursando e vínculo empregatício.

Na segunda subdivisão as perguntas são direcionadas a entender se o tema Responsabilidade Social Empresarial é de conhecimento dos estudantes, em que nível de profundidade, se foi abordado ao longo do curso, de que forma, ou se o conhecimento é prévio ao ingresso na UFPE.

Na terceira subdivisão são apresentadas perguntas a entender sob ótica dos estudantes, qual a importância que as empresas e o contador devem dar a alguns dos vetores que compõem a Responsabilidade Social Empresarial.

Os dados da pesquisa coletados através dos questionários online, foram posteriormente tratados e expostos em gráficos e tabelas geradas no *Microsoft Excel*.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1. PERFIL DOS PESQUISADOS

Este bloco buscou traçar o perfil dos alunos que responderam à pesquisa, através de perguntas sobre sexo, faixa etária, período que está cursando e seu vínculo empregatício onde analisaremos a seguir:

Tabela 2 – Perfil

	18 - 20 Anos		21 - 25 Anos		26 - 30 Anos		Mais de 30 Anos	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Feminino	9	14%	14	22%	2	3%	4	6%
Masculino	7	11%	16	25%	7	11%	4	6%

	1º ou 2º		3º ou 4º		5º ou 6º		7º ou 8º	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Feminino	2	3%	10	16%	6	10%	11	17%
Masculino	5	8%	8	13%	9	14%	12	19%

	Não		Sou CLT		Sou Concursado		Sou estagiário	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Feminino	10	16%	8	13%	2	3%	9	14%
Masculino	14	22%	11	17%	2	3%	7	11%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Através dos resultados obtidos, dentre as respostas da pesquisa 53,97% foram do sexo masculino, e 46,03% do sexo feminino, o que corresponde a 34 e 29 participantes respectivamente.

A faixa etária foi dividida em quatro blocos, onde os maiores representantes foram alunos entre 21 e 25 anos com 47,62%, em segundo lugar, aqueles entre 18 e 20 anos com 25,40%, em terceiro os alunos entre 26 e 30 anos com 14,29% e por último aqueles com mais de 30 anos representando 12,70% das respostas coletadas.

Dentre os respondentes sobre o período que está cursando, as respostas obtidas foram maiores por alunos que já passaram pelo primeiro ano do curso. Onde os maiores representantes foram aqueles que estão no 7º ou 8º período com 36,51% das respostas, em segundo lugar aqueles que estão cursando o 3º ou 4º período com 28,57% das respostas, em terceiro os alunos do 5º ou 6º período com 23,81%, e por último aqueles que estão no 1º ou 2º período com 11,11% das respostas.

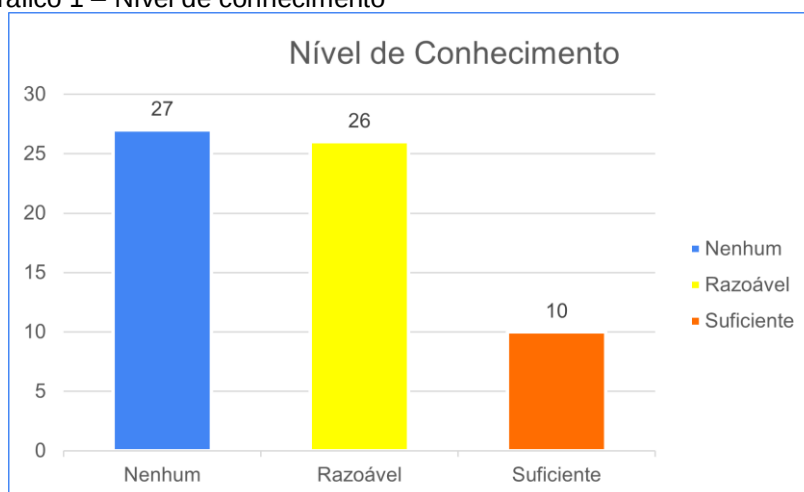
Fechando o bloco de perguntas que traçam o perfil social dos respondentes, temos o vínculo empregatício, onde 38,10% dos participantes afirmaram não estar trabalhando, 30,16% afirmaram estar no regime de CLT, 25,40% estar estagiando, e em menor proporção estão os concursados com 6,35%.

Em comparação o perfil coletado por Braga et al (2008), assemelham-se a distribuição do período ou ano que estão vinculados, mas quanto a proporção de sexo, o presente trabalho apresentou valores quantitativos equiparados entre masculino e feminino.

