



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**



ALINE AILA VIEIRA DE SOUSA

**A UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SÓCIO-AMBIENTAIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DE
PAPELARIA E GRÁFICAS NA CIDADE DE CAJAZEIRAS - PB**

Sousa-PB
2011



Biblioteca Setorial do CDSA. Janeiro de 2023.

Sumé - PB

ALINE AILA VIEIRA DE SOUSA

**A UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SÓCIO-AMBIENTAIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DE
PAPELARIA E GRÁFICAS NA CIDADE DE CAJAZEIRAS - PB**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande, vinculada à linha de pesquisa da Contabilidade Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^ª.Esp. Cristiane Queiroz Reis

ALINE AILA VIEIRA DE SOUSA

**A UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SÓCIO-AMBIENTAIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DE
PAPELARIA E GRÁFICAS NA CIDADE DE CAJAZEIRAS - PB**

Esta monografia foi julgada adequada para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada na forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande – PB, Campus Sousa.

Monografia aprovada em ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Esp. Cristiane Queiroz Reis – Orientadora.
Universidade Federal de Campina Grande – UFCG

Lúcia Silva Albuquerque
Membro

Maria de Fátima N. Barbosa
Membro

SOUSA – PB __ / __ / 2011

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu, abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido Trabalho de Conclusão de Curso, Intitulado: A utilização de práticas sócio-ambientais: um estudo nas empresas de papelaria e gráficas na cidade de Cajazeiras - PB, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio. Portanto, ficam a Instituição, o Orientador, e os demais Membros da Banca Examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa, __ de dezembro de 2011

Aline Aila Vieira de Sousa

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, Maria de Fátima e Francisco Vieira, fonte de inspiração e exemplo de esforço e dedicação, e ao meu irmão, Francisco Alan, companheiro de todas as horas e meu namorado Arionilson.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me conceder sabedoria para a realização deste trabalho.

Agradeço aos meus pais, meu irmão, meu namorado pelo carinho sempre dedicado e por acreditarem sempre em meu potencial e por toda ajuda e compreensão concedidos nos momentos mais difíceis.

A minha orientadora Cristiane Queiroz Reis, por toda sua paciência, compreensão, e dedicação concedidos na realização deste trabalho. A você a minha admiração e gratidão.

A todos os professores e funcionários que fazem a Universidade Federal de Campina Grande, Campus Sousa, pela dedicação durante o curso.

"A responsabilidade social e a preservação ambiental significa um compromisso com a vida".

João Bosco

RESUMO

A responsabilidade empresarial sócio-ambiental tornou-se algo muito debatido, onde o compromisso com o social já pode ser evidenciado em muitas empresas colaboradoras, que buscam melhores condições de vida, na sociedade sob consequência dos efeitos provocados por suas ações sociais, o que provoca mudanças no comportamento da sociedade sendo capaz até de reduzir os problemas sociais. A presente monografia tem como objetivo a identificação das práticas sócio-ambientais utilizadas por empresas de papelaria e gráfica da cidade de Cajazeiras-PB. O trabalho é abordado demonstrando um novo contexto econômico, onde as empresas usam da responsabilidade social para agregar valor a sua marca, além de evidenciar sistema de gestão ambiental como maneira de subsidiar melhor convívio com o meio natural sem causar-lhe danos. O método utilizado foi pesquisa qualitativa e de campo, por meio da aplicação de um questionário junto a sete (7) empresas no ramo de papelaria e gráfica. A escolha desta teve em vista o "porte" da empresa, e as informações foram coletadas através de questionário baseado na escala de Likert, aplicado aos gestores das empresas pesquisadas. Os resultados apresentados identificaram a existência de indicadores da responsabilidade sócio-ambiental, havendo uma concordância significativa e média de 100% para: 1) Preocupação com os aspectos ambientais que envolvem o seu ramo de atividade. Neste indicador percebeu-se a existência, contudo, nem todas as colocam em prática. 2) Campanhas internas de redução de consumo da água, energia e reciclagem de materiais. A prática deste indicador é evidente por estar ligado a redução de custos. 3) Visitação de órgãos de fiscalização de prevenção ao meio ambiente. Sua existência é notória em todas as empresas entrevistadas. Concluiu-se que, a maioria das empresas estão preocupadas em adotar práticas de responsabilidade socioambiental. Constatou-se ainda a presença destes indicadores desenvolvendo ações em defesa do meio ambiente, sendo que estas ainda não ocorrem de maneira intensa.

