



Septiembre 2017 - ISSN: 1696-8360



## RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**Maria Elisa Imlau**

Bacharel em Ciências Contábeis pela UTFPR – Câmpus Pato Branco/PR

E-mail: [mariaelisa.imlau@hotmail.com](mailto:mariaelisa.imlau@hotmail.com)

**Ricardo Adriano Antonelli<sup>1</sup>**

Professor do Curso de Ciências Contábeis da UTFPR – Câmpus Pato Branco/PR

E-mail: [rantonelli@utfpr.edu.br](mailto:rantonelli@utfpr.edu.br)

**Simone Bernandes Voese<sup>2</sup>**

Professora do Programa de Pós-Graduação de Contabilidade da UFPR

E-mail: [simone.voese@gmail.com](mailto:simone.voese@gmail.com)

**Alison Martins Meurer<sup>3</sup>**

Mestrando em Contabilidade no Programa de Pós-Graduação de Contabilidade pela UFPR

E-mail: [alisonmmeurer@hotmail.com](mailto:alisonmmeurer@hotmail.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Maria Elisa Imlau, Ricardo Adriano Antonelli, Simone Bernandes Voese y Alison Martins Meurer (2017): “Responsabilidade social corporativa: a percepção dos estudantes do curso de ciências contábeis”, Revista Contribuciones a la Economía (julio-septiembre 2017). En línea: <http://eumed.net/ce/2017/3/responsabilidade-social-corporativa.html>

### Resumo

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem recebido grande ênfase nas discussões acadêmicas e empresariais, devido à busca de adequações por parte das organizações a ações socialmente responsáveis. Neste contexto, é importante que os futuros profissionais da contabilidade tenham condições de apoiar as empresas na adoção de medidas socialmente responsáveis, para posteriormente divulgá-las de forma benéfica aos *shareholders* e *stakeholders*. Neste sentido, é necessário que os alunos conheçam as necessidades empresarias e o tema em questão. Por outro lado, a academia, em especial o curso de Ciências Contábeis, deve estar inteirada desse tema para que possa repassá-lo a seus discentes. Este estudo objetivou conhecer e analisar a percepção dos estudantes de Ciências Contábeis sobre o tema RSC de duas instituições de ensino superior do Sudoeste do Paraná. Esta pesquisa é um avanço ao estudo realizado por Braga *et al.* (2008). A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário, aplicado aos alunos presentes em sala de aula, obtendo-se 268 questionários considerados válidos. Os resultados indicam que mais de 80% dos respondentes afirmaram não ter tido contato com o assunto, e por consequência, apresentaram pouco conhecimento para descrever seu entendimento sobre RSC e discernir as características de empresas socialmente responsáveis. Adicionalmente observou-se que mais de 92% dos discentes concordam que o contabilista deve conhecer sobre RSC e apoiar os administradores na adoção/divulgação de práticas socialmente responsáveis. Considerando-se o exposto, percebe-se a importância e a necessidade da abordagem deste tema nos cursos de Ciências Contábeis das instituições pesquisadas.

**Palavras chave:** Responsabilidade Social Corporativa - Ciências Contábeis – Alunos – Percepção - Legitimidade.

<sup>1</sup> Doutorando em Contabilidade no Programa de Pós-Graduação de Contabilidade pela UFPR

<sup>2</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC

<sup>3</sup> Bacharel em Ciências Contábeis pela UTFPR – Câmpus Pato Branco/PR

## Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has received great emphasis on academic and business discussions, due to the search for socially responsible action adjustments by organizations. In such a context, it is important that future accounting professionals get the conditions to support companies in adopting socially responsible measures to publicize them furtherly in a beneficial way for shareholders and stakeholders. In this sense, it is necessary that students know about the entrepreneurial needs as well as about such an issue. On the other hand, the Academy, especially the Accounting Course, should be aware of this subject to be able to pass it on to their students. This research aimed to identify and to analyze the perception of Accounting students, from two institutions of higher education in the Southwest of Paraná, on the CSR topic. This research is a step forward to the study carried out by Braga *et al.* (2008). Data collection was performed by means of a questionnaire applied to students in the classroom, obtaining 268 questionnaires considered as valid. According to the results, over 80% of the students reported not having any contact with the subject, and consequently, they had lacked knowledge to describe their understanding about CSR, as well as about discerning the features of socially responsible companies. Furthermore, it was also found that over 92% of students agreed that an accounting professional should know about CSR in order to assist administrators in the adoption/dissemination of socially responsible practices. Considering the above data, one realizes the importance and necessity of approaching this issue in the Accounting courses of both institutions been surveyed.

**Key words:** Corporate Social Responsibility – Accounting - Students - Perception – Legitimacy.

## 1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 30, discussões sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC) permeiam o ambiente acadêmico e organizacional. Contudo, nos últimos anos houve uma maximização de estudos e debates voltados para ações socialmente responsáveis, em parte, esse aumento é originado da percepção de que atitudes negligentes e negativas da empresa contra o ambiente no qual ela está inserida, podem resultar em dispêndios onerosos, afetar o resultado econômico-financeiro e a imagem da organização perante a sociedade (Carrol, 1991; Cormier & Magnan, 1997, Macêdo & Oliveira, 2012, Yilmazdogan, Secilmis & Cicek, 2015).

Nesse escopo, cabe destacar que para atingir suas metas econômico-financeiras, as organizações dependem de diversos fatores de produção, os quais em sua maioria, são explorados e retirados do ambiente em que essas empresas estão inseridas (Braga, Cruz, Barbosa, Oliveira & Silva, 2008). Neste sentido, estas deixaram de serem vistas unicamente como provedoras de bens e/ou serviços, mas passaram a assumir também o papel de grandes consumidores de recursos do ambiente, evidenciando que essa relação pode trazer consequências, como o surgimento ou agravamento dos problemas sociais e ambientais existentes (Leal, Medeiros & Borges, 2008).

Nessa conjuntura, Vanzo e Souza (2008) destacam que o uso dos recursos naturais de forma indiscriminada pelas empresas tem sido preocupante, e tem despertado a atenção das autoridades políticas, intelectuais e científicas. Do mesmo modo, os consumidores também estão atentos e cobram das corporações práticas de sustentabilidade, como forma de mitigar os impactos causados pelas atividades organizacionais ao meio em que se concentram (Bronn & Vrioni, 2001; Lourenço & Schroder, 2003). Nesse contexto, a RSC pode ser visualizada como medidas responsáveis que visam o bem-estar dos agentes que contribuem para a geração de riquezas de uma organização, dentre eles, a comunidade, o meio ambiente, os funcionários e os acionistas (Garay, 2006).

Ademais, Brito (2004) afirma que as empresas sentem-se obrigadas a adotar medidas socialmente responsáveis para se manterem competitivas no mercado. Essas ações vão de encontro aos aspectos de legitimidade, que para Beuren e Söthe (2009) surgem “da necessidade da organização em demonstrar constantemente à sociedade a sua importância e legitimidade dos seus atos, evidenciando o cumprimento do contrato social existente entre a sociedade e a empresa”. Tal situação, de acordo com Braga (2010), faz com que os gestores procurem atingir suas metas socioeconômicas com práticas ecologicamente corretas, economicamente viáveis, socialmente justas e culturalmente aceitas.

Diante deste cenário, têm-se também as atribuições do profissional da contabilidade, as quais estão fortemente relacionadas a geração e divulgação de informações, que são utilizadas como forma de *disclosure* das ações que visam a legitimação, dentre as quais, estão as práticas empresariais voltadas a sociedade e ao meio ambiente em que as organizações estão inseridas. Nesse ensejo, o contabilista tem a possibilidade de influenciar as ações dos gestores empresariais acerca do meio que envolve a empresa (Braga, Cruz, Barbosa, Oliveira & Silva, 2008). Na mesma linha, Dias Filho e

Machado (2004, p. 40) corroboram indicando que “a contabilidade não é um simples artefato técnico que se limita as rotinas de cálculos, mas um mecanismo que pode alterar a percepção dos indivíduos acerca do mundo organizacional e, assim, contribuir para transformá-lo”.

Nesse cenário, observa-se que com a proeminência da RSC na atualidade, é importante que a academia, em especial, os cursos de Ciências Contábeis, na condição de responsáveis pela formação dos futuros contabilistas, estejam atentos a tais necessidades empresariais para que possam introduzir e ensinar o tema no cotidiano dos estudantes (Vanzo & Souza, 2008). Dessa forma, os futuros contabilistas devem estar envolvidos na discussão sobre a importância da contabilidade na disseminação das práticas e consequências dos investimentos sociais corporativos, já que serão eles quem irão lidar com essa temática de maneira objetiva, envolvidos na geração e divulgação de informações acerca da RSC aos interessados (*stakeholders*) (Milani Filho, Habib & Milani, 2010).

Perante essa conjuntura, as deliberações da Resolução CNE/CES nº 10/2004 do Ministério da Educação e Cultura (MEC), no seu artigo 4º, inciso VI, determina que os cursos de Ciências Contábeis possibilitem aos profissionais da contabilidade, o desempenho das funções contábeis com responsabilidade e propriedade, viabilizando aos agentes econômicos e gestores, o cumprimento de suas atribuições no que se refere ao gerenciamento, controle e à prestação de contas de suas gestões perante à sociedade. Diante disso, Vanzo e Souza (2008) observam que cumprir os objetivos da contabilidade abrangendo também o enfoque social, faz parte da capacitação dos estudantes do referido curso.

Dessa forma, é importante que os futuros profissionais contábeis possuam condições de apoiar as empresas na adoção de medidas socialmente responsáveis, e posteriormente divulgá-las de forma benéfica aos agentes internos (*shareholders*) e externos à organização (*stakeholders*). Portanto, reconhecendo que os futuros contabilistas necessitam conhecer o tema visando suprir as necessidades empresarias, e admitindo a importância do assunto, tem-se a seguinte questão orientadora da pesquisa: *Qual é a percepção dos estudantes do curso de Ciências Contábeis acerca do tema Responsabilidade Social Corporativa?* Desse modo, o estudo tem como objetivo principal analisar a percepção dos estudantes do curso de graduação em Ciências Contábeis sobre RSC.

A elaboração desta pesquisa justifica-se pelas contribuições no âmbito teórico, profissional e social. Nesse sentido, esta investigação visa contribuir com informações sobre o ensino que está sendo ofertado aos estudantes e o nível de absorção dos mesmos sobre o tema, pois alguns aspectos englobados pelas ações de RSC são previstas na Política Nacional de Ensino, abordada pela Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e pelo Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002. Além disso, conforme citado por Lourenço e Schroder (2003), a RSC ocupa posição cada vez mais importante dentro das organizações, pois impacta no comportamento, objetivos, estratégias e no próprio significado da empresa. Quanto ao aspecto social, este trabalho busca contribuir com reflexões sobre RSC, pois o entendimento sobre o tema é essencial para compreender como as empresas utilizam-se das ações sociais para legitimar sua imagem e postura positiva perante a sociedade.

A presente pesquisa está estruturada em quatro seções além da introdução. Na sequência, apresenta-se o marco teórico, em seguida a trajetória metodológica, análise dos resultados, e por último, as considerações finais.

## **2 MARCO TEÓRICO**

O marco teórico está estruturado em três itens, primeiramente é discutido sobre responsabilidade social corporativa, na sequência, é descrita a relação da contabilidade com a RSC, e por fim, são relacionadas pesquisas contemporâneas sobre o tema em questão.

### **2.1 Responsabilidade Social Corporativa**

Na literatura acadêmica são encontradas diversas definições para RSC, essa gama deve-se, em parte, as diferentes correntes teóricas que podem ser utilizadas para abordar o tema. Além disso, tem-se o fato de que o contexto social em que as empresas atuam é complexo e dinâmico, e para entender o conceito de RSC, deve-se levar em consideração que ele pode ser alterado com o tempo e as circunstâncias (Lourenço & Schroder, 2003; Silva & Chauvel, 2013).

Nessa linha de pensamento, Starosky e Rausch (2011) enfatizam que embora o tema responsabilidade social esteja cada dia mais presente, ainda não se tem um consenso sobre seu significado. Para Souza e Baidya (2016) a “Responsabilidade Social Corporativa envolve todos os

agentes de governança que devem zelar pela sustentabilidade da organização, levando em consideração aspectos de ordem social e ambiental”.

Arantes, Freire e Barreto Jr. (2013) destacam que a RSC diz respeito as relações dos objetivos das empresas com o seu papel na sociedade. Em concordância, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade (2013, p.16), define a RSC como “a forma da gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com as quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade [...]”.

Adicionalmente, Passos (2004, p. 166) advoga que “a responsabilidade social pressupõe consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais. Impõe que elas reconheçam sua obrigação [...] com a construção de uma sociedade mais justa, honesta e solidária, uma sociedade melhor para todos”. Na mesma linha, Bertonecello e Chang Júnior (2007) citam que a RSC não deve ser encarada como uma prática de *marketing* ou modismo, mas deve ser tratada sendo uma parte da administração estratégica, de modo contínuo e alinhada com os objetivos da corporação. Contudo, conforme citado por Beuren e Söthe (2009) frequentemente essas ações são utilizadas como forma de influenciar a sociedade a relacionar a imagem da empresa com aspectos positivos. Nesse contexto, a responsabilidade social acaba ficando em segundo plano, frente a legitimação.

Visando a estimulação de práticas socialmente responsáveis por parte das organizações, foi desenvolvido uma série de instrumentos de certificação e evidenciação. Dentre essas certificações podem ser citados: i) o Selo Empresa Amiga da Criança - certifica empresas que não utilizam mão de obra infantil e contribuam para a melhoria das condições de vida das crianças e adolescentes; ii) a ISO 14000 - destaca às ações ambientais da empresa; iii) AA1000 - certifica as empresas que possuem boa relação com os *stakeholders*; iv) SA800 - certifica empresas que tenham boas relações trabalhistas e visa assegurar que não existam ações antissociais ao longo da cadeia produtiva; v) a ABNT-ISSO 26000 - apresenta diretrizes sobre responsabilidade social; vi) o Instituto Ethos - oferece indicadores de Responsabilidade Social, e possui como objetivo o incentivo à praticas socialmente responsáveis pelas empresas no âmbito nacional; e vii) o *Global Reporting Initiative* (GRI) - uma estrutura que oferece diretrizes para elaboração do relatório de sustentabilidade mais utilizado mundialmente, dentre outros (Milani Filho, 2008; Eon, 2014).

## **2.2 A Contabilidade e a Responsabilidade Social Corporativa**

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999) a contabilidade atende uma gama de usuários com objetivos distintos e tem por finalidade a geração de informações quantitativas e não quantitativas que auxiliam na tomada de decisão e na evidenciação de informações para a sociedade. Neste contexto, surge a Contabilidade Social e a Contabilidade Ambiental.

Para Vanzo e Souza (2008), a Contabilidade Social e a Contabilidade Ambiental é um ramo da contabilidade que está ligada a geração de informações úteis e relevantes sobre a atuação das organizações e seus reflexos no patrimônio das empresas, da sociedade e do meio ambiente (representados pelos recursos naturais), proporcionando aos seus usuários um apoio para a tomada de decisões.

Nesse aspecto, o profissional contábil é quem divulga as informações das práticas empresariais formalmente (por meio das demonstrações contábeis), devendo fazer isso de forma clara e precisa, de modo que passe confiabilidade e segurança aos seus usuários (Alberton, Carvalho & Crispim, 2004). Nesse ensejo, Dias Filho e Machado (2004), destacam que os contadores e contabilistas podem modificar a percepção dos usuários sobre o mundo das organizações e transformá-lo. Diante disso, é necessário que tais profissionais estejam preparados para as exigências do mercado acerca da contabilidade.

Contudo, Starosky e Rausch (2011) expõem que é comum a área social ser deixada em segundo plano na graduação em Ciências Contábeis, havendo maior ênfase ao campo financeiro. Porém, os autores advogam que a academia tem um papel fundamental no sentido de proporcionar plenas condições desses profissionais exercerem suas habilidades também no campo social.

Cabe destacar que dentre os mecanismos para divulgação das práticas socialmente responsáveis das organizações, tem-se o Balanço Social, que objetiva evidenciar o resultado das interações entre a organização e o ambiente, todavia esse componente não é obrigatório no conjunto das demonstrações financeiras. O Balanço Social possui quatro vertentes: i) Balanço Ambiental; ii) Balanço de Recursos Humanos; iii) Demonstração do Valor Adicionado; e iv) Benefícios e Contribuições à Sociedade (FIPECAFI, 2013). Para Leal *et al.* (2008) o Balanço Social se diferencia das demais demonstrações contábeis, que visam a divulgação de informações para os sócios e para o fisco, pois ele se concentra basicamente em difundir informações que interessem a todos os *stakeholders*.

### 2.3 Pesquisas contemporâneas

Algumas pesquisas acadêmicas abordaram o tema contabilidade social e RSC. Nesse escopo, Garay (2006) buscou identificar a percepção dos jovens talentos do curso de Administração, referente a importância da RSC no momento de escolher as empresas que gostariam de trabalhar. Os resultados apontaram que os alunos consideram aspectos de RSC no momento de escolher a organização, e ainda, verificou-se que o tema é mais preponderante na retenção de talentos do que para atração de jovens talentos. Nessa conjuntura, foi observado que os jovens preocupam-se com a conduta da empresa frente aos funcionários (RSC interna), reforçando a importância das políticas de RH como fator de atração e retenção de talentos.

Braga *et al.* (2008) analisaram a percepção dos estudantes do curso de graduação em Ciências Contábeis de uma IES pública do estado da Bahia acerca do assunto RSC. Os resultados evidenciaram que os estudantes de maneira geral, relacionam ações ligadas a RSC com a postura por parte das empresas em conciliar metas de crescimento econômico com outras de natureza social e ambiental, e reconhecem tal postura como uma estratégia de *marketing* e de legitimação social.

Adicionalmente, Leal *et al.* (2008) verificaram a RSC na perspectiva do estudante de Ciências Contábeis de uma IES do estado de Minas Gerais. Os resultados indicam haver contradições e ambiguidades relacionadas ao modo como os estudantes compreendem a RSC, e ainda, como esta influencia o seu comportamento.

Vanzo e Souza (2008) investigaram a percepção dos graduandos dos cursos de Ciências Contábeis sobre a influência que a disciplina Contabilidade Ambiental ou Social pode exercer em sua formação. Os resultados demonstraram alto grau de importância atribuído pelos discentes aos assuntos ambientais ou sociais para sua formação profissional e pessoal, abrangendo os contextos político, social e econômico.