4.2. CONHECIMENTO SOBRE RSE

As perguntas atreladas a esta seção buscaram entender se os respondentes tinham conhecimento sobre o tema, em que nível de profundidade, e a fonte desse conhecimento.

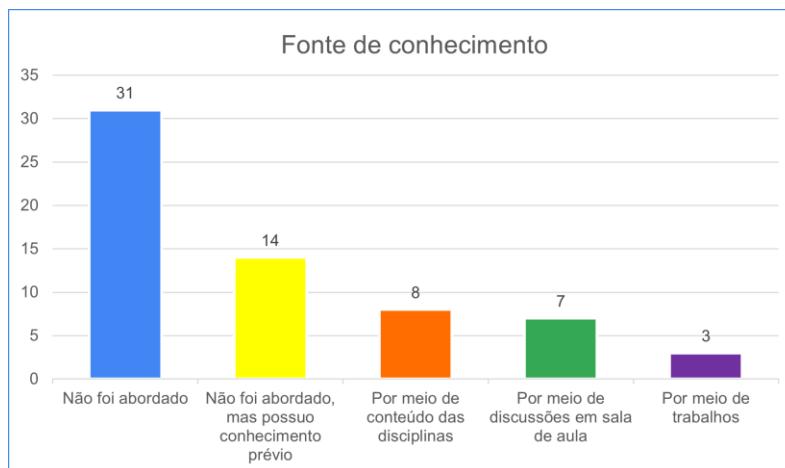
Gráfico 1 – Nível de conhecimento



Fonte: Elaborada pelo autor.

Nesta pergunta de múltipla escolha foram propostas 4 respostas, onde 27 responderam que não possuíam nenhum conhecimento sobre o tema, representando 43% do total, a segunda alternativa que tinha a opção de conhecimento razoável sobre o tema obteve 26 respostas, representando 41,3% do total, os demais respondentes afirmaram ter conhecimento suficiente sobre o tema, 10 respostas, representando 15,9% do total. A última alternativa, onde o participante poderia afirmar que tinha um conhecimento alto sobre o tema, não houve nenhuma resposta.

Gráfico 2 – Fonte de conhecimento



Fonte: Elaborada pelo autor.

Nesta pergunta o objetivo foi entender a fonte do conhecimento sobre o tema, se foi abordado dentro do curso de Ciências Contábeis, de que forma, por meio de conteúdo das disciplinas, ou por meio de discussões em sala de aula, ou através de trabalhos e por último se é um saber prévio ao ingresso na universidade.

Quanto aqueles que afirmaram que o tema foi abordado dentro do curso, foram divididos em 3 respostas, sendo a primeira com 8 afirmações de ter tido contato com o tema através de conteúdo das disciplinas representando 12,7% do total de respostas, a segunda opção resposta foi escolhida por 7 alunos, onde afirmaram que o tema foi abordado por discussões em sala de aula sendo um total de 11,11% dos respondentes, e por último somente 3 alunos afirmaram que o tema foi utilizado como trabalhos propostos pelos professores, representando 4,8% das respostas.

Neste bloco de perguntas foi observado que somente 28,6% dos alunos que responderam ao questionário afirmaram que houve algum tipo de abordagem do tema dentro do curso, levantando um ponto a ser observado, pois dentro do curso, são lecionadas disciplinas como Administração, Sociologia, Ética, Legislação Social.

4.3. A IMPORTÂNCIA DOS VETORES

Neste tópico as respostas coletadas buscam investigar a percepção dos estudantes sobre a RSE a partir de parte dos vetores apresentados por Ashley (2002) que são eles bem-estar dos funcionários, ambiente de trabalho, preservação do meio ambiente, comunicações transparentes, sinergia com os parceiros e apoio ao desenvolvimento da comunidade.

4.3.1. Vetores bem-estar dos funcionários e ambiente de trabalho

Tabela 3 – Bem-estar dos funcionários e ambiente de trabalho

	Condições de trabalho		Diversidade e inclusão		Capacitação Profissional	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Não é importante	0	0	0	0	0	0
Pouco importante	0	0	0	0	0	0
Importante	0	0	5	7.9%	0	0
Muito importante	14	22.2%	21	33.3%	11	17.5%
Extremamente importante	49	77.8%	37	58.7%	52	82.5%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Conforme a Tabela 3 nos mostra, os dados coletados sobre a importância que as empresas devem dar aos vetores ligados a aspectos organizacionais que envolvem seus funcionários, pontos que se tornam um investimento para melhorar sua produção, desempenho e diminuir evasão de mão de obra.

A pergunta sobre condições de trabalho houve 77,8% dos discentes afirmando ser um aspecto extremamente importante que as empresas devem lidar. A proposição seguinte foi questionada a importância da diversidade e inclusão no ambiente de trabalho, onde 58,7% afirmaram ser uma ação extremamente importante, e por último quando perguntados sobre a capacitação profissional, 82,5% dos alunos responderam que é uma ação extremamente importante.

4.3.2. Vetor ambiental

Tabela 4 – Práticas sustentáveis e preservação

	Práticas sustentáveis		Preservação	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Não é importante	0	0	0	0
Pouco importante	0	0	0	0
Importante	5	7.9%	3	4.8%
Muito importante	16	25.4%	18	28.6%
Extremamente importante	42	66.7%	42	66.7%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Na tabela 4 observamos que quando questionados sobre os vetores ligados a aspectos ambientais, 66,7% responderam ser extremamente importante que as empresas tenham ações ligadas a práticas sustentáveis, e também em maior proporção 66,7% afirmaram ser extremamente importante que as organizações estejam voltadas à preservação da biodiversidade.

Esse vetor tem estado cada vez mais em evidência pois empresas que incorporam em sua filosofia práticas que são aliadas a preservação do meio ambiente obtêm vantagem competitiva perante a concorrência devido ao consumidor buscar por marcas com esse tipo de consciência.

4.3.3. Vetores comunicação transparente, sinergia com parceiros e apoio a comunidade

Tabela 5 – Comunicação transparente, sinergia com parceiros e apoio a comunidade

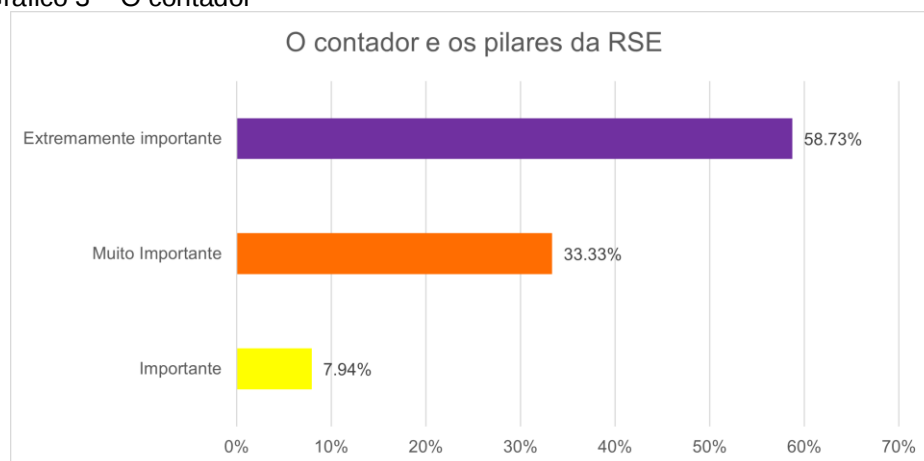
	Transparência e Corrupção		Ética e legalidade		Apoio a comunidade	
	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total	Quantidade	% Total
Não é importante	0	0	0	0	0	0
Pouco importante	0	0	0	0	0	0
Importante	1	1.6%	1	1.6%	3	4.8%
Muito importante	13	20.6%	9	14.3%	25	39.7%
Extremamente importante	49	77.8%	53	84.1%	35	55.6%

Fonte: Elaborada pelo autor.

No último bloco de perguntas a abordagem foi voltada aos vetores comunicação transparente, sinergia com parceiros e apoio a comunidade. Conforme mostra a Tabela 5, 77,8% dos alunos responderam ser extremamente importante que as empresas estejam voltadas à transparência e o combate à corrupção. Na pergunta seguinte, 84,1% afirmaram ser extremamente importante que as ações empresariais busquem seguir princípios éticos e conforme a legislação. Por último, quando questionados sobre qual a importância que as empresas devem dar a ações de apoio à comunidade, 55,8% afirmaram ser extremamente importante.

4.3.4. O contador e a importância do conhecimento

Gráfico 3 – O contador



Fonte: Elaborada pelo autor.

A última pergunta proposta no questionário foi direcionada a entender sob a perspectiva do estudante, qual a importância o contador deve dar as ações que compõem os vetores da RSE onde 58,73% dos discentes que responderam à pesquisa afirmaram ser extremamente importante que o profissional contabilista esteja voltado a práticas ligadas com uma postura socialmente responsável. Portanto é um resultado que

demonstra que na percepção do estudante a RSE deve fazer parte do perfil do profissional, mas observamos que o estudo do tema ao longo do curso é pouco difundido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou investigar a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco e a relativa importância que as empresas e o contador devem dar ao tema e aos seus vetores. A partir dos resultados observa-se que o tema é em menor parte de conhecimento suficiente pelos discentes, e uma parte considerável tem o entendimento razoável e em maior parte os estudantes afirmaram não conhecer sobre o assunto. O que nos revela que ele é de pouco conhecimento para os futuros profissionais contabilistas.

Dentre os que afirmaram conhecer sobre o tema, a proporção está dividida entre aquelas que possuem conhecimento prévio, e aqueles que tiveram contato ao longo do curso, seja por meio de conteúdo das disciplinas, trabalhos ou discussões em sala de aula. Ainda assim, uma proporção baixa comparado ao total de respostas, menos de 30% das respostas.

Esse resultado de baixo nível de conhecimento entre os estudantes já tinha sido observado em estudos anteriores como o de Braga et al. (2008) sobre o tema realizados com alunos de Ciências Contábeis de outras IES, assim perguntas foram elaboradas para entender que por mais que os respondentes não possuíssem conhecimento, poderiam opinar sobre a importância das ações ligadas aos vetores da RSE.

Por isso as demais perguntas foram direcionadas a pontos específicos dentre os diversos que abarcam os vetores, e foi observado que em grande maioria os estudantes afirmaram que as empresas devem dar extrema importância a ações como condições de trabalho, diversidade, capacitação, sustentabilidade, ética, transparência, combate à corrupção, apoio a comunidade etc.

A última pergunta realizada foi direcionada a saber sob a visão do estudante, de forma selecionada, qual a importância o profissional contabilista deve dar a vetores ligados à RSE. E então novamente os dados coletados nos permitiram observar que para a maior parte dos estudantes, o contador deve dar extrema importância a ações voltadas a uma postura socialmente responsável.

As limitações da pesquisa estão relacionadas a abrangência dos alunos pesquisados onde a amostra coletada foi direcionada somente a estudantes de Ciências

Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco. Os resultados obtidos representam adesão média de respondentes na qual foram enviados o questionário do estudo por meio de grupos de disciplinas pertencentes a grade curricular do curso. Assim sugere-se a ampliação do trabalho a outras IES, como também uma maior diversidade de perguntas ligadas a cada vetor da Responsabilidade Social Empresarial proposto por Ashley (2002) buscando entender melhor a percepção estudantil da importância que as empresas devem dar aos aspectos do tema.

Em última análise o tema em questão do estudo é pouco compreendido pelos estudantes e sua difusão ao longo do curso é pequena e não padronizada nas disciplinas que compõem a grade curricular. Entretanto, quando questionados sobre os aspectos através de subdivisões do assunto nos pilares organizacional, ambiental ou socioeconômico, os estudantes consideram importante que as empresas e o contador deem maior atenção a ações que podem representar atitudes socialmente responsáveis. Assim, a preparação a ciência do tema e aprofundamento de sua aplicação no cotidiano da profissão contábil pode agregar valor ao profissional que irá ingressar ao mercado de trabalho

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. *Ética e responsabilidade social nos negócios*, v. 2, p. 44-65, 2005.

BERTONCELLO, Silvio Luiz Tadeu; CHANG JÚNIOR, João. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. *FACOM–Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP*.(17), v. 70, p. 76, 2007.

BOWEN, Howard R. *Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

BRAGA, Josué Pires et al. Responsabilidade Social Corporativa: A percepção dos estudantes do curso de graduação em ciências contábeis de uma IES pública do Estado da Bahia. In: *Anais... Congresso USP de Controladoria e Contabilidade*. 2008.

DAVIS, Keith. Understanding the social responsibility puzzle. *Business horizons*, v. 10, n. 4, p. 45-50, 1967.

DESLAURIERS, Jean-Pierre. *Recherche qualitative: guide pratique*. McGraw-Hill, 1991.

FREEMAN, R. Edward; MCVEA, John. A stakeholder approach to strategic management. *The Blackwell handbook of strategic management*, p. 183-201, 2005.

GARAY, Ângela Beatriz Scheffer. A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como elemento de atração de talentos: percepção dos alunos destaques do curso de Administração. *READ-Revista Eletrônica de Administração*, v. 12, n. 3, 2006.

GARCIA, Ademerval. "Responsabilidade social não é ajuda, é respeito". *Gazeta Mercantil*. Interior Paulista. 23/11/1.999.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GHEMAWAT, Pankaj, *A Estratégia e o Cenário de Negócios*, Porto Alegre: Ed. Bookman, 2000.

GRAJEW, Oded. Por um mundo mais seguro: a crise mundial coloca em evidência a responsabilidade das empresas na busca e na construção de uma sociedade mais justa. *GUIA EXAME DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA*, São Paulo, v. 35, n. 24, p. 20-21, nov. 2001.

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

IMLAU, Maria Elisa. Responsabilidade social corporativa: a percepção dos estudantes do curso de ciências contábeis. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing para o século XXI*, 2000.

LEAL, Edvalda Araújo; MEDEIROS, Cíntia Rodrigues de Oliveira; BORGES, Jacqueline Florindo. A influência da responsabilidade social corporativa no comportamento do estudante de ciências contábeis. 2008.

LIZOTE, Suzete Antonieta et al. Responsabilidade social no meio acadêmico: um estudo com alunos de Ciências Contábeis. 2014.

MARTINS, Pablo Luiz et al. Responsabilidade Social Aplicada Na Contabilidade. Rio de Janeiro: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2015.

MCWILLIAMS, Abigail; SIEGEL, Donald. Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, v. 26, n. 1, p. 117-127, 2001.

MEC. Resolução CNE/ CES no. 10, de 16 de dezembro de 2004. Institui as Diretrizes Nacionais Curriculares para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis, bacharelado, e dá outras providências. In: CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO – CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIORES. Legislação Republicana Brasileira. Brasília, 2004. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces10_04.pdf>. Acesso em: 27 Março. 2024.

MONTANA, Patrick. J; CHARNOV, Bruce. H. Administração, São Paulo: Editora Saraiva, 1999.

PORTER, Michael. Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior. 16ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SANTOS, Elenice Roginski. Responsabilidade social ou filantropia. *Revista FAE Business*, Curitiba, n. 9, p. 32-34, 2004.

TOMEI, Patricia Amelia. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa. *Revista de Administração*, 1984.

VANZO, Geni F. S.; SOUZA, Valquíria. P. de. Um estudo sobre a influência da disciplina contabilidade social ou ambiental na formação profissional e social dos futuros contadores. Em: 18o. Congresso Brasileiro de Contabilidade, 2008, Gramado. 18o. Congresso Brasileiro de Contabilidade. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS

CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Olá! Você está participando da pesquisa como estudante do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco.

Meu nome é Lucas Ferreira Torres e elaborei esse questionário sob a orientação Professora Ilka Gislayne de Melo Souza. A seguinte pesquisa tem como objetivo entender a importância do tema Responsabilidade Social Empresarial sob a ótica dos discentes de Ciências Contábeis da UFPE.

As respostas serão utilizadas para fins acadêmicos, em caso de dúvidas pode entrar em contato através do email: lucas.ferreiratorres@ufpe.br

Qual é o seu gênero?

Masculino

Feminino

Outros

Em qual faixa etária você se encontra?

18 - 20 Anos

21 - 25 Anos

26 - 30 Anos

Mais de 30 Anos

Qual período você está cursando?

1º ou 2º

3º ou 4º

5º ou 6º

7º ou 8º

Você trabalha atualmente?

Não

Sou estagiário

Sou CLT

Sou Empreendedor

Sou Concursado

Qual o nível de conhecimento você tem sobre o tema Responsabilidade Social Empresarial?

Nenhum

Razoável

Suficiente

Alto

De que maneira o tema Responsabilidade Social foi abordado ao longo do seu Curso de Ciências Contábeis?

Não foi abordado

Não foi abordado, mas possuo conhecimento prévio

Por meio de conteúdo das disciplinas

Por meio de trabalhos

Por meio de discussões em sala de aula

Sobre condições de trabalho: como salários justos, benefícios, segurança e um ambiente digno para seus colaboradores, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre diversidade e inclusão no ambiente de trabalho, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre treinamento, capacitação e crescimento profissional, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre a redução do impacto ambiental e práticas sustentáveis, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre a preservação da biodiversidade, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre o apoio ao desenvolvimento da comunidade local, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre a transparência e o combate a corrupção, qual a importância a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Sobre o comportamento ético e o cumprimento das leis, qual a importância que a empresa deve dar:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante

Para o você qual a importância o contador deve dar a aspectos como sustentabilidade, desenvolvimento de pessoal e apoio a comunidade:

Não é importante

Pouco importante

Importante

Muito Importante

Extremamente importante