

Responsabilidade Social: Um estudo sobre o entendimento dos Contadores do Município de Jaguaratama quanto a Responsabilidade Social

Antônia Márcia Barbosa de Lima¹; João José Anselmo dos Santos²

Resumo: O estudo teve como objetivo geral verificar o entendimento dos contadores investigados quanto a Responsabilidade Social - RS. Já os específicos foram: caracterizar os profissionais considerados no estudo quanto alguns aspectos profissionais, verificar o entendimento dos profissionais investigados quanto ao conceito e implicações da RS no contexto contábil, analisar a realidade de aplicação por parte dos escritórios envolvidos junto a sua clientela. Foi realizado no Município de Jaguaratama-Ce, transcorreu de fevereiro a novembro de 2019 e foi conduzido junto a profissionais contábeis atuantes no referido município que se enquadraram nos critérios de inclusão no estudo considerados. O mesmo caracterizar-se por ser de natureza básica, exploratório e com a abordagem qualitativa. O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário estruturado com questões abertas e a análise das respostas dadas se deu através do método de análise de conteúdos. Os profissionais contábeis investigados apresentam um nível considerável de entendimento quanto a responsabilidade social. A não solicitação de serviços contábeis relacionados à RS voltada ao setor empresarial em Jaguaratama-Ce deve-se ao fato que o mercado não exigir, segundo os profissionais contábeis considerados.

Palavras Chaves: Responsabilidade Social, Entendimento. Profissional contábil, Balanço social.

Social Responsibility: A study on understanding of Accountants of the Municipality of Jaguaratama about Social Responsibility

Abstract: The general objective of the study was to verify the understanding of the investigated accountants regarding Social Responsibility - RS. The specifics were: characterize the professionals considered in the study regarding some professional aspects, verify the understanding of the investigated professionals regarding the concept and implications of SR in the accounting context, analyze the reality of application by the offices involved with their clients. It was held in the city of Jaguaratama-Ce, ran from February to November 2019 and was conducted with accounting professionals working in that municipality who met the inclusion criteria in the study. It is characterized by being basic in nature, exploratory and with a qualitative approach. The research instrument used was a structured questionnaire with open questions and the analysis of the answers given was through the content analysis method. The accounting professionals investigated have a considerable level of understanding of social responsibility. The non-solicitation of accounting services related to RS directed to the business sector in Jaguaratama-Ce is due to the fact that the market does not require, according to the accounting professionals considered.

Keywords: Social Responsibility, Understanding. Professional, accounting, Social report.

¹ Graduando do curso de bacharelado em Ciências Contábeis do Centro Universitário Vale do Salgado - UNIVS. Email: marciabarbosalima1@hotmail.com;

² Orientador do estudo. Mestre em Agronomia. Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vale do Salgado - UNIVS. Email: anselmo@fvs.edu.br

Introdução

Conforme as mudanças que a sociedade brasileira vem passando nos últimos anos, atingindo todas as profissões de forma decisiva. Os contabilistas, precisaram se adaptar as alterações de ordem social, tecnológica, econômica e legal. Os demais, público estratégico das empresas, apresentando uma postura responsável social a ser trabalhada.

A responsabilidade social está despertando um grande interesse nos administradores dos mais variados ramos de atividade empresarial, com o objetivo de divulgar suas ações aos grupos que interagem na organização, as empresas que se denominam como cidadãos publicam relatórios sócios, denominados balanços sociais. Essa mudança de paradigmas trouxe várias questões a respeito do trabalho de administradores e contadores dentro das entidades e compreender a contribuição para o desenvolvimento social gerada a partir do trabalho desses profissionais, que deveria atuar não somente no ambiente econômico capitalista, mas com participação na sociedade, buscando uma relação mais sustentável.

A Responsabilidade Social e contabilidade é algo comum, apesar de alguns acharem que não há ligação entre ambos os temas. Mas esse pensamento é algo equivocado, tendo em vista que a contabilidade é uma ciência social e é de seu interesse fazer com que as empresas saibam de sua importância para a área social e que a população possa perceber essa importância. Apesar de a contabilidade ser uma ciência social, essa informação não é de conhecimento das pessoas, pois elas pensam que a contabilidade faz parte das ciências exatas. A partir desse estudo poderemos saber se os profissionais de contabilidade possuem um entendimento sobre responsabilidade social e se os mesmos sabem à importância dela.

Trazar para a discussão o conceito de responsabilidade social é mostrar a importância da prática desta ação nas empresas, pois atualmente a sociedade está muito mais preocupada com meio ambiente, exigindo das empresas comportamento saudável e condizente com a preservação do mesmo. A atuação da contabilidade neste contexto é muito importante para que se alcance a harmonia do relacionamento entre empresa e meio ambiente, não somente para garantir a continuidade da mesma, como de toda a humanidade. Fundamentados nas observações feitas, surgiu a seguinte questão: Qual a realidade de entendimento dos contadores do município de Jaguaratema-CE sobre responsabilidade social?

O presente trabalho teve como objetivo geral verificar o entendimento dos contadores investigados quanto a responsabilidade social. Já os específicos foram: caracterizar os

profissionais considerados no estudo quanto alguns aspectos profissionais; verificar o entendimento dos profissionais investigados quanto ao conceito e implicações da responsabilidade social no contexto contábil; analisar a realidade de aplicação por parte dos escritórios envolvidos junto a sua clientela.

O trabalho esta estrutura inicialmente com a introdução, posterior com o referencial teórico que apresenta os seguintes tópicos: Responsabilidade social empresarial - conceito e suas implicações, A responsabilidade social e a contabilidade, Mercado consumidor do segmento contábil. Na metodologia é possível verificar todos os aspectos metodológicos considerados no estudo. Em seguida segue os resultados e discussões, onde tal tópico foi norteado pelos objetivos específicos definidos. Finalizando com as considerações é que é possível ter uma visão quanto ao desfecho do estudo em função do que foi objetivado.

Referencial Teórico

Responsabilidade Social Empresarial - Conceito e suas Implicações

O tema responsabilidade social se apresenta cada vez mais importante quando se trata das discussões sobre comportamento das empresas como agentes no processo de desenvolvimento. Desse modo, é fundamental que as organizações assumam a ideia não só de produzir bens e serviços, como também de responsáveis pelo bem-estar de seus funcionários e da sociedade. De acordo com Fleta (1995), responsabilidade social é um conjunto de obrigações, que independente de ser ou não reconhecido pelas regras jurídicas, o compromisso com os valores morais e princípios da humanidade devem ser respeitados, sendo que desrespeito destes valores e princípios será a transgressão da norma da cultura.

Importante que algumas empresas já percebiam que o respeito pelo meio ambiente, a valorização do homem e da cultura estão entre os principais fatores para obter vantagens competitivas no mercado. Para Maximiano (2007), ética no contexto de responsabilidade social é a relação entre pessoas, isto é, construir uma sociedade integra onde a comunidade, o governo e as organizações promovam juntos a cidadanias e a responsabilidade, diminuindo a exclusão social e os estragos ambientais oriundos da atual globalização capitalista.

O tema responsabilidade social esta cada vez mais frequente o embasamento em questões éticas, no mundo empresarial onde o objetivo é o lucro num mercado competitivo, ela torna-se um marketing social diante da concorrência para obter vantagem. Conforme Souza

(2011), a empresa que investir em sua identidade e imagem, através de ações de cunho social, ganhar a admiração do seu público estratégico, que são partes envolvidas no negócio, bem como, consolidando sua marca, fortalecendo o processo decisório dos potenciais clientes.

A responsabilidade social provém do compromisso da organização com a sociedade, que vai além de sua participação em gerar empregos, impostos e lucro, mas com o compromisso de realizar o equilíbrio da empresa dentro do ecossistema social, onde ela tem sua atuação responsável e ética em todas as frentes, gerando harmonia com o equilíbrio ecológico, com o crescimento econômico e com o desenvolvimento social.

Segundo Nejaim (2009) citado por Albuquerque et. al (2009, p. 131) afirma

A partir da Constituição de 1998 as empresas mudaram suas ações em relação aos trabalhadores, direito do consumidor e direito ambiental. Na comunidade empresarial, os gestores passaram também a ter a função ética de respeitar os direitos e promover o bem entre os agentes afetados pelas empresas que gerenciam. A sociedade também passou a ter mais consciência em relação à clara necessidade de o mundo praticar um desenvolvimento sustentável, tendo a capacidade de satisfazer as necessidades atuais das pessoas, sem comprometer as gerações futuras.

As organizações estão sendo levadas a assumir, por opção ou por exigência do mercado global, a buscar por um ser socialmente sustentável, comportamento baseado em um conceito ético e transparência em suas relações com seus públicos na condução dos negócios. Para Costa (2007), a noção de responsabilidade social por parte das empresas este bem difundida, ocorrendo principalmente em países considerados mais desenvolvidos por exigências do mercado consumido, pela pressão da sociedade civil e mudanças nas legislações que exigir cada vez mais geração de produtos mais confiáveis e menos prejudiciais a natureza, ou seja, a responsabilidade empresarial, é está se tornando um reflexo do desenvolvimento ético e também que envolva a todos envolvidos.

A responsabilidade social é o comprometimento da organização com a sociedade onde ela deve ter por meio de atos e atitudes positivas, de modo amplo ou específico, agindo de maneira eficiente e sensata no que diz respeito ao seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas com ela. Para Dias (2008) Responsabilidade Social Empresarial - RSE promove um comportamento que integra elementos sociais e ambientais que atendam as expectativas da sociedade em relação a empresa, pois vai além de cumprir obrigações legais em relação ao ambiente o social.

A prática de responsabilidade social empresarial é muito importante para as organizações, pois o desempenho de uma conduta ética e socialmente responsável possibilita à

empresa a conquista o respeito dos públicos. Dias (2008) a RSE apresenta duas dimensões quando consideradas a empresa, interna e externa. Sendo que interna esta relacionada no bem-estar tanto dos colaboradores, quanto das ações, políticas e programas dirigidos aos fornecedores que estão envolvidos na cadeia produtiva. Na dimensão externa a responsabilidade social se estende muito além das empresas, inclui as comunidades locais e um amplo leque de interlocutores como: consumidores, autoridades públicas e Organizações não governamentais.

Desse modo, a concepção de responsabilidade social empresarial implica em um novo papel da empresa dentro da sociedade, avançando para um âmbito além do mercado, como agente autônomo no seu interior, convencido de seus direitos e deveres, fugindo assim do âmbito exclusivamente econômico, assim a empresa passar a ser vista cada vez mais como um sistema social organizado em que se desenvolvem relações diversas, além da estritamente econômica. Oliveira e Serpa (2007) salientam que relacionar a marca de uma empresa a conceitos e valores éticos implica em obter lucratividade e competitividade, mas para isso é necessário adotar uma postura correta em relação aos seus funcionários, consumidores, e fornecedores, no contexto da legislação, direitos humanos e meio ambiente, para conquistar o consumidor que está mais esclarecido quanto a sua cidadania.

Uma gestão empresarial socialmente responsável traz uma compensação positiva de reputação e valor corporativo, com comportamentos corporativos comprometidos com seu público estratégico. Para Dias (2012), a adoção de valores ligados à filosofia da Responsabilidade Social conduzirá ações socialmente responsáveis, sendo que estas ações proporcionarão uma reputação positiva da organização perante o seu público estratégico. A reputação incrementará a confiança, a produtividade e a rentabilidade.

A Responsabilidade Social e a Contabilidade

O contabilista, atualmente lida e proporciona diretamente o desenvolvimento socioeconômico da humanidade. Diante deste contexto o contador não pode ser visto apenas como o profissional dos números, e sim um profissional que agrega valor, espírito investigativo, consciência crítica e sensibilidade ética. Para Greco e Arend (2013), as informações da contabilidade permitiram aos seus usuários uma avaliação da situação patrimonial da entidade, assim o objetivo da contabilidade é a apresenta relatório contendo elementos importantes para ajuda os usuários na tomada de decisões.

Diante da perspectiva que o gesto, agora tem a necessidade de preocupa-se não somente com a gestão do negócio, como também o bem-estar da sociedade, incluído o social e reconhecendo os problemas socioculturais e econômicos como um todo no meio em que interagem.

Vendo esta perspectiva é necessário que a contabilidade inclua-se aos novos paradigmas de desenvolvimento sustentável, trabalhando no sentido de desenvolver demonstrativos que evidencie os métodos de uma gestão participativa entre os públicos estratégicos, já que ela é a principal responsável pelo levantamento de dados das organizações para as tomadas de decisão.

O Balanço Social é uma ferramenta de fundamental importância para a empresa demonstra suas atividades em programas sociais para os funcionários, a comunidade e o meio ambiente, oriundos das prestações contas anual da empresa, permitindo a comprovação de seu desempenho no campo social. Para Lagioia e Lira (2009), o Balanço Social é uma evolução dos relatórios contábeis, seu nascimento foi devido uma demanda da sociedade com relação a prestação de conta das organizações, exigindo que estas passassem a dar transparência das suas atividades em relação ao social e suas variações patrimoniais para a sociedade.

O Balanço Social tem por finalidade torna a responsabilidade social empresarial pública e construir vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente. Tendo um enfoque na contabilidade social empresarial, mostrando a preocupação da empresa com a interação e a responsabilidade com o meio ambiente em qual está inserido. Conforme Tinoco (2010), o Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente, as informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais executadas pelas entidades, aos mais diferentes usuários da informação, na busca do desenvolvimento sustentável.

As demonstrações apresentadas no Balanço Social é uma prestação de contas à sociedade. De comprovar a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da organização, demonstrando por meio de indicadores as contribuições à qualidade de vida da população. Assim, assegurar um bom relacionamento com seu público, como dar confiabilidade ao cliente na hora de adquirir os produtos ou serviços. São estes os principais motivos para que as organizações necessitem realiza suas demonstrações. Para Tinoco (2010), o Balanço Social tem como objetivo ser imparcial e comunicar as informações que satisfaça à necessidade de quem dele precise.

Os profissionais da contabilidade sabendo de sua responsabilidade para com o social e o ambiente, através do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), por meio da Resolução CFC

nº 1.003/04, aprova em agosto de 2004 a Norma Brasileira de Contabilidade – NBC T 15, que versa sobre as informações de natureza social e ambiental.

Conforme Pereira (2017), a contabilidade é muito importante para o desenvolvimento e crescimento do país, sendo que cada escritório aberto será mais pessoas sendo admitidas, saindo da classe mais baixa e conseguindo uma boa educação. O papel empreendedor das organizações e profissionais contábeis contribui para a geração de empregos e aumento da renda. Por este motivo não se pode pensar em desenvolvimento sem pensar em melhorias das condições de vida, como a saúde, educação, lazer, cultura.

Sendo que o papel do contador é de fundamental importância porque este profissional é quem prepara as demonstrações contábeis e informando a evolução ou não da empresa. A constituição de empresas sólidas é indispensável para o desenvolvimento da economia, possibilitando a movimentação de renda e empregos, porém elas necessitam de informações econômicas e financeiras de maneira rápida para a tomada de decisões, esta necessidade é suprida pelo contador que tem qualificações técnicas para contribuir para o desenvolvimento econômico-social como um todo. Para Greco e Arend (2013), o planejamento da contabilidade é tarefa típica do contador, que estuda a natureza da entidade, verifica as operações ela realizará e planeja a formar de registra-las e evidencia-las.

A NBC T 15, criada em 01 de janeiro de 2006, que estabelecer procedimentos para evidenciação de informação de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade. De acordo com a norma informações de natureza social e ambiental que constarão na referida demonstração deverão fazer referência a: geração e distribuição de riqueza, recursos humanos, interação da entidade com o ambiente externo e interação com o meio ambiente.

Conforme a NBC T 15, 01 de janeiro de 2006, a Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, ora instituída, quando elaborada deve evidenciar os dados e as informações de natureza social e ambiental da entidade, extraídos ou não da contabilidade, de acordo com os procedimentos determinados por esta norma.

Portanto, a classe contábil está preocupada com o social e meio ambiente, já adotou medidas direcionadas a proteção, preservação e controle do patrimônio humano, criando mecanismos contábeis eficaz, orientando os empresários na aplicação dos mesmos para satisfazer as necessidades da empresa e da sociedade.

Mercado Consumidor do Segmento Contábil

As grandes empresas buscam ampliar seus negócios a cada dia, assim vem sendo a avassaladora onda do mundo globalizado, e diante essa necessidade o mundo contábil tem que acompanhar essa sistemática, uma vez que a conectividade a cada dia entrar em nossos sistemas, para assim melhorar o que podemos chamar de “burocratização”. Abrindo caminhos para uma nova era no mundo da contabilidade.

A busca para os contadores a nível nacional vem crescendo bastante e no nosso município não é diferente, com a oportunidade das pequenas empresas ou microempreendedores estarem participante de linhas de microcréditos ou de processos licitatórios, a busca por documentação legalizada traz aos contadores mais trabalho e com isso este mercado contábil comemorar a visualização deste espaço. Para Iudícibus, Marion e Faria (2018), diante do leque diversificado de atividades, a tarefa básica do contador é produzir e/ou gerenciar informações uteis aos usuários da contabilidade para a tomada de decisões, bem como informa à sociedade quão bem ou mal a entidade utiliza os recursos conferidos pelos sócios ou pelo povo, exerce um papel de grande relevância nessa mesma sociedade. E com a tecnologia ampla de informações este universo de contabilidade traz inovações para o melhoramento da informação ao cliente.

Duas principais documentações que visivelmente são solicitados para demonstração de regulamentação das empresas são as demonstrações contábeis, pois representam o panorama mais exato da situação econômico-financeira, de nossos clientes, assim vem colaborar na organização, e mostrar a possibilidade dos usuários e interessados em uma avaliação correta e independente da mesma. Para Borinelle e Pimentel (2017), as demonstrações contábeis têm como objetivo auxiliar os usuários na avaliação da posição financeira e patrimonial, lucratividade e rentabilidade, bem como, gerar informações para avaliação de perspectiva futuras da entidade.

A função da contabilidade não é meramente registrar fatos contábeis e sim executados em ações e serviços relevantes no que necessita os clientes, ou seja, realiza uma análise mais profunda sobre os fatos contábeis dando segurança ao cliente (FRANCO, 1992).

Pode também ser considerada como o processo de transformação dos dados constantes das demonstrações financeiras em informações úteis aos diversos usuários das informações contábeis. Para Santos (2012), analisar as informações contábeis é transforma as demonstrações contábeis realizando assim adequadamente uma interpretação dos elementos, bem como,

conhecer os dois aspectos do patrimônio, quais sejam, o econômico e o financeiro, sendo que a situação econômica esta relacionada aplicação do capital e seu retorno à situação econômica que trata de como a empresa esta em relação aos seus compromissos financeiros.

Com este aparelhamento na entrega de informações, onde uma única consulta facilita o acesso às várias informações da determinada empresa, o quem vem tranquilizar o contador como “cuidador” dos documentos de seus clientes.

Conforme Blatt (2001), a contabilidade é a ciência que estuda e controla o patrimônio das empresas, que tem como objetivo os registros dos fatos que afetam a entidade. Esses registros e fatos, tem como resultado a geração de informações para os usuários conhecer a situação econômica e financeira da empresa.

Segundo Ribeira (2017), usuários são todas as pessoas que direta ou indiretamente necessitam das informações fornecidas pela contabilidade, sejam para acompanhar o desenvolvimento da empresa, obter informações sobre a situação de endividamento, a capacidade de pagar suas dívidas, utilizar dados para a tomada de decisões administrativas, econômicas ou financeira.

Dessa forma, a falta dos dados produzidos pela contabilidade não seria possível obter informações uteis e tempestivas da empresa, acarretando maior dificuldade e risco na tomada de decisões pelos usuários. Para Grego e Arend (2013) as informações da contabilidade permitir aos seus usuários uma avaliação da situação patrimonial da entidade, assim o objetivo da contabilidade é a apresenta relatório contendo elementos importantes para ajuda os usuários tomada de decisões.

Portando, a grande missão da contabilidade é produzir informações que atendam adequadamente aos usuários, seja interno ou externo, que contenham as seguintes características: confiabilidade, relevância, compreensibilidade e comparabilidade.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada nos cenários de escritórios de contabilidade do município de Jaguaratama-CE e transcorreu de agosto a novembro de 2019. Caracteriza-se por ser de natureza básica, com procedimento exploratório e abordagem qualitativa. Para Gerhardt e Siveira (2009), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito ou a construir hipóteses, bem como, este tipo de estudo na maioria

das vezes envolvem o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Já em relação a pesquisa qualitativa Gerhardt e Siveira (2009) salientam que não se preocupa com a representação numérica, mas sim, estudar a compreensão de um grupo social. Assim o pesquisador que adotar esta abordagem se preocupa em informar o porquê das coisas, explicar o que convém ser feito, mas não quantificando os valores as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois aos dados analisados são não numéricos.

A mesma envolveu a participação de dois profissionais contadores e foram considerados os seguintes critérios de inclusão: ser registrado no Conselho Regional de Contabilidade – CRC, exercer a função diretamente em escritório contábil, ter mais de cinco anos de atuação no mercado e deseja participar do estudo. O não atendimento a tais critérios excluir automaticamente a participação na pesquisa.

Para a coleta das informações foi utilizado um questionário aberto estruturado conforme os objetivos específicos considerados. Após a aplicação de tal instrumento foi realizada a transcrição das respostas dadas mediante a utilização do programa Microsoft Word versão 2010. A análise se deu através do método análise de conteúdo. Para Gerhardt e Siveira (2009) análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que tem determinadas características metodológicas como objetividade, sistematização e inferência, visando a obter, por meio da leitura das falas, realizadas por meio de entrevistas, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relacionados as condições de produção e recepção dessas mensagens.

Resultados e Discussões

A transcrição das respostas de cada questionamento realizado, foram organizadas e serão apresentadas em quadros a seguir.

Quadro 1 – Caracterização dos participantes quanto alguns aspectos profissionais.

Entrev.	Resposta
A	<i>“Sinto-me seguro no mercado local, tendo em vista da consciência da renovação ao conhecimento, busco me capacitar corriqueiramente deixando disponível ao escritório e colaboradores curso prático da área. Estou na área desde 2010 quando atuei pela primeira vez no setor fiscal de um escritório de contabilidade no município de fortaleza, migrando para Jaguaratama em 2013 para colocar meu próprio negocio”.</i>

B	<i>“Faz 12 anos que estou no mercado contábil, iniciei no mercado local há 2 anos, tenho Pós Graduação em Gestão de Finanças, Auditoria e Controladoria, procura sempre esta me capacitando para acompanhar as mudanças do mercado”.</i>
----------	--

Fonte: Dados do estudo (2019).

O quadro 1 mostra a caracterização dos participantes no estudo quando aos seguintes aspectos: tempo de graduado, tempo de atuação no mercado contábil, tempo de atuação na atual empresa e sua formação. Analisando as informações contidas no quadro, consegue-se identificar que os pesquisados trabalham na área contábil um período considerado. O entrevistado A fala que se sente seguro com o mercado local, procura sempre se capacitar e deixa a critério dos colaboradores cursos práticos na área.

Quadro 2 – Entendimento dos profissionais quanto a responsabilidade social empresarial.

Entrev.	Resposta
A	<i>“É ato de agregar valor intangível chamado felicidades e satisfação seja aos clientes internos (colaboradores) ou para seus clientes externos”.</i>
B	<i>“No meu entendimento a responsabilidade social empresarial está fundamentada na ética e transparência, baseando-se em princípios e valores que visam incorporar às empresas as expectativas das partes interessadas, através do diálogo entre os envolvidos, como: funcionários, clientes, fornecedores, sociedade, governo, meio ambiente e assim servir de ferramenta de gestão para as organizações. A empresa socialmente responsável é aquela que agrega os conceitos de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social, a empresa tem que ter como premissa gerar riquezas para ser considerada financeiramente sustentável, tais riquezas serão distribuídas entre funcionários, sócios, acionistas e assim movimentar a economia local, além disso a empresa deve se submeter às legalidades estabelecidas, obedecer regras e normas, faz parte de suas obrigações, e por fim, ela deve ir além e se preocupar não apenas a obedecer a lei, mas ter um compromisso ético com todos os envolvidos, mostrando respeito aos colaboradores, consumidores, meio ambiente e a sociedade de maneira geral”.</i>

Fonte: Dados do estudo (2019).

Tendo por base o entendimento dos entrevistados, quanto a Responsabilidade Social Empresarial - RSE destacado no quadro 2, sendo que o entrevistado A, apresenta um conhecimento superficial sobre o assunto, enquanto o entrevistado B, tendo um conhecimento bem mais aprofundado sobre o tema, mas ambos apresentam um entendimento quanto a prática de responsabilidade social, no contexto empresarial. Quanto ao relato do entrevistado B, em relação à RSE, vem de encontro que salienta Dias (2008) quanto a dimensão interna e externa de uma empresa no contexto se sua relação com seu *Stakeholder*, isto é, seu público estratégico.

Quadro 3 – Posicionamento dos pesquisados quanto à relação entre responsabilidade social e o diferencial competitivo.

Entrev.	Resposta
A	<i>“Sim, pois se torna um atrativo a mais para seu cliente e para todo público que envolve o seu negocio”.</i>
B	<i>“Concordo. Certamente a empresa que se destaca como responsável social, que demonstra respeito aos seus colaboradores, consumidores, meio ambiente, sociedade em geral será vista como diferencial no mercado, colaboradores respeitados, trabalham satisfeitos e consequentemente produz em melhor escala, consumidores que têm seus anseios atendidos, não procuram a concorrência, o respeito ao meio ambiente, aos envolvidos e à sociedade como um todo, certamente trará um retorno muito positivo para a organização”.</i>

Fonte: Dados do estudo (2019).

O quadro 3 mostra o posicionamento dos pesquisados quanto a concordância ou não sobre o seguinte questionamento: se a responsabilidade social empresarial pode ser um diferencial competitivo. Observa-se que ambos os pesquisados concordam que a prática de RSE representa um diferencial competitivo no âmbito empresarial. O entrevistado B apresenta um maior entendimento, pois destaca que tal prática conduzida com respeito, traz maior satisfação tanto para os colaboradores como para os consumidores. Esse entendimento vai de encontro com que afirma Oliveira e Serpra (2007) quanto à postura que uma empresa deve adotar em relação aos seus colaboradores e consumidores, em estudo envolvendo Responsabilidade Social – SA e sua relação com o aumento da competitividade de uma organização.

Quadro 4 – Posicionamento dos pesquisados quanto à relação entre desenvolvimento de ações de responsabilidade social e fortalecimento da marca de uma empresa.

Entrev.	Resposta
A	<i>“Ações que promovem a responsabilidade social gera satisfação e essa satisfação gera força de mercado, no qual acaba fortalecendo a marca que as promove”.</i>
B	<i>“Certamente. As ações de responsabilidade desenvolvidas por uma empresa tendem a trazer grandes benefícios para a organização e seu meio, essas ações podem inclusive servir de marketing, fortalecendo sua marca no mercado”.</i>

Fonte: Dados do estudo (2019).

O quadro 4 mostrar o posicionamento dos pesquisados quanto a concordância de relação sobre o seguinte posicionamento: desenvolvimento de ações de responsabilidade social e fortalecimento da marca de uma empresa. Observando-se as informações obtidas no quadro, verifica-se que ambos os entrevistados concordam que ações relacionadas a responsabilidade social pode fortalecer a marca da empresa. Tanto os entrevistados A e B tem a visão ampla da

valorização do mercado de trabalho, sabendo que o marketing ainda é a “alma do negócio” e que a responsabilidade social pode contribuir para este marketing. Esse entendimento vai de encontro com que afirma Souza (2011), quanto a postura das empresas em investir em sua identidade e imagem, através de ações sociais, para obter a admiração dos stakeholders, consolidando assim sua marca no processo de decisão dos clientes.

Quadro 5 – Visão dos pesquisados quanto a demanda do mercado local em relação a responsabilidade social.

Entrev.	Resposta
A	<i>“Uma necessidade mediana, pois hoje em dias as pessoas estão usando, comprando ou tomando serviço não só pelo que as empresas tem a oferecer, mas sim pelo demonstram ser”.</i>
B	<i>“O mercado local, por se tratar de um município pequeno e infelizmente com alguns empresários que trazem consigo uma visão, muitas vezes, errônea em relação ao trabalho do profissional contábil, acaba que sofrendo grandes consequências. Vejo prestadores de serviços contábeis que não demonstram a devida preocupação quanto aos serviços oferecidos, consumidores que às vezes procuram apenas os melhores preços e contadores que oferecem os serviços de qualquer maneira, muitas vezes não há a devida responsabilidade com os consumidores, com o serviço oferecido, com os funcionários, com a legislação e muito menos com a sociedade e o meio em que se está inserido. Serviços oferecidos de qualquer jeito, retorno financeiro pequeno e consequentemente uma insatisfação por parte das empresas prestadoras, das empresas consumidoras e da comunidade, de forma geral”.</i>

Fonte: Dados do estudo (2019).

Analisando as informações contidas no quadro, nota-se que o entrevistado A diz que o mercado local a pesar de ter uma demanda mediana quanto à responsabilidade social, as pessoas estão cobrando das empresas atitudes relevantes ao social. Em relação o posicionamento do entrevistado B, ele torna-se mais severo em salienta que devido município ser pequeno os empresários tem a ideia errônea em relação ao trabalho contábil, com isso não desenvolvendo um trabalho com responsabilidade, realizando de qualquer maneira causando insatisfação aos consumidores, por parte das empresas prestadoras dos serviços. Esse entendimento vai de encontro com o que Dias (2012), quanto adotar valores ligados aos preceitos da Responsabilidade Social conduzida com ações socialmente responsáveis, proporcionando uma reputação positiva perante aos seus *stakeholders*.

Considerações Finais

O presente trabalho almejou investigar o entendimento dos contadores do município de Jaguaretama- CE quanto a responsabilidade social, pode-se concluir que os objetivos sugeridos foram alcançados no que se refere a verificar o entendimento dos profissionais do município quanto a responsabilidade social. Pode-se perceber que o tema responsabilidade social esta despertando o interesse dos profissionais estudados, sendo que a prática esta além de cumprir obrigações legais em relação ao meio ambiente e social, mas relacionados ao bem-estar tanto na dimensão interna ou externa da empresa.

Diante do objetivo específico quanto ao entendimento dos profissionais estudados em relação ao conceito e implicações da responsabilidade social no contexto contábil, é possível verificar que embora a Responsabilidade Social Empresarial – RSE caracterize um tema com atuação recente no atual contexto social, os entrevistados possuem certo conhecimento a respeito do mesmo, ainda que de forma superficial como foi detectado por meio da análise, e por sua vez detêm em sua totalidade o entendimento sobre o papel que a RSE desempenha como diferencial competitivo dentro do âmbito organizacional. De forma unânime, pode deduzir que a aplicabilidade de ações relacionadas a RSE são benéficas para o desenvolvimento das entidades e contribuem de maneira considerável para que a empresa tenha sua marca fortalecida perante os clientes.

Quanto aplicação por parte dos escritórios local em relação a responsabilidade social, constata-se que a prática da RSE não é requerida pelos consumidores devido ao município ser de porte pequeno, nota-se que os profissionais contábil não tem a preocupação em realizar uma pratica constante em relação a Responsabilidade Social devido a não exigência do mercado. Apesar de que o mesmo percebe como favorável ao progresso tanto social quanto econômico, é perceptível que se torna necessário à adoção de postura que seja condizente como a exigência mercadológica e com os preceitos ambientais, pois tanto os clientes como a sociedade demandam uma atuação socialmente responsável.

Referências

ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, Ferramentas e Aplicações**. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

BLATT, Adriano. **Análises de balanços** – estrutura e avaliação das demonstrações financeiras e contábeis. São Paulo: Makron, 2001.

BORINELLI, Márcio Luiz e PIMENTEL, Renê Coppe. **Contabilidade para gestores, analistas e outros profissionais**: de acordo com os pronunciamentos do CPC (Comitê de Pronunciamentos Contábeis) e IFRS (Normas Internacionais de Contabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597013962/cfi/6/10!/4/12@0:68.5>>. Acesso em 06 de novembro de 2019.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. NBC T 15: Informações de Natureza Social e Ambiental. Brasília, 2004. Disponível em: <www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res1003.htm>. Acesso em: 05. maio. 2019.

COSTA, Eduardo Homem. Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial. Rio de Janeiro: E. Homem da Costa, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental**: Responsabilidade Social e Sustentabilidade. São Paulo: Atlas S.A, 2008. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/>>. Acessado em 04 de outubro de 2019.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade Social**: Fundamentos e Gestão. São Paulo: Atlas S.A, 2012. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/>>. Acessado em 04 de outubro de 2019.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARION, José Carlos e FARIA, Ana Cristina de. **Introdução à teoria da contabilidade**: para graduação – 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011630/cfi/6/2!/4/2/2@0:0.00>>. Acessado em 05 de novembro de 2019.

FRANCO, Hilário. **Estrutura, análise e interpretação de balanços**. São Paulo: Atlas, 1992.

FLETA, Luís Solano. Fundamentos de Las Relaciones Públicas. Madri: Síntesis AS, 1995.

GERHARDT e SILVEIRA, Tatiana Engel e Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acessado em: 19/09/2019.

GRECO e AREND, Alvisio e Lauro. **Contabilidade**: teoria e prática básica. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502206328/cfi/4!/4/4@0.00:5.52>>. Acessado em 27. Outubro. 2019.

LAGIOIA, Umbelina Cravo Teixeira, LIRA, Zarah Barbosa. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**: Conceitos, Ferramentas e Aplicações. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução a Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NEJAIM, Drayton. Orientados para o bem. **Revista Negócios PE**, ano II, edição 10, 2009.

OLIVEIRA, Fabrício Tancredo de; SERPA, Maria Joseane de Jesus. RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM DIFERENCIAL MAIS QUE COMPETITIVO. **XI Encontro Latino**

Americano de Iniciação Científica e VII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba. p. 2339 – 2342. 207. Disponível em: http://www.inicep.g.univap.br/cd/INIC_2007/trabalhos/sociais/inic/INICG00019_01C.pdf Acesso em: 19 set. 2019.

PEREIRA, Janaina Trindade. O Papel do Contador no Processo de Desenvolvimento e Crescimento Brasileiro. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento.** Edição 04. Ano 02, Vol. 01. pp 674-686, Julho de 2017. <>. Acessado em: 09 de maio de 2019.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Básica Fácil.** 29ª Edição. Saraiva, 2017.

SANTOS, A.N. **Análise das demonstrações contábeis.** 10º ed. São Paulo: Veredas, 2012.

SOUZA, Adriana Gomes. **Responsabilidade Social Empresarial – Ética ou Marketing.** Rio de Janeiro: Synergia, 2011. <>. Acessado em: 07 de novembro de 2019.

TINOCO, João Eduardo, Prudêncio. **Balanço Social e o relatório da Sustentabilidade.** Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010. Disponível em: < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522466436/recent> >. Acessado em 07 de novembro de 2019.



Como citar este artigo (Formato ABNT):

LIMA, Antônia Márcia Barbosa de; SANTOS, João José Anselmo dos. Responsabilidade Social: Um estudo sobre o entendimento dos Contadores do Município de Jaguaretama quanto a Responsabilidade Social. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Dezembro/2019, vol.13, n.48, p. 545-560. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 21/11/2019

Aceito: 26/11/2019