Milani Filho, Habib e Milani (2010), objetivaram identificar o grau de conhecimento que os futuros contadores de uma universidade brasileira, possuem sobre RSC e o papel da contabilidade na RSC. Os resultados afirmaram que em média, 78% dos respondentes enfatizam que a RSC está vinculada ao desenvolvimento socioeconômico das comunidades e com preocupações ambientais. Ainda, sobre o papel da contabilidade na RSC, os concluintes do curso destacaram a divulgação de ações sociais e o suporte de procedimentos vinculados à transparência empresarial. Além disso, 23% dos alunos informaram que desejam atuar diretamente com a RSC.

Alonso-Almeida, Fernández e Rodriguez-Pomeda (2014) pesquisaram a percepção de 535 estudantes espanhóis, da área de negócios, sobre RSC. Os achados da pesquisa demonstram que os discentes consideram a RSC um fator relevante para o sucesso comercial das empresas, sendo que os estudantes do sexo feminino atribuem maior importância ao assunto. Ademais, Schimidt e Cracau (2015) verificaram a percepção de 265 acadêmicos da área de negócios da Alemanha e Quatar acerca da RSC, os resultados indicam que os estudantes do Quatar são mais dispostos a apoiar ações filantrópicas, enquanto os alemães sinalizam maior importância questões éticas.

Dawkins, Jamali, Karam, Lin e Zhao (2015) buscaram compreender o impacto da RSC nas intenções de escolha de trabalho em 949 estudantes da área de negócios da China, Estados Unidos e Líbano. A análise apontou que nos três países os acadêmicos visam trabalhar em empresas socialmente responsáveis, contudo essa intenção deriva de motivos distintos, como normas e controle comportamental. Rajendran e Shamsudin (2017) analisaram 120 alunos do curso de contabilidade de uma IES da Malásia, visando identificar os fatores que influenciam na escolha do primeiro emprego. Os achados apontaram relação positiva entre ações de RSC com a predição para a escolha da organização em que desejam trabalhar.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo é classificado (i) do ponto de vista dos seus objetivos como descritivo, pois os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem a interferência do pesquisador; (ii) a abordagem do problema caracteriza-se como um estudo quantitativo; (iii) e em relação aos procedimentos de pesquisa é utilizado o levantamento (Cooper, & Schindler, 2011; Hair Junior, Babin, Money & Samouel, 2005).

Os dados foram coletados por meio de questionário elaborado com base no estudo de Braga *et al.* (2008), sendo que foram acrescentadas 12 questões de caracterização dos respondentes e 05 proposições sobre RSC, a fim de alinhar o questionário aos objetivos desta pesquisa. As proposições foram elaboradas com base em definições e aspectos ligados a RSC. Destaca-se que das 15 proposições utilizadas, 10 são verdadeiras e 05 são falsas.

O questionário era composto por dois blocos, sendo que o primeiro, denominado "Bloco I - Conceitos, práticas de RSC e relação da contabilidade com a RSC", continha perguntas que

identificavam o conhecimento prévio dos respondentes acerca do assunto e possuía as 15 proposições, citadas anteriormente. Os respondentes deveriam indicar o grau de concordância sobre as afirmações a respeito de RSC para cada uma das 15 proposições. Para mensurar o grau de concordância foi utilizada a escala de intensidade do tipo *Likert* adaptada em 10 níveis, variando de 1 (um – total discordância) a 10 (dez – total concordância).

O Bloco 2 objetivava a identificação do perfil dos respondentes, abrangendo os seguintes itens: idade, gênero, instituição de ensino em que estuda, período do curso, se já possui outra graduação (caso possua, a informação de qual graduação), vínculo empregatício (caso possua na área contábil, a informação da área de atuação e tempo de experiência) e qual a renda bruta familiar.

A amostra do estudo foi composta por alunos do 1º ao 8º período do curso de Ciências Contábeis de uma IES Privada e por alunos do 1º ao 4º ano de uma IES Pública, ambas localizadas no sudoeste do Paraná. O questionário foi aplicado nos meses de junho e julho de 2015. Foram totalizados 273 respondentes, sendo que destes, 268 foram considerados válidos para serem analisados. Os questionários invalidados possuíam respostas incompletas. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, Alfa de *Cronbach* para verificar a confiabilidade da escala de mensuração, e foram utilizados os testes de *Kolmogorov-Smirnov*, *Kruskal-Wallis* e *Mann-Whitney* para analisar a significância das diferenças das médias encontradas. Na seção destinada a análise dos resultados há maior detalhamento sobre os testes estatísticos aplicados.

Em termos percentuais, a amostra é composta predominantemente por (i) alunos da IES Privada (61,19%); (ii) discentes que cursam os anos iniciais do curso (1º e 2º ano/1º a 3º período) (58,21%); (iii) alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos de idade (38,81%); (iv) estudantes do gênero feminino (55,22%); (v) alunos que não possuem outra graduação concluída (91,04%); (vi) estudantes que possuem vínculo empregatício (80,22%); (vii) alunos que atuam profissionalmente na área contábil (46,51% dos 80,22% que possuem vínculo trabalhista); e (viii) respondentes que possuem renda total familiar de 1,5 a 4,5 salários mínimos mensais (52,61%). Adicionalmente, foram verificadas as ementas do curso de Ciências Contábeis das duas instituições, com vistas a identificar se o tema é abordado em sala de aula por meio de um planejamento pré-definido.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para realizar a análise dos dados, foram aplicados os seguintes procedimentos:

- (i) Separação da escala adaptada *Likert* de 10 níveis em dois grupos: (1) abrange as respostas de 1 a 5, representando os alunos que discordam da proposição; e (2) abrange as respostas de 6 a 10, representando os alunos que concordam com a proposição;
- (ii) Identificação e destaque dos grupos que apresentaram os maiores percentuais de alunos com percepção divergente da literatura sobre cada proposição. Para isso, nas proposições em que se esperava a concordância dos alunos, foram destacados os grupos que apresentaram maior percentual de discordância e nas proposições em que se esperava a discordância dos alunos, foram destacados os grupos que apresentaram maior percentual de concordância;
- (iii) Análise da diferença de média entre os grupos, a fim de identificar quais eram os que mais apresentavam diferença de percepção da proposição apresentada;
- (iv) Aplicação do teste de *Kolmogorov-Smirnov* afim de verificar a homogeneidade dos dados. O resultado indicou a não normalidade dos dados, sendo necessário a aplicação de testes não-paramétricos, com isso foram utilizados os testes de *Kruskal-Wallis* e *Mann-Whitney* na verificação da significância das diferenças dos postos de médias obtidos. O primeiro teste é utilizado quando há mais de dois grupos para serem verificados, e o segundo, quando se possui dois grupos. Cabe destacar que foi adotado um nível de significância de 5%.

##### 4.1 Análise sobre o conhecimento prévio dos alunos sobre Responsabilidade Social Corporativa

Foi solicitado aos alunos, que informassem se possuíam conhecimento prévio sobre RSC, e observou-se que do total de respondentes, a maior parte (80,22%) afirmaram nunca terem tido contato com o tema. Ressalta-se que dos 19,78% que disseram possuir, 64,15% o adquiriram por meio da mídia (jornais, televisão, internet, etc.) e 16,98% na instituição de ensino. No questionário, foi solicitado que caso o respondente possuísse conhecimento prévio sobre RSC, que descrevesse seu entendimento sobre o assunto. Daqueles que informaram possuir (19,78%), 75% descreveram o que conheciam sobre RSC. Dos 75% de discentes que descreveram seu entendimento, pôde-se perceber que alguns alunos apresentaram um entendimento correto sobre a RSC, porém, 21,33% dos respondentes o apresentaram de forma incoerente ou incompleta.

#### **4.2 Análise das proposições por características dos respondentes**

Na sequência, realizou-se o primeiro procedimento de análise das proposições, conforme Tabela 1, que demonstra os percentuais de alunos com percepções divergentes da literatura (realçados em negrito), sendo os com maior destaque foram realçados na cor cinza. A Tabela 1 demonstra também, os principais grupos que apresentaram diferenças de percepção entre as proposições, pela análise de diferença de médias e pela análise estatística. As diferenças de médias encontradas na primeira análise, estão realçadas em cinza na linha das médias e as diferenças de médias encontradas por meio da análise estatística, estão realçadas em negrito.

Tabela 1. Resultados das proposições dos respondentes com percepções divergentes da literatura

Proposição	Conhecimento prévio RSC		IES		Período Curso		Idade				Gênero		Outra Graduação		Vínculo Empregaticio		Atuação Profissional	
	Possui	Não Possui	Pública	Privada	Anos iniciais	Anos finais	> 17 <= 19 anos	> 19 <= 20 anos	> 20 <= 24 anos	> 24 <= 37 anos	Fem.	Masc.	Possui	Não Possui	Possui	Não Possui	Cont.	Outras
1 (%)	11,32	6,05	6,71	7,69	8,33	5,36	7,69	11,43	2,78	8,77	6,08	8,33	4,17	7,38	6,05	11,32	9,00	3,48
1 (Média)	8,17	8,58	8,57	8,38	8,37	8,67	8,40	8,40	8,85	8,28	8,57	8,40	8,58	8,49	8,52	8,42	8,49	8,54
2 (%)	3,77	7,44	7,32	5,77	8,33	4,46	6,73	5,71	2,78	12,28	4,05	10,00	0,00	7,38	5,58	11,32	6,00	5,22
2 (Média)	8,43	8,29	8,31	8,33	8,25	8,41	8,35	8,43	8,44	8,04	8,53*	8,05*	8,75	8,27	8,35	8,19	8,49	8,23
3 (%)	77,36	67,91	70,73	68,27	67,95	72,32	72,12	65,71	66,67	71,93	68,92	70,83	87,50	68,03	68,84	73,58	68,00	69,57
3 (Média)	7,25*	6,43*	6,60	6,58	6,47	6,76	6,88	6,37	6,68	6,11	6,55	6,64	6,96	6,56	6,60	6,55	6,76	6,47
4 (%)	3,77	4,19	7,69	1,83	4,49	3,57	4,81	0,00	2,78	7,02	3,38	5,00	0,00	4,51	3,72	5,66	6,00	1,74
4 (Média)	8,98	8,84	8,98	8,68	8,74*	9,04*	8,81	8,89	9,19	8,54	9,00	8,70	9,25	8,83	8,87	8,83	8,94*	8,82*
5 (%)	1,89	4,19	2,44	5,77	3,85	3,57	2,88	2,86	4,17	5,26	0,00	8,33	0,00	4,10	3,72	3,77	7,00	0,87
5 (Média)	9,19	8,80	9,05	8,60	8,87*	8,88*	8,96	8,94	8,96	8,58	9,01*	8,60*	9,13	8,85	8,87	8,91	8,86	8,88
6 (%)	7,55	19,07	12,80	23,08	18,59	14,29	18,27	20,00	18,06	10,53	12,84	21,67	8,33	17,62	17,67	13,21	16,00	19,13
6 (Média)	8,13	7,57	8,00*	7,18*	7,63	7,76	7,65	7,57	7,63	7,88	7,93*	7,38*	8,33	7,62	7,57*	8,15*	7,70	7,45
7 (%)	84,91	72,56	75,61	74,04	69,87	82,14	68,27	77,14	76,39	84,21	74,32	75,83	87,50	73,77	75,35	73,58	76,00	74,78
7 (Média)	7,04	6,80	6,92	6,74	6,58*	7,23*	6,58	7,00	7,13	6,91	6,80	6,91	6,92	6,84	6,80	7,08	6,79	6,80
8 (%)	75,47	67,91	73,17	63,46	67,95	71,43	66,35	74,29	69,44	71,93	68,92	70,00	70,83	69,26	69,30	69,81	65,00	73,04
8 (Média)	6,64	6,64	6,90*	6,22*	6,56	6,74	6,71	6,54	6,60	6,61	6,64	6,64	6,38	6,66	6,61	6,74	6,55	6,67
9 (%)	52,83	59,53	66,46	45,19	54,49	63,39	56,73	71,43	62,50	47,37	56,76	60,00	45,83	59,43	55,81	67,92	57,00	54,78
9 (Média)	5,38	6,08	6,49*	5,08*	5,84	6,08	5,95	6,20	6,22	5,40	5,82	6,08	5,38	6,00	5,8	6,49	5,70	5,90
10 (%)	71,70	68,84	76,83	57,69	65,38	75,00	71,15	68,57	66,67	70,18	68,92	70,00	66,67	69,67	68,84	71,70	61,00	75,65
10 (Média)	6,70	6,52	6,87*	6,06*	6,35	6,84	6,68	6,80	6,4	6,35	6,47	6,66	6,50	6,56	6,52	6,68	6,09*	6,90*
11 (%)	5,66	9,77	9,76	7,69	8,97	8,93	4,81	8,57	15,28	8,77	5,41	13,33	0,00	9,84	9,30	7,55	10,00	8,70
11 (Média)	8,66*	8,00*	8,09	8,18	8,01*	8,29*	8,29	7,94	8,04	8,05	8,39	7,80	8,83	8,06	8,17	7,94	8,38*	7,99*
12 (%)	5,66	11,63	11,59	8,65	12,18	8,04	8,65	22,86	5,56	12,28	7,43	14,17	4,17	11,07	9,77	13,21	13,00	6,96
12 (Média)	8,34	8,06	8,18	8,02	8,15	8,06	8,36	7,49	8,43	7,67	8,32	7,87	8,42	8,09	8,19	7,83	8,29	8,10
13 (%)	5,66	7,44	7,93	5,77	8,33	5,36	8,65	2,86	8,33	5,26	4,05	10,83	0,00	7,79	7,44	5,66	9,00	6,09
13 (Média)	8,77	8,73	8,74	8,74	8,74	8,74	8,83	8,63	8,86	8,49	9,01*	8,40*	9,29	8,68	8,71	8,85	8,67	8,75
14 (%)	5,66	7,91	4,88	11,54	8,33	6,25	5,77	8,57	11,11	5,26	4,05	11,67	0,00	8,20	7,91	5,66	12,00	4,35
14 (Média)	8,43	8,18	8,38	7,95	8,15	8,29	8,28	8,11	8,26	8,09	8,54*	7,81*	8,58	8,18	8,18	8,34	8,10	9,25
15 (%)	3,77	4,65	4,27	4,81	4,49	4,46	4,81	2,86	5,56	3,51	2,03	7,50	0,00	4,92	3,72	7,55	7,00	0,87
15 (Média)	8,68	8,63	8,80*	8,38*	8,74	8,49	8,90*	8,29*	8,65	8,35	8,87*	8,35*	9,00	8,60	8,65	8,58	8,62	8,68

Fonte: Dados da pesquisa.

A seguir, será apresentada uma análise detalhada das proposições corretas e posteriormente das incorretas, a fim de ter-se conhecimento da percepção dos alunos em cada uma das proposições apresentadas.

#### **4.2.1 Análise das proposições corretas**

**Proposição 01:** *Empresa socialmente responsável é aquela que cumpre em dia suas obrigações com empregados, fornecedores, Estado (impostos) e outros possíveis agentes com os quais se relaciona.*

Observa-se que dos alunos que possuem nível de concordância de 0% a 50% com a proposição, a maior parte deles tem 20 anos de idade (11,43%), sendo que 11,32% possuem conhecimento prévio sobre RSC e 11,32% não possuem vínculo empregatício.

O fato dos respondentes que discordam parcial ou totalmente com a proposição, afirmarem ter conhecimento sobre RSC, mas terem se enganado com o conceito, pode estar atrelado ao fato de que, apesar da RSC ser um tema presente na atualidade, ela não possui um consenso sobre o seu significado, conforme enfatiza Starosky e Rausch (2011), podendo fazer com que os alunos fiquem com dúvidas quanto a sua conceituação.

Adicionalmente, na comparação de média entre cada grupo de alunos, percebe-se que a maior diferença entre as médias está entre os grupos com idade de 20 a 24 anos e de 24 a 37 anos (0,57), porém, os dois grupos apresentaram uma média satisfatória, já que demonstrou a concordância dos alunos acima de 84% com a proposição.

**Proposição 02:** *Responsabilidade Social Corporativa está relacionada a uma política adequada de remuneração, saúde, segurança e educação da empresa para com os seus empregados.*

Observa-se que o maior grupo discordante da proposição foi dos alunos com idade de 24 a 37 anos (12,28%). Tal resultado, fomenta a oportunidade de investigar com mais profundidade em estudos futuros, como a idade influencia na percepção dos acadêmicos acerca de RSC. Outro grupo que se destacou, foi dos alunos que não possuem vínculo empregatício (11,32%). Nesse contexto, questiona-se a existência de relação entre a ausência de contato com o mercado de trabalho, e a percepção equivocada sobre o conceito de uma empresa socialmente responsável, podendo ser ocasionada pelo fato do aluno não estar participando das trocas de experiências e informações que ocorrem neste meio.

Na comparação de médias, as diferenças mais aparentes estão nos grupos de alunos por gênero e por graduação, apresentando uma diferença de 0,48 nos dois casos. Percebe-se que os respondentes do gênero feminino apresentaram melhor média do que os do gênero masculino, assim como os alunos que já possuem outra graduação, apresentaram melhor resultado que os que não possuem. Entretanto, todas as médias apresentadas são adequadas e demonstram que os alunos concordam acima de 80% com a proposição.

**Proposição 04:** *Além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua.*

Os estudantes da IES pública e os que possuem idade entre 24 e 37 anos, apresentaram os maiores percentuais de alunos com visão diferente da literatura, com 7,69% e 7,02%, respectivamente. Entretanto, de modo geral, os resultados obtidos são considerados satisfatórios, já que a maioria dos discentes estão corretos em sua percepção sobre a proposição.

Na comparação de médias, percebe-se que a diferença mais aparente está no grupo de alunos que possuem idade entre 20 a 24 anos dos que possuem idade acima de 24 até 34 anos, com diferença de 0,65 entre as médias. Porém, nos dois grupos a média apresentada pode ser considerada adequada, já que informa o bom entendimento dos alunos ao concordar acima de 85% com a proposição nos dois casos.

**Proposição 05:** *As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.*

Os dois grupos que apresentaram maior número de alunos com percepção divergente da literatura foram os do gênero masculino, com 8,33% do total, seguido dos que trabalham na área contábil (7%). Destaca-se também que a média final dos alunos que trabalham na área contábil e dos alunos que trabalham profissionalmente em outras áreas, praticamente não se difere, demonstrando que ambos os grupos apresentam percepções próximas.

Na comparação de médias, percebeu-se que a diferença mais aparente foi entre os alunos do gênero feminino e os do gênero masculino, com 0,50 entre elas. Entretanto, observa-se que os dois

grupos apresentaram resultados satisfatórios, indicando o bom entendimento dos alunos dos dois gêneros sobre a afirmativa.

**Proposição 06:** *Da mesma forma que o Estado, as empresas devem investir em áreas de interesse público, como: educação, saúde, cultura e questões sociais em geral.*

A IES pública apresentou quase o dobro de alunos com a percepção divergente da literatura sobre a proposição do que a IES privada, as quais apresentaram percentuais de 23,08% e 12,80%, respectivamente. Dentre os alunos que não possuíam conhecimento prévio sobre RSC, 19,07% possuem visão diferente da literatura sobre a proposição.

Os grupos de alunos que possuem idade entre 19 e 20 anos que são do gênero masculino e que atuam profissionalmente em áreas adversas a contabilidade, também apresentaram percentuais equivocados de forma mais saliente (20%, 21,67% e 19,13% respectivamente).

Percebe-se ainda que, as médias entre os grupos de alunos que estudam na IES pública e os que estudam na IES privada se diferenciam, variando 0,82 de uma para a outra. Observa-se que a IES privada apresentou maior média da proposição (8,00), demonstrando que os alunos da referida instituição possuem uma melhor percepção do que os alunos da IES pública, com 7,18 de média. Entretanto, as duas IES apresentaram uma média satisfatória, já que são superiores a 5, o que demonstra que grande parte dos alunos tem a percepção correta sobre a proposição.

Ainda vale destacar a aparente diferença de médias entre o grupo de alunos que possuem outra graduação dos que não possuem (0,71). Tal fato pode ser explicado devido aos alunos que estão cursando a segunda graduação possuírem maior experiência, o que pode ter contribuído para responder a referida proposição.

**Proposição 11:** *As práticas de RSC, é uma conscientização importante que deve estar vinculada à administração estratégica e fazer parte dos objetivos corporativos como um tópico irreversível e contínuo.*

Os alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos, juntamente com os do gênero masculino e com os que atuam profissionalmente na área contábil, apresentaram percentuais de discordantes da proposição, com 15,28%, 13,33% e 10% respectivamente. Porém, pode-se considerar que todos os percentuais destacados não são altos, que de forma geral, os alunos possuem uma percepção satisfatória sobre o assunto, sendo que a diferença de percepções é esperada, já que se trata de pessoas com características diferentes entre si.

As médias dos grupos se diferenciaram de forma mais relevante entre os alunos que possuem outra graduação com os que estão fazendo o seu primeiro curso superior, tendo uma diferença de números absoluta de 0,77 entre as mesmas. Porém, os dois grupos apresentaram médias satisfatórias, demonstrando o bom entendimento dos alunos sobre os objetivos que uma empresa socialmente responsável deve possuir.

**Proposição 12:** *As empresas que se preocupam com os agentes internos e externos à organização, possuem melhor posição que suas concorrentes e ganham a preferência dos consumidores.*

Os alunos: (i) com idade entre 19 e 20 anos; (ii) do gênero masculino; (iii) que não possuem vínculo empregatício; e (iv) que atuam na área contábil, apresentaram percentuais de 22,86%, 14,17%, 13,21% e 13% discordantes da proposição, respectivamente. Possivelmente, a pouca idade dos estudantes com maior número de discordantes da amostra com a proposição, pode ter influenciado nos resultados, assim como a falta de experiência com o mercado de trabalho pode ter influenciado no segundo maior grupo de discordantes, assim como na *Proposição 01*.

Aparentemente, a média dos alunos que possuem idade entre 20 e 24 anos se diferencia da média dos que possuem idade entre 24 e 37 anos em 0,94, porém em ambos os grupos, as médias apresentadas são consideradas satisfatórias, pois demonstram que os alunos concordam com a proposição em um nível superior a 5, conforme esperado.

**Proposição 13:** *O profissional de contabilidade deve contribuir com a responsabilidade social das empresas incentivando práticas como a divulgação de relatórios sociais (Balanço Social) e a transparência nas demonstrações contábeis.*

Observa-se que a maior parte dos alunos concordam com a proposição (92,91%). Todavia os homens, atuantes profissionalmente na contabilidade e os que possuem idade entre 17 e 19 anos, apresentaram percentuais de discordantes de 10,83%, 9% e 8,65% respectivamente.

O motivo do percentual apresentado de alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos ter percepção divergente da literatura sobre a proposição, pode estar atrelado ao fato de que estes possuem pouco tempo de curso e experiência na área contábil, em razão de sua pouca idade.

Sabe-se que a elaboração e divulgação de relatórios sociais não é obrigatória (Milani Filho, 2008), indicando pouco contato prático na elaboração e divulgação de relatórios sociais, o que pode explicar a discordância dos profissionais atuantes no mercado de trabalho, pois possuem pouco contato com a temática. Tal contexto, pode estar influenciando na percepção destes alunos de forma negativa, fazendo-os achar que o profissional da contabilidade não tem a obrigação de contribuir com a divulgação da responsabilidade social das empresas.

Contudo, de modo geral, a afirmativa apresentou uma média de 8,74, sendo esta superior a 5 e considerada satisfatória, pois demonstra a concordância dos alunos com a mesma. Ainda com relação as médias, a diferença absoluta mais relevante foi a do grupo de alunos por gênero e o grupo por graduação, tendo uma diferença de 0,61 em ambos casos. Porém, destaca-se que ambas as médias foram superiores a 8,00, demonstrando o bom entendimento dos alunos sobre a proposição.

**Proposição 14:** *Estão entre as atribuições do profissional de contabilidade, a divulgação de informações de cunho social e ambiental. Por este motivo, o contabilista tem o poder de influenciar a visão dos gestores organizacionais sobre o meio que envolve a empresa e de incentivar as práticas de RSC.*

O maior número de discordantes da proposição são os alunos que trabalham na área contábil, os que estudam na IES pública, os homens e os que possuem idade entre 20 e 24 anos, com 12% (do total de empregados na área contábil), 11,67%, 11,54% e 11,11%, respectivamente.

O ponto da análise que pode ser considerado mais relevante, é o fato dos alunos que trabalham na área contábil, ser o grupo com o maior número de indivíduos que discordam da proposição, já que esta, faz justamente a análise da relação das atribuições do profissional contábil com o poder de influência que o mesmo possui sobre os gestores empresarias.

Tal resultado pode ter sido ocasionado devido a realidade vivenciada por estes profissionais, no que se refere a sua desvalorização, principalmente por parte das micro e pequenas empresas, que com o intuito de reduzir gastos, utilizam a contabilidade somente para atender as obrigações fiscais e legais, deixando de utilizar a contabilidade como fonte de informações necessárias para as suas tomadas de decisões, conforme descrito por Santana (2011).

Percebe-se que a média do grupo de alunos do gênero masculino (7,81) se diferencia aparentemente da média do gênero feminino (8,54), demonstrando que as mulheres possuem uma melhor percepção do que os homens sobre a proposição, muito embora, ambos os resultados são adequados.

**Proposição 15:** *A sociedade está cobrando cada vez mais práticas de responsabilidade social das empresas, e o contador deve acompanhar este novo contexto empresarial para desempenhar suas funções com qualidade.*

Analisando os dados obtidos é possível identificar que 95,52% dos alunos concordam com a proposição, resultado satisfatório. Observa-se que dentre os discentes que apresentaram um percentual de discordância superior aos demais, estão os grupos de alunos do gênero masculino (7,50%), os alunos que não possuem vínculo empregatício (7,55%) e os alunos que atuam na área contábil (7%).

Os alunos que não possuem vínculo empregatício e que discordaram da proposição, podem tê-la feito por motivo de não possuir as experiências que o mercado de trabalho proporciona. Para os alunos que trabalham na área contábil, onde em geral são iniciantes, a percepção desalinhada com a literatura pode ter sido ocasionada devido à realidade vivenciada por eles no dia a dia de trabalho, que conforme Santana (2011), o contador muitas vezes desempenha o papel somente de atender o fisco, não acompanhando as mudanças no ambiente que as empresas estão inseridas e não as auxiliando na tomada de decisões.

Ao comparar as médias dos grupos, observa-se que existe diferença entre a média dos alunos que possuem idade entre 17 e 19 anos, com a média dos que possuem idade entre 19 e 20 anos, variando 0,61 de uma para outra, entretanto ambas são satisfatórias e demonstram a concordância dos alunos com a proposição acima de 80% nos dois casos.

Na sequência, serão analisadas as proposições consideradas incorretas pela literatura.

#### **4.2.2 Análise das proposições falsas**

**Proposição 03:** *As práticas de responsabilidade social são estratégias de marketing para fortalecer a imagem da empresa perante o mercado.*

Os alunos que já conheciam sobre RSC, apresentaram 77,36% de concordantes da proposição, identificando que esse conhecimento pode não ter sido suficiente para deixar claro os objetivos das práticas de uma empresa socialmente responsável para a totalidade dos alunos.

Nota-se que as médias entre os grupos de alunos que possuíam conhecimento sobre RSC e os que não possuíam se diferenciam, variando 0,82 de uma para a outra. Considerando que quanto menor a média da proposição, menos se concorda com a mesma, e ainda, que a média dos alunos que já possuíam conhecimento sobre RSC é superior à média dos alunos que não possuíam. Tal situação remete ao pensamento de que o conhecimento prévio sobre RSC pode ter confundido a percepção dos respondentes, fazendo com que os alunos que nunca haviam tido contato com o assunto obtivessem um melhor resultado. Porém, tal resultado não pode ser considerado satisfatório, pois possui uma média superior a 5, demonstrando que os alunos do grupo concordam total ou parcialmente com a proposição, quando deveriam discordar da mesma.

**Proposição 07:** *As empresas realizam investimentos na área social/ambiental apenas para obter aceitação (legitimidade) no meio em que estão inseridas.*

O grupo que apresentou um maior número de alunos com visão diferente da literatura com relação aos objetivos dos investimentos de uma empresa socialmente responsável foram os que informaram já terem concluído outra graduação, com 87,50% do total de estudantes. Este resultado pode ter sido influenciado pelo conhecimento que o aluno adquiriu na graduação anterior ao curso de Ciências Contábeis, o que aparentemente não parece ter sido suficiente para o bom entendimento do aluno sobre a RSC.

Os alunos que informaram já ter ouvido falar do tema RSC antes da aplicação do questionário também apresentaram um percentual alto de percepção divergente da literatura sobre a proposição (84,91%), identificando que este conhecimento pode não ter sido bem interpretado pelo aluno, ou ainda, foi insuficiente para o bom entendimento das práticas que uma empresa socialmente responsável deve adotar para si.

Os respondentes que possuem idade entre 24 e 37 anos e que estão cursando os anos finais do curso, também estão entre os alunos com percepção diferente da literatura sobre a afirmativa, entendendo-se que apesar de estes alunos serem mais velhos que os demais e ainda, estarem a mais tempo no curso, não foi suficiente para o seu bom entendimento sobre o tema, fato este que pode ter ocorrido devido a não abordagem (ou falta de uma melhor abordagem) do tema.

**Proposição 08:** *As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da coletividade.*

Dentre os três grupos que apresentaram o maior número de alunos com a percepção adequada sobre a proposição, estão os que estudam na IES pública, com percentual de 36,54%, seguido dos alunos que atuam profissionalmente na área contábil com 35% e por último, os alunos com idade entre 17 e 19 anos, representando 33,65%. Porém, apesar do destaque dos grupos citados, de modo geral a percepção dos alunos não foi satisfatória, demonstrando a necessidade de melhor abordagem sobre o tema nas IES estudadas.

Ao analisar as médias dos grupos, percebe-se que a diferença mais significativa foi entre as médias das duas IES, com 0,68. Observa-se que as duas IES apresentaram média superior a 6, considerada não satisfatória, pois demonstra a visão divergente da literatura dos alunos sobre a proposição.

**Proposição 09:** *A responsabilidade social das empresas se limita à geração de lucro para os sócios/acionistas e à contribuição para o crescimento econômico do país.*

Na análise da referida proposição, observou-se que os estudantes com idade entre 19 e 20 anos apresentam o percentual de 71,43% de alunos com percepção divergente da literatura sobre a proposição, seguido de 67,92% do total de alunos que não possuem vínculo empregatício, de 66,46% dos alunos que estudam na IES privada e 63,39% dos alunos que estão nos anos finais do curso.

Os resultados obtidos no grupo dos respondentes com idade entre 19 e 20 anos pode estar relacionado a pouca idade e tempo de experiência destes alunos com o mercado de trabalho e com a vida acadêmica. Observou-se por meio da análise da caracterização do respondente que dos alunos que informaram ter conhecimento prévio sobre RSC, 90,57% trabalham profissionalmente. Além disso, o fato de 67,92% dos alunos que não possuem vínculo com o mercado de trabalho possuírem percepção diferente da literatura sobre a afirmativa em questão, tal constatação pode ter relação exatamente pela falta de experiência profissional.

Na comparação de médias, verificou-se diferença aparente entre as respostas dos alunos da IES pública e privada, possuindo uma diferença entre as médias de 1,41. A média da IES pública (5,08) é considerada mais satisfatória que a da IES privada (6,48), pois está mais próxima de 5, demonstrando a discordância dos alunos com a proposição. O fato de os alunos da IES pública

apresentarem melhores resultados dos que estudam na IES privada pode estar atrelado ao ensino em que é ofertado nas duas instituições.

**Proposição 10:** *As empresas, são visualizadas como grandes consumidoras de recursos, o que contribui para os problemas sociais e ambientais existentes, porém, isso não influencia os consumidores na hora da aquisição de um bem ou serviço das organizações.*

A análise dos dados apresentou um percentual de apenas 30,60% de alunos que discordam com a proposição em um nível de 1 a 5, identificando que a maioria dos alunos apresentam percepção diferente da literatura sobre a afirmativa. A média geral da proposição é 6,55, sendo que esta é superior a 5, e, portanto, não atendendo as expectativas de resultado.

Os três grupos com o maior número de respondentes com percepção divergente da literatura sobre a proposição é formado por alunos que estudam na IES privada (76,83%), que estão cursando os anos finais do curso (75%) e que atuam profissionalmente em outras áreas que não a contabilidade (75,65%).

Os resultados do grupo de alunos da IES privada e dos alunos que pertencem aos anos finais da graduação, podem estar relacionados a falta de abordagem do tema com profundidade no curso de Ciências Contábeis.

O fato de os alunos que atuam profissionalmente na área contábil possuir um percentual alto de alunos que pensam de maneira diferente da considerada adequada pela literatura, pode ter sido ocasionado justamente por estes trabalharem em uma área que não sofre tanto com a rejeição dos clientes por causa da RSC, diferente do que ocorre com as indústrias e empresas que “agridem” o meio ambiente e a sociedade com suas atividades.

Ao realizar a comparação de médias, observou-se a diferença absoluta de 0,81 entre a média do grupo de estudantes da IES pública e privada e também do grupo de estudantes que atuam profissionalmente na área contábil e em outras áreas. Porém, nenhuma das médias foi considerada satisfatória, já que todas são superiores a 5 e informam que os respondentes concordam mais com a proposição do que discordam, quando deveria ser ao contrário.

### 4.3 Análise estatística das médias das proposições

Na sequência na análise, considerando a percepção dos respondentes das proposições apresentadas, faz-se necessário a realização de testes estatísticos de comparação de médias, com o intuito de comprovar se as diferenças absolutas encontradas e já apresentadas podem ser consideradas estatisticamente significativas. Adicionalmente, na Tabela 2 expõem-se as médias absolutas de toda a amostra nas proposições apresentadas e analisadas individualmente anteriormente.

**Tabela 2. Média e expectativa das respostas das proposições**

Proposição	Expectativa de Resposta	Média das respostas
P01	Concordassem	8,50
P02	Concordassem	8,32
<b>P03</b>	<b>Discordassem</b>	<b>6,59</b>
P04	Concordassem	8,87
P05	Concordassem	8,88
P06	Concordassem	7,68
<b>P07</b>	<b>Discordassem</b>	<b>6,85</b>
<b>P08</b>	<b>Discordassem</b>	<b>6,64</b>
<b>P09</b>	<b>Discordassem</b>	<b>5,94</b>
<b>P10</b>	<b>Discordassem</b>	<b>6,55</b>
P11	Concordassem	8,13
P12	Concordassem	8,12
P13	Concordassem	8,74
P14	Concordassem	8,21
P15	Concordassem	8,64

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Na Tabela 2, como já descrito nas análises individuais das proposições, observa-se em geral uma tendência de concordância dos alunos com todas proposições, pois tem-se sempre médias

superiores a 5,00. Porém, as questões falsas de acordo com a literatura obtiveram médias absolutas inferiores as demais, o que era esperado.

Antes de iniciar as análises estatísticas no instrumento, Field (2009) cita a importância de checar a confiabilidade da escala. Neste sentido, optou-se pelo coeficiente Alfa de *Cronbach*, com valor ideal mínimo de 0,7, podendo ser aceito 0,6 para pesquisas exploratórias (Hair Junior *et al.*, 2005). Na presente pesquisa obteve o valor do coeficiente de 0,769, o que comprova a confiabilidade de escala do modelo.

A análise estatística do instrumento deu-se em três etapas, sendo: na primeira foi realizada a avaliação de normalidade das variâncias; na segunda a avaliação das médias das proposições consideradas; e na terceira, foi realizada a comparação das proposições com a segregação da amostra por características coletadas, de modo que, nesta etapa da análise, utilizou-se testes não paramétricos de comparação de médias, como o Teste *Kruskal-Wallis* e o Teste de hipóteses de *Mann-Whitney*, devido o teste *Kolmogorov-Smirnov* indicar a não normalidade dos dados para as quinze proposições.

Utilizando-se a média das respostas corretas (01, 02, 04, 05, 06, 11, 12, 13, 14 e 15) com as incorretas, aplicou-se o Teste de hipóteses de *Mann-Whitney*, onde detectou-se diferença estatística significativa entre os grupos de proposições verdadeiras com as falsas. Logo, as menores médias totais por proposições expostas na Tabela 2 são comprovadas estatisticamente, ou seja, muito embora os respondentes tenham mais concordado que discordado com as assertivas falsas, observa-se que a intensidade de concordância foi menor quando comparada a intensidade de concordância das proposições corretas.

Por meio da segregação da amostra pelas características coletadas, obteve-se dois grupos para: as instituições de ensino; o período do curso; o gênero; o vínculo empregatício; a área de atuação profissional do respondente e, o conhecimento prévio sobre RSC. Já para a idade dos respondentes, obteve-se quatro grupos, e neste caso, foi-se necessário utilizar o teste de *Kruskal-Wallis* para encontrar as eventuais diferenças, que quando detectadas, aplicou-se o Teste *post hoc Mann-Whitney* para detectar em qual(is) grupo(s) existe(m) diferença(s). Para todos os testes foi utilizado nível de significância de 5% e aplicada à correção de *Bonferroni* quando a subamostra era considerada grande (Field, 2009).

Com o uso dos testes estatísticos citados, foi possível avaliar as respostas por proposição com as assertivas de caracterização da amostra. Desta forma, considerando a relação das proposições pela **instituição de ensino** que os respondentes pertencem, os resultados identificaram diferenças nas proposições destacadas por um asterisco (\*) na Tabela 1 (06, 08, 09, 10 e 15), demonstrando que a percepções dos alunos diferem-se de acordo com a IES que estudam. Observa-se que os alunos da IES privada possuíram melhor resultado quanto a percepção das proposições 06 e 15, pois apresentaram médias maiores em ambas as afirmativas, entretanto, pode-se dizer que os dois grupos apresentaram boas médias, já que demonstram a concordância com as afirmativas em um nível acima de 70% nos dois casos.

Nas proposições em que se esperava a discordância dos respondentes, os discentes da IES pública possuíram melhor desempenho que os da IES privada, pois apresentaram médias mais baixas nas afirmativas 08, 09 e 10. Porém, em todas as proposições as médias superiores a 5, demonstrando que em geral, os alunos mais concordam com as proposições do que discordam, quando o resultado deveria ser o contrário.

Os **períodos/anos** que os discentes estão cursando também foi alvo de análise, a fim de verificar se com o passar dos anos letivos a percepção dos discentes altera-se. Neste sentido, o Teste *Mann-Whitney* indicou diferenças nas proposições 04, 05, 07 e 11, conforme destacado na Tabela 1. Com isso, pode se presumir que os alunos que estão nos anos finais do curso apresentam melhores resultados em três das quatro proposições que apresentaram diferenças de percepções (04, 05 e 11). Entretanto, as médias dessas proposições é adequada nos dois grupos, pois de forma geral, os alunos apresentaram médias superiores a 8, demonstrando a concordância com as afirmativas em quase sua totalidade. Na Proposição 07, os dois grupos apresentaram médias superiores a 6,5, indicando a concordância e forma geral com a proposição, quando deveriam estar discordando da mesma.

A **idade dos respondentes** foi dividida em quatro grupos, sendo: (G1) Alunos com idade igual ou superior a 17 anos e menor ou igual a 19 anos; (G2) Alunos com idade superior a 19 anos e inferior ou igual a 20 anos; (G3) Alunos com idade superior a 20 anos e menor ou igual a 24 anos e (G4) Alunos com idade superior a 24 anos e menor ou igual a 37 anos. Ao realizar-se a comparação entre os grupos da idade dos respondentes, verificou-se diferença estatística entre os quatro grupos quando comparados, sendo eles: G1-G2; G1-G3; G1-G4; G2-G3; G2-G4 e G3-G4. Tais resultados demonstram que a percepção dos alunos com idade de 17 a 19 anos, divergem das percepções dos

alunos com idade entre 19 a 20 anos, na afirmativa de que os contadores devem acompanhar o contexto em que as empresas estão inseridas para poder auxiliá-las, desempenhando assim, suas funções com qualidade (Proposição 15). Este resultado pode estar relacionado à pouca idade dos alunos de ambos os grupos, que conseqüentemente devem possuir menos experiência acadêmica e profissional que os grupos de alunos com idades superiores a 20 anos. Além disso, esta falta de experiência pode ter deixado os alunos em dúvida na hora de concordar ou discordar da afirmativa. Entretanto, as médias de todos os grupos na proposição estão superiores a 8,00 e podem ser consideradas adequadas, por demonstrar um nível de concordância geral em 80% com a afirmativa.

Na comparação entre os grupos por **gênero**, o Teste *Mann-Whitney* indicou a existência de diferença estatisticamente significativa nas proposições 02, 05, 06, 13, 14 e 15. Observa-se por meio da Tabela 1, que as mulheres apresentaram melhores resultados que os homens em todas as proposições em que os grupos demonstraram possuir diferenças de percepções. Porém, apesar das mulheres apresentarem melhores resultados, em todas as afirmativas o nível de concordância dos alunos de ambos os gêneros foi superior a 70%, indicando o bom entendimento dos mesmos.

Na sequência, realizou-se a análise das proposições segregadas pelos respondentes que não possuem e os possuem **outra graduação** concluída. Os resultados dos testes não indicaram diferenças estatísticas, demonstrando que as diferenças de médias por número absolutos encontradas na primeira análise nas Proposições 02, 06, 11 e 13, não podem ser consideradas estatisticamente válidas.

Considerando os respondentes que possuem **vínculo empregatício** e os que ainda não possuem, a Tabela 1 demonstra que os grupos divergem de percepções somente na Proposição 06. Cabe citar também, que os alunos que não possuem vínculo com o mercado de trabalho apresentaram uma melhor média geral do que os alunos que possuem vínculo trabalhista. Todavia, os dois grupos de alunos exibiram bons resultados ao demonstrar concordância com a proposição em um nível superior a 75%.

Por meio da Tabela 1, é possível identificar que os discentes subdivididos por grupos de **área de atuação profissional** (atuantes da área contábil e atuantes de outras áreas), discordam de três (04, 10 e 11) das dez proposições que estão relacionadas com as práticas de organizações socialmente responsáveis. Cabe destacar também, que os alunos que atuam profissionalmente na área contábil, apresentaram melhores médias que os discentes que atuam em outras áreas nas duas proposições em que se tinha como expectativa de resposta a concordância dos respondentes (04 e 11), além de demonstrarem uma percepção mais adequada sobre as mesmas. No entanto, na proposição número 10, em que se esperava a discordância dos discentes, apesar dos grupos apresentarem diferenças estatísticas entre suas percepções, ambos apresentaram resultados insatisfatórios, pois apresentaram médias acima de 6,00 nos dois casos, quando estas deveriam ser o mais próximo de 1,00, representando a percepção adequada dos respondentes com relação a afirmativa.

Ao realizar a análise sobre as diferenças estatísticas encontradas por grupo de **conhecimento prévio sobre RSC**, observou-se que os alunos divergem de percepção nas Proposições 03 e 11. Ambos os grupos apresentaram médias superiores a 6 para a Proposição 03, a qual é considerada falsa pela literatura, demonstrando que os alunos mais concordam do que discordam da mesma, não sendo um resultado satisfatório. Considerando a Proposição 11, os alunos que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC antes da aplicação do questionário, apresentaram melhores resultados que os que não possuíam. Porém, ambos os grupos apresentaram médias satisfatórias com relação a afirmativa.

Vale ressaltar, que nas comparações de médias por diferenças de números absolutas, não foram encontradas diferenças aparentes entre as proposições e grupos: (i) na Proposição 15 do grupo por IES; (ii) nas Proposições 4, 5 e 11 dos grupos por período do curso; (iii) nas Proposições 2, 5, 6 e 15 dos grupos por gênero; (iv) na Proposição 6 dos grupos por vínculo empregatício; (v) nas Proposições 4 e 11 dos grupos por área de atuação profissional; e (vi) na Proposição 11 dos grupos por conhecimento prévio sobre RSC.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito desta pesquisa foi o de identificar a percepção dos futuros contabilistas sobre a adoção e divulgação de práticas socialmente responsáveis. Para atender o objetivo central da pesquisa, este estudo procurou conhecer e avaliar: (i) o conhecimento prévio dos estudantes sobre RSC; (ii) a visão dos alunos sobre as práticas de empresas socialmente responsáveis e (iii) a percepção dos respondentes sobre a relação da contabilidade com a RSC.

Os resultados referentes ao conhecimento prévio dos alunos sobre RSC indicam que 80,22% dos pesquisados afirmaram não ter tido contato com o tema. Daqueles que afirmaram ter contado

(19,78%), 64,15% destes foi por meio da mídia (jornais, televisão, internet e outros). Tal constatação indica a possível falta de abordagem sobre o tema nos cursos de Ciências Contábeis das IES estudadas. Cabe ainda citar que, dos discentes que informaram possuir conhecimento prévio sobre RSC (19,78%), somente 75% descreveram seu entendimento sobre o assunto. Dos que descreveram, 40% apresentaram descrições não condizentes ou incompletas com o tema. Tal resultado demonstra que o conhecimento prévio sobre RSC, o qual em sua maioria foi adquirido por meio da mídia, o que pode não ter sido suficiente para proporcionar um entendimento adequado sobre o tema aos respondentes.

No que tange aos resultados das proposições sobre as práticas de empresas socialmente responsáveis, observou-se de forma geral que as questões em que esperava-se a concordância dos alunos apresentaram boas médias. Entretanto, nenhuma das afirmativas que foram consideradas como incorretas tiveram a total discordância dos alunos, muito embora tenha sido detectado médias menores e estatisticamente significativas nas assertivas incorretas (quando comparadas as corretas), identificando que os discentes não possuem conhecimento suficiente sobre o assunto para identificar quais práticas não são características de empresas socialmente responsáveis. Entende-se também que a capacidade de discernimento por parte dos estudantes só pode existir, ou ser melhorada, se estes tiverem um contato mais aprofundado com o tema RSC.

Considerando a visão dos estudantes sobre a relação da contabilidade com a RSC, observa-se que a maior parte dos discentes (acima de 92%) concordam com as proposições sobre o assunto. Porém, é válido ressaltar que nas três proposições apresentadas sobre a relação da contabilidade e RSC, o grupo de alunos que atuam profissionalmente na área contábil foram destacados por possuir um dos maiores percentuais de discordância com as afirmativas. Tal resultado pode estar relacionado ao fato de que a elaboração e divulgação dos relatórios sociais não é obrigatória (MILANI FILHO, 2008), e ainda, considera-se que em muitas situações os profissionais contábeis são vistos pelas empresas como profissionais que ajudam as organizações a prestarem contas com o fisco, e não como uma ferramenta para auxiliar nas decisões organizacionais (SANTANA, 2011). Diante disto, os alunos que atuam na área contábil vivenciam tal situação, o que pode ter influenciado no seu entendimento sobre qual é o papel que ele pode estar desenvolvendo junto as empresas enquanto contabilista e como contribuir com a RSC dentro das organizações.

As contradições observadas na percepção dos estudantes, vão de encontro aos resultados encontrados por Leal *et al.* (2008), em que um percentual considerável da amostra não possui uma percepção coerente acerca do assunto. Além disso, os resultados deste estudo, corroboram com as afirmações de Leal *et al.* (2008) e Vanzo e Souza (2008), os quais citam que as instituições de ensino que oferecem o curso de Ciências Contábeis precisam abordar de forma mais veemente conteúdos ligados a RSC, para que os alunos passem a ter conhecimento e entendimento sólido sobre esta temática.

Ademais, de forma geral, os cursos das duas IES analisadas parecem não abordar o tema de forma direta em sala de aula, o que foi comprovado na análise das ementas dos cursos estudados, dificultando o conhecimento dos discentes sobre quais são as ações de empresas socialmente responsáveis e como elas podem impactar as organizações. Neste sentido, sugere-se que seja incluído este importante tema na grade curricular dos cursos, ou ainda, no plano de ensino de alguma disciplina da grade, de modo que, seja trabalhado este conteúdo de forma clara e direta aos alunos. Para que sejam supridas as necessidades que existem no mercado, e para que seja cumprido o que determinada a Política Nacional de Ensino, abordada pela Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999 e pelo Decreto Nº 4.281 de 25 de junho de 2002.

Os resultados do presente estudo não devem ser generalizados, pois a pesquisa foi realizada somente em duas IES, sendo que a amostra utilizada é não probabilística por conveniência, além de ter limitação temporal, pois foi realizada no ano de 2015.

Para futuras pesquisas sugere-se que sejam feitas investigações que busquem identificar as percepções de alunos de outras IES públicas e privadas de regiões e países distintos, a fim de viabilizar a comparação dos resultados. Sugere-se também que a pesquisa seja realizada em outros cursos, como por exemplo, Administração, pois sabe-se que os administradores e os profissionais contábeis possuem atribuições profissionais ligadas diretamente às organizações, necessitando possuírem uma boa percepção sobre esse importante tema que é a RSC, que pode gerar benefícios para toda a sociedade.

## REFERÊNCIAS

Alberton, L., Carvalho, F. N. de, & Crispim, G. H. (2004). Evidenciação da responsabilidade social/ambiental na perspectiva de um novo contexto empresarial. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 4, São Paulo. Anais... São Paulo.

Alonso-Almeida, M. del M., Navarrete, F. C. F., & Rodriguez-Pomeda, J. (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*, 24(1).

Arantes, A. de O., Freire, F. de S., & Barreto Junior, E. A. M. (2013). Theory of identity: the study of the existence of similar socio-environmental actions in the Brazilian electricity sector. *BBR - Brazilian Business Review*, 10(2).

Beuren, I. M., & Söthe, A. A. (2009). Teoria da Legitimidade e o custo político nas evidenciações contábeis dos governos estaduais da região sudeste do Brasil. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 3(5).

Braga, J. P., Cruz, C. F., Barbosa, E. T., Oliveira, J. R. S., & Silva, D. B. (2008). Responsabilidade Social Corporativa: A percepção dos estudantes do curso de graduação em ciências contábeis de uma IES pública do Estado da Bahia. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 8, 2008, São Paulo. Anais... São Paulo.

Braga, C. T. (2010). Liderança e Sustentabilidade: Uma visão a partir do campo do trabalho. In: I Fórum Internacional de Liderança e Sustentabilidade: Soluções Transformadoras, 1, 2010. Anais... São Paulo.

Brito, H. L. L. (2004). Ações de Responsabilidade Social Corporativa: A quem são dirigidas? *Revista Pretexto*, 5(1), 13-24.

Bronn, P. S., & Vrioni, A. B. (2001). Corporate social responsibility and cause-related marketing: an overview. *International Journal of Advertising*, 20(2), 207-222.

Bertoncello, S. L. T., & Chang Júnior, J. (2007). A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. *Revista FACOM*, 17.

Carrol A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, July-August.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Métodos de pesquisa em administração*. (10. ed.) Porto Alegre: Bookman.

Cormier, D. & Magnan, M. (1997) Investors' Assessment of Implicit Environmental Liabilities: An Empirical Investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16, 215-241.

Dawkins, C. E., Jamali, D., Karam, C., Lin, L., & Zhao, J. (2014). Corporate Social Responsibility and Job Choice Intentions: A Cross-Cultural Analysis. *Business & Society*, 1-35.

Decreto N° 4.281/02. (2002). Regulamenta a Lei no 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências.

Dias Filho, J. M., & Machado, L. H. B. (2008). *Abordagens da Pesquisa em Contabilidade*. In: IUDÍCIBUS, S. de; LOPES, A. B. (Coordenadores). *Teoria Avançada da Contabilidade*. 3. São Paulo: Atlas, cap. 01, 15-64.

Eon, F. (2014). O que é responsabilidade social? *Revista Responsabilidade Social.com*. Disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social-pdf/>>. Acesso em: 22 de dezembro de 2015.

Ethos, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. (2013). Disponível em <<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Gloss%C3%A1rio-Indicadores-Ethos-V2013-09-022.pdf>>. Acesso em 04 de julho 2017.

Field, A. (2009). *Descobrimo a Estatística usando o SPSS*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed.

FIPECAFI. (2013). Manual de Contabilidade Societária: Aplicável a todas as Sociedades de acordo com as Normas Internacionais e do CPC. 1ª. ed. São Paulo: Atlas.

Garay, Â. B. S. (2006). A responsabilidade social corporativa (RSC) como elemento de atração de talentos: Percepção dos alunos destaques do curso de administração. *READ: Revista Eletrônica de Administração*, 12(3).

Hair Junior, J. F.; Babin, B.; Money, A. H., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.

Hendriksen, E.S., & Van Breda, M.F. (1992). *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas.

Leal, E. A., Medeiros, C. R. O., & Borges, J. F. (2008). A Influência da Responsabilidade Social Corporativa no comportamento do estudante de Ciências Contábeis. *Contextus Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 6(2), 45-54.

Lei nº 9.795/99. (1999). Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências.

Lourenço, A. G., & Schroder, D. S. (2003). Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*, 2, 77-119.

Macêdo, N. M. M. N., & Oliveira, A. C. C. (2012) A Responsabilidade Social Corporativa Sob a Ótica do Consumidor: Uma Investigação a Partir da Percepção de Estudantes Universitários. In: IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGET, 9, 2012, Resende. Anais...

Milani Filho, M. F. (2011). Avaliação de Desempenho de Organizações Filantrópicas: Uma Abordagem Quantitativa Baseada na Eficiência. *Revista de Economia & Relações Internacionais*, 9, 101-120.

Milani Filho, M. F.; Habib, C. V. S., & Milani, A. M. M. (2010). A Responsabilidade Social Corporativa e o Papel da Contabilidade sob a Ótica Discente. *Revista Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 5(1).

Ministério da Educação – Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior - CNE/CES nº 10/2004. Disponível em: <<http://www.portal.mec.gov.br>>. Acesso em: 05 de abril, 2015.

Passos, E. (2004). *Ética nas Organizações*. São Paulo: Altas.

Santana, N. L. O. (2011). O uso da contabilidade como instrumento de apoio à tomada de decisão: Um estudo de caso no Grupo Centro Picos. 2011. *Monografia, Universidade Federal do Piauí – UFPI. Câmpus Senador Helvídio Nunes de Barros – CSHNB, Picos*.

Schmidt, M. A., & Cracau, D. (2015). Cross-Country Comparison of the Corporate Social Responsibility Orientation in Germany and Qatar: An Empirical Study among Business Students. *Working Paper*, 4.

Silva, R. C. M. da, & Chauvel, M. A. (2010). O Ensino da Responsabilidade Social na Graduação em Administração: Um Estudo Quantitativo sobre a Percepção dos Estudantes. *REAd – Revista de Administração*, 16(1).

Souza, F. P., & Baydia, T. K. N. (2016). Governança Corporativa na Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) como mecanismo de aperfeiçoar a Gestão na Agência. *Revista Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 11(1).

Starosky, L. S. F., & Rauch, R. (2011). A presença do tema responsabilidade social no currículo de formação do contador de instituições do Vale do Itajaí – SC. *Revista de Estudos Contábeis*, 2(3), 34-52.

Vanzo, G. F. S., & Souza, V. P. (2008). Um estudo sobre a influência da disciplina contabilidade social ou ambiental na formação profissional e social dos futuros contadores. In: Congresso Brasileiro de Contabilidade, 18, 2008, Anais...Gramado. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade.

Yilmazdogana, O. C., Secilmisa, C., & Cicek, D. (2015). The effect of Corporate Social Responsibility (CSR) perception on tourism students' intention to work in sector. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1340–1346.