Palavras-chave: Contabilidade Ambiental. Meio Ambiente. Responsabilidade Social.

ABSTRACT

The present paper aims at identifying indicators of Environmental Accounting and Social Responsibility in City businesses Cajazeiras-PB. This work is developed showing a new economic context, where companies use social responsibility to add value to your brand and demonstrate environmental management system and indicators of social responsibility. The method was exploratory and descriptive data collected in the form of multicase in seven (7) companies from different industries. The choice of this was aimed at the "size" of the company, and information was collected through a questionnaire based on Likert scale, applied to the managers of the companies surveyed. The results identified the existence of indicators, both of environmental accounting and social responsibility, there is a significant agreement and averaged 100% for 1) Concern for environmental issues that surround the industry. In this indicator, it was noticed the existence, however, not all put into practice. 2) Internal campaigns to reduce consumption of water, energy and material recycling. The practice is evident by this indicator is linked to cost reduction. 3) Visitation of the supervisory boards of prevention to the environment. Its existence is evident in all the interviewed companies. It was concluded that most companies are concerned with adopting practices and environmental responsibility. It was also the presence of these indicators taking actions in defense of the environment, and they still do not occur in an intense way.

Key-words: Environmental Accounting. Environment. Social Responsibility.

LISTA DE FIGURAS

Gráfico 1. A empresa oferecer algum tipo de treinamento para os funcionários, quando da preservação do meio ambiente.....	32
Gráfico 2. A empresa deve manter algum tipo de manifestações com grupos interessados em preservar a natureza de seu processo produtivo.....	33
Gráfico 3. A empresa deve estar preocupada com os aspectos ambientais que envolve o seu ramo de atividade.....	34
Gráfico 4. A empresa deve cumprir com os requisitos exigidos por lei e manter práticas internas de melhoramento ambiental.....	35
Gráfico 5. A empresa deve realizar campanhas internas de redução do consumo de água, energia e reciclagem de materiais.....	35
Gráfico 6. A empresa deve usar da responsabilidade ambiental para agrupar valor a sua marca.....	36
Gráfico 7. A empresa deve selecionar os seus funcionários, não por preço ou e qualidade, e sim, por suas práticas de prevenção ambiental.....	37
Gráfico 8. A empresa deve informar ao consumidor sobre os aspectos sociais e ambientais causados por seu processo de produção.....	38
Gráfico 9. A empresa deve manter programa de coleta seletiva de lixo.....	38
Gráfico 10. A empresa deve receber a visita de órgão de fiscalização e prevenção ao meio ambiente.....	39
Gráfico 11. A empresa deve dispor de uma assessoria contábil relacionada ao meio ambiente.....	40
Gráfico 12. A empresa deve realizar investimentos em equipamentos de prevenção e combatê a poluição.....	40
Gráfico 13. A empresa deve verificar se seus produtos e/ou serviços que são oferecidos respeitam as normas de segurança e proteção à saúde do consumidor ou cliente.....	41
Gráfico 14. A empresa deve desenvolver ou apoiar algum projeto de ação social.....	42
Gráfico 15. A empresa deve ter uma preocupação ao selecionar seus fornecedores, não por preço e qualidade, mas pelas ações sociais que estes praticam.....	42
Gráfico 16. A empresa deve utilizar de práticas de compromisso de transparência e veracidade das informações empresariais.....	43
Gráfico 17. A empresa deve propor programas de informação ou educação do consumidor quanto aos impactos sociais e ambientais relativos aos hábitos de consumo em casa, no trabalho, nas compras, no lazer e etc.....	44

Gráfico 18. A empresa deve usar da responsabilidade social para agregar valor a sua marca.....

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Indicadores ETHO de RSE.....	29
Quadro 2. Demonstrativo das empresas pesquisadas de acordo com o porte.....	31

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ADCE - Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil

CA - Contabilidade Ambiental

DJSI - Dow Jones Sustainability Index

EUA – Estados Unidos da América

FAFIC – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Cajazeiras

FESC – Fundação de Ensino Superior de Cajazeiras

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

ISO - SO - International Organization for Standardization

NBR – Normas Brasileiras de Contabilidade

OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

RS - Responsabilidade Social

RSE - Responsabilidade Social Empresarial

SUDEMA – Superintendência de Desenvolvimento do Meio Ambiente

SGA - Sistema de Gestão Ambiental

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Delimitação do Tema e Problemática.....	15
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	16
1.3 Justificativa.....	16
1.4 Procedimentos Metodológicos.....	17
1.4.1 Tipologia da Pesquisa quanto aos objetivos.....	17
1.4.2 Tipologia da Pesquisa quanto aos procedimentos.....	18
1.4.3 Tipologia da Pesquisa quanto a abordagem do problema.....	18
1.4.4 Universo e Amostra da pesquisa.....	18
1.5 Organização do trabalho.....	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	20
2.1 Contabilidade - Conceitos e Aspectos Gerais.....	20
2.2 Contabilidade Ambiental.....	22
2.2.1 Origem e Evolução.....	22
2.2.2 Sistema de gestão ambiental.....	24
2.3 Responsabilidade Social.....	26
2.3.1 Significado de Responsabilidade Social Empresarial.....	26
2.3.2 Instituto ETHOS e a responsabilidade social.....	27
2.4 Prática Sócio-Ambiental.....	29
3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	31
3.1 Perfis das empresas pesquisadas.....	31
3.2 Descrição e análise dos resultados da pesquisa.....	31
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	46
5 REFERÊNCIAS.....	48
APÊNDICE.....	51
Apêndice A - Questionário	

1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade empresarial sócio-ambiental tornou-se algo muito debatido, onde o compromisso com o social já pode ser evidenciado em muitas empresas colaboradoras, que buscam melhores condições de vida, na sociedade sob consequência dos efeitos provocados por suas ações sociais, o que provoca mudanças no comportamento da sociedade sendo capaz até de reduzir os problemas sociais.

Tendo em vista fatores que vêm contribuindo para o efetivo desgaste do meio ambiente, a sociedade tem se tornado mais participativa nas questões que envolvem as discussões sobre a preservação, se apresentando como vigilante nos processos de degradação ambiental a ponto de cobrar, tanto da sociedade num geral como da classe empresarial a adoção de medidas que conduzam ao melhor tratamento da natureza, tendo como meta sua preservação.

É bem verdade, que não é apenas de responsabilidade das empresas a manutenção do meio ambiente, pois cumpre a todos num processo de cidadania evitar a destruição da natureza e de todos os recursos que dela são extraídos para a sobrevivência da humanidade. É preciso que cada uma faça a sua parte, seja adotando simples medidas como redução do consumo de água, energia, e reciclagem de matérias, coleta seletiva de lixo dentre outras que são viáveis e requerem tão somente consciência, preocupação e efetivo envolvimento de todos.

Muitas destas iniciativas já vêm sendo adotadas por várias empresas que mantêm preocupação com o que está acontecendo no meio ambiente, passando a adotar medidas que, se não total, mas ao menos parcial evitem o desgaste excessivo e irresponsável do meio ambiente. Essas medidas são por demais importantes e necessárias, tendo em vista que as empresas necessitam tanto do meio ambiente como da sociedade para a fabricação de seus produtos e a sua realização visando lucros. Ou seja, é do meio ambiente que as empresas extraem a matéria-prima para as suas produções e é da sociedade que contratam sua mão-de-obra para a realização desta produção. A esse respeito Silva (2008, p. 13) menciona que:

Diante de um raciocínio lógico e simples de base econômica, considera-se que as empresas obtêm recursos da sociedade (mão-de-obra) e do ambiente (insumos), tendo como compromisso restituí-los não somente como a forma de produtos e serviços, mas também com ações voltadas para solução de problemas socioambientais como a guerra, a fome, o desmatamento, o analfabetismo, a violência, a poluição, entre outros.

A idéia que a empresa interaja com o ambiente externo, já vem de muito tempo, desde quando ele compreendia apenas clientes e fornecedores. No entanto, nas ultimas décadas, este tem tornado-se um grande problema por causa do esgotamento de recursos naturais e problemas sociais, passou-se então a existir uma certa pressão por melhorias na qualidade ambiental, na qual a idéia ganhou esfera internacional.

Com a Globalização o mercado tornou-se competitivo, e por isso, as empresas querem cada vez mais um lugar de destaque, algumas ainda querem a todo custo e outras já com uma visão diferencial procurando se incluir numa gestão sócio-ambiental comprometida com o social em práticas e ações voltadas para os seus empregados, clientes, natureza, e a sociedade num todo.

A Contabilidade é uma ciência social aplicada, principal instrumento de comunicação da empresa com a comunidade, no entanto se encontra inserido neste contexto pois oferece informações para tomada de decisão de seus usuários tanto de forma interna como externa, interligando a realidade da empresa aos registros da prática de resultados social, econômico, ambiental.

1.1 Delimitação do tema e problemática

Partindo da necessidade de buscar matéria prima na natureza e mão-de-obra na sociedade, para a realização da produção dos seus bens e produtos, as empresas não podem deixar de desenvolver ações que permeiem beneficiar tanto a natureza como a sociedade, se deles é que parte o desenvolvimento econômico da empresa, ou seja, sem estes dois meios que viabilizam a produção, as empresas certamente não sobreviveriam.

Sendo assim, as empresas não podem ficar preocupadas apenas com os lucros que irão obter, mas é preciso dar o tratamento devido, adequado, respeitoso e de qualidade, àqueles que são responsáveis direto por manter a empresa em pleno funcionamento.

Sugere-se aqui, a partir destas considerações, abordar a prática da responsabilidade sócio-ambiental em empresas que atuam no ramo de gráfica e papelaria, tendo em vista serem dois tipos de comercialização que lidam com matérias-primas, ou seja, os seus produtos são frutos da utilização de matéria a partir de vegetais. Entende-se, com isso, que a Responsabilidade Sócio-Ambiental deve está integrada aos negócios destas empresas, adotando-se uma postura que esteja comprometida com o meio ambiente e o bem-estar social da humanidade e do próprio planeta como um todo.

Estes indicadores de gestão precisam estar presentes nas organizações administrativas e produtivas das empresas, a fim de atender as necessidades de adoção de práticas que reduzam os problemas causados por seus meios de produção ao meio ambiente.

Dessa forma, surge o seguinte questionamento: **Quais são as práticas sócio-ambientais utilizadas pelas empresas de papelaria e gráfica na cidade de Cajazeiras-PB?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar as práticas sócio-ambientais utilizadas pelas empresas de papelaria e gráfica na cidade de Cajazeiras-PB.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar as práticas sócio-ambientais existentes na literatura;
- Verificar a existência de práticas sócio-ambientais nas empresas pesquisadas
- Descrever as práticas sócio-ambientais utilizadas nas empresas pesquisadas

1.3 Justificativa

O que ensejou o desenvolvimento de um trabalho voltado para práticas sócio-ambientais, foi o fato de que é perceptível muitas empresas deixarem de adotar medidas de prevenção ao meio ambiente, utilizam em suas produções instrumentos e materiais que provocam desgastes do solo dentre outros fatores negativos, que culminam com inúmeras catástrofes.

As práticas sócio-ambientais são de extrema importância dentro das empresas, correspondem a um conjunto de ações, das quais envolvem a sociedade como público alvo, de maneira a defender os interesses pessoais ao mesmo tempo em que promovem o bem-estar social e da natureza.

Sobre estas condições apresentadas anteriormente, é mister que se busque desenvolver ações que viabilizem o processo de defesa do meio ambiente, bem como, de valorizar a sociedade no seu cume, que é viver bem consigo mesmo, com a sociedade e para com o meio ambiente, além de poder enxergar as necessidades futuras.

Dessa forma, a partir da responsabilidade social e da contabilidade ambiental, as empresas precisam agir como agentes de transformações e mudanças na maneira de lidar com as questões sócio-ambientais, tendo em vista serem os maiores responsáveis pelas incidentes elevações de temperatura, de poluição, de degradação do solo, queimadas e desmatamentos.

Estas práticas precisam ser identificadas e avaliadas, para poderem permitir as mudanças na órbita da produção das empresas, que se bem adotarem estas práticas, poderão contribuir significativamente para a preservação do meio ambiente.

Assim, este trabalho traz uma importante gama de informações, que foram pautadas em diversos autores, como Ribeiro (2003), Paiva (2006), Melo Neto (1999), Ferreira (2009), dentre outros. Esses autores em suas produções apresentam significativamente, um conhecimento amplo a respeito da temática em questão, e a partir desses, esse trabalho foi construído, para somar aos trabalhos já prontos e poder servir como embasamento teórico para outras produções, bem como, para que as empresas possam se espelhar no assunto e colocarem em prática as metas de preservação do meio ambiente e respeito social.

Com base nessas características elencadas, pretende-se com esse trabalho monográfico, apresentar informações que são imprescindíveis para a valorização da vida na terra, demonstrando assim, a importância de se questionar quais as medidas adotadas pelas empresas da cidade de Cajazeiras, de acordo com as práticas sócio-ambientais.

Espera-se assim, atingir um nível de informação que possa ser levada ao conhecimento dos acadêmicos do curso de contabilidade e a sociedade em geral interessada, como fonte enriquecedora do saber; bem como, atingir a classe empresarial da cidade de Cajazeiras, a fim de despertar em todos estes protagonistas a consciência de que, a partir de pequenos atos, da mudança nos hábitos de vida, dentro ou fora da empresa, poder-se-á, estar dando um importante passo para a efetivação de um processo de preservação do meio ambiente e do respeito à vida no planeta.

1.4 Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos compreendem os métodos adotados para a realização da pesquisa que tem como aspiração entender aspectos relacionados as práticas sócio-ambientais das empresas do ramo de papelaria e gráficas da cidade de Cajazeiras - PB.

Estes procedimentos metodológicos são norteadores dos caminhos a serem seguidos para poder conseguir chegar aos objetivos propostos, para os quais são apresentadas as condições indispensáveis a este fim, como: a tipologia da pesquisa, local de estudo e sujeitos da pesquisa, os instrumentos de coleta de dados e a análise dos dados.

1.4.1 Tipologia da Pesquisa quanto aos objetivos

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória. Descritiva porque os fatos foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados. Exploratória

porque teve a finalidade de proporcionar maiores informações sobre determinado assunto, facilitando a delimitação de um tema de trabalho (HANDEM; FIGUEIREDO, 2008).

A elaboração deste trabalho, em primeira etapa, tornou-se viável pela exploração teórica realizada para levantar informações e mapear o objeto de estudo. (SEVERINO, 2007).

1.4.2 Tipologia da Pesquisa quanto aos procedimentos

Esta pesquisa discorre de um levantamento bibliográfico a luz de uma literatura pertinente a temática através da leitura e fichamento de livros, artigos, periódicos, assim como, nos meios eletrônicos, em sites científicos.

Gil (2002), a respeito da pesquisa bibliográfica considera que está tem o intuito de desenvolver um trabalho mediante a consulta de materiais já elaborados; consiste no exame minucioso do material escolhido e a partir daí fazer a compreensão e a análise deste material a fim de produzir informações precisas e confiáveis sobre um determinado assunto

A pesquisa constituiu-se também por meio de uma pesquisa de campo com aplicação de um questionário colocando em foco a Contabilidade Ambiental e a Responsabilidade Social, por meio de doze questões sobre o primeiro foco e sete questões sobre o segundo foco, adotando-se a escala de Likert para apurar os indicadores. Nas escalas do tipo *Likert*, os números indicam a posição e/ou quanto às respostas diferem entre si em determinadas características ou elementos (VASCONCELOS, 2003).

Na pesquisa de campo, abre-se a possibilidade de conseguir, não só a aproximação com aquilo que se deseja conhecer e estudar, mas também cria um conhecimento, partindo da realidade presente no campo. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa de campo trabalha com fatos sociais através da observação do indivíduo

1.4.3 Tipologia da Pesquisa quanto a abordagem do problema

Esta pesquisa terá uma abordagem qualitativa, pois conforme Handem et al in Figueiredo (2008), as pesquisas qualitativas trabalham com dados não quantificáveis, coletam e analisam materiais pouco estruturados, que não necessitam tanto de uma estrutura, mas em compensação requerem o máximo de envolvimento do pesquisador.

1.4.4 Universo da pesquisa

O universo da pesquisa constituiu-se por 13 empresas do ramo de gráfica e papelaria com sede na cidade de Cajazeiras-PB, sendo que foram selecionadas apenas 07,

as quais se propuseram a colaborar respondendo o questionário. Em um total de 7 (sete) empresas, 4 (quatro) no ramo de gráfica e 3 (três) no ramo de papelaria, foram entrevistados os responsáveis pelo processo de gestão, como proprietário, gerente, diretor, setor financeiro e administrativo, indicados no momento, como sendo pessoa com maior conhecimento no assunto abordado, já que a seleção para os respondentes do questionário foi criteriosa no intuito de facilitar a compreensão do instrumento de pesquisa utilizado e que de fato contribuíram de forma significativa para a execução da pesquisa.

A aplicação do questionário se deu *in loco*, junto aos proprietários das empresas. Nenhuma das empresas selecionadas se recusaram no momento da aplicação do questionário, e todos os quesitos solicitados foram preenchidos, não ficando questões sem respostas..

1.5 Organização do trabalho

O presente trabalho está dividido da seguinte maneira: Introdução, onde são apontados tema e problema; objetivos gerais e específicos, justificativa e os procedimentos metodológicos da pesquisa.

No segundo ponto, vem a fundamentação teórica que se encontra subdividida em tópicos e subtópicos os quais dispõem sobre os conceitos e aspectos gerais da contabilidade; contabilidade ambiental; origem e evolução da contabilidade ambiental; sistema de gestão ambiental; responsabilidade social – principais conceitos, responsabilidade sócio-empresarial e práticas sócio-ambientais.

Seguidamente a fundamentação teórica é feita a apresentação e análises dos resultados, onde o autor descreve os achados discutindo-os a luz da literatura.

E por fim, são feitas as considerações finais e as recomendações e dispostas as referências utilizadas no presente estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De forma lógica, vivenciando tanta competitividade no mercado, a maximização dos resultados é o principal objetivo das empresas, mas atualmente este perfil de empresa está mudando, pois não se admite mais uma empresa que vise apenas os lucros e não tenha nenhuma preocupação com a sociedade e o meio que ela interage. Isso significa dizer que as empresas precisam cada vez mais adequar-se ao modelo mercadológico que está sendo imposto com o sistema econômico globalizado, por isso estas não devem se colocar somente a serviço dos lucros e com gestão de negócios, mas, também com a sociedade (pessoas) e o meio que interagem (ecologia).

Toda sociedade deve estar atenta aos problemas causados ao meio ambiente, por isso precisa cada vez mais mudar os seus hábitos de viver e encarar com seriedade os problemas que advirão se não forem adotadas medidas urgentes de combate a poluição deste meio. Todavia, este não é um problema que está apenas nos hábitos de vida das pessoas, deve-se também combater o processo desenfreado de poluição ambiental que são causados por empresas que se mostram totalmente descompromissadas com este problema.

Tem-se observado nas últimas décadas o envolvimento de varais áreas do conhecimento na busca de combater os problemas ambientais inerentes aos vários mecanismos de poluição de acordo com seu campo de atuação. Isso significa dizer que a área de estudo da Ciência Contábil também deve desenvolver ações que vislumbrem a amenização dos males que estão sendo causados ao meio ambiente, isto posto, tendo em vista esta se inserir no processo de transações de natureza ambiental como grandeza de empreendimentos que irão refletir diretamente nos aspectos econômico e financeiro das empresas da empresa (RIBEIRO, 2010, p 44).

Quanto a isso, podemos constatar a nível mundial, que está sendo construída uma nova concepção de empreendimento, de fazer negócio, de aumentar os lucros, sem que para isso tenha que agredir o meio ambiente, pelo contrário, assume-se o compromisso com a responsabilidade sócio-ambiental, conseqüentemente, com a qualidade de vida no trabalho e na sociedade. É nesse pressuposto do compromisso sócio-ambiental que pauta-se a nossa fundamentação teórica, base para este estudo.

2.1 Contabilidade - Conceitos e Aspectos Gerais

A contabilidade é um ramo do conhecimento que lida com os fatores financeiros e econômicos, buscando o equilíbrio das contas, seja pública, seja privada, e que desprende

um esforço centralizado a fim de garantir a diminuição das despesas e o compromisso com a responsabilidade sócio-ambiental, tendo uma efetiva participação na tomada de decisões dentro e fora de uma instituição pública ou de uma empresa.

Marion (2004, p. 26) corrobora-se com a afirmação anterior ao descrever que: “a contabilidade maximiza as informações necessárias para que uma instituição pública ou uma empresa privada possa adotar as medidas corretas no que concerne a empreender e a tomada de decisões”.

A contabilidade é pois uma ciência capaz de utilizar de técnicas específicas a sua área para promover o controle permanente do Patrimônio das empresas, sendo que esta também se insere nos fatores econômicos-administrativos da administração pública, seja na esfera Federal, Estadual ou Municipal, assim como as Sociedades Mistas e Autarquias (RIBEIRO, 2006).

Perante tal afirmação pode-se constatar que a contabilidade tem como pressupostos básicos a informação e o controle patrimonial e financeiro de uma entidade, seja ela pública, seja ela privada.

Diante da colocação dos autores supra citados, a contabilidade é fonte de informação para qualquer tipo de tomada de decisão, sejam estas decisões voltadas para os campos econômicos ou financeiros, contudo que vislumbre a evolução ou demonstração do patrimônio de uma entidade.

A contabilidade tem primado, ao longo de algumas décadas, além do mérito monetário das entidades, pela busca de padrões de prestação de serviços e empreendimentos que estejam comprometidos também com as questões ambientais, haja vista que, muitas empresas tem sido responsáveis por inúmeros impactos ambientais que estão sendo causados de maneira célere e contundente e que tem trazido consequências drásticas para todas as espécies do planeta, sejam animais ou vegetais. Essas mudanças são reflexos das cobranças da sociedade que tem cada dia exigido que as empresas adotem medidas sérias e comprometidas com os cuidados ambientais, e isso tem sido fator expressivo para que muitas empresas só venham a crescer cada vez mais.

É fundamental que as empresas busquem soluções para tornar os seus produtos menos agressivos a natureza, pois isso afeta diretamente a qualidade de vida das pessoas, que tem cobrado efetivas políticas de prevenção aos impactos ambientais. Daí, a contabilidade exerce um papel fundamental no processo de tomadas de decisões das empresas no que concerne ao compromisso deste com relação à responsabilidade social e ambiental.

2.2 Contabilidade Ambiental

2.2.1 Origem e Evolução

Os problemas inerentes ao meio ambiente não é algo novo, pois no século XIX já se demonstraram enormes preocupações com as transformações ocorridos no planeta, transformações estas que tem germinado catástrofes, fecundado desgastes ambientais, alterações de ordem climática, isso posto, os desmatamentos, as queimadas, a poluição dos rios e atmosfera. Tudo isto tem feito com que a sociedade se manifeste sobre os problemas ecológicos, dando grande destaque a uma Conferência Mundial sobre o meio ambiente, a Conferência de Estocolmo no ano 1972, com proporções a nível internacional. É a partir deste encontro que começam a surgir vários outros encontros no mundo todo, momento em que se expõe os problemas ambientais identificando os seus causadores, sua interferência no desenvolvimento social e global e, a partir de então, começa a corrida em busca de soluções que venham a acabar com estes problemas, a fim de manter num futuro próximo, uma qualidade de vida digna para as espécies existentes no planeta, tendo em vista os cuidados necessários para com o meio ambiente (FERREIRA, 2009)

Os problemas causados pela falta de cuidados para com o meio ambiente estão cada vez mais evidentes, vez que, os impactos causados por esse descuido são visíveis no solo, na água e no ar, onde rios estão poluídos, a terra cada vez mais improdutiva, o aquecimento global são exemplos destas transformações, e isso tem afetado a vida dos seres vivos numa velocidade impressionante, aumentando assim a necessidades de mudanças extremas na maneira de viver dos seres humanos, de como este devem dispor da natureza.

Por isso é que Paiva (2009, p. 17) afirma que:

A Contabilidade Ambiental é a área empresarial responsável pela identificação dos fatores relevantes a empresa no que diz respeito a processar as informações referentes aos possíveis impactos que os produtos e serviços podem ocasionar sobre o meio, atuando como mediadora no processo decisório sobre as ações e as estratégias que devem ser implementadas para mudar os mecanismos de produção e serviços.

A crescente preocupação em busca de prevenir e corrigir danos causados ao meio ambiente tem gerado medidas de sustentabilidade envolvendo as diversas áreas de conhecimento, dentre as quais pode citar a Contabilidade. Esta por ser considerada meio de informação na interrelação entre empresas e meio ambiente, como área mediadora do

fomento de sustentabilidade financeira e comprometimento sócio-ambiental como auxílio para gestão ambiental. Com relação a esse aspecto, Ferreira (2009, p. 59) menciona que:

É importante frisar que Contabilidade Ambiental não se refere a uma nova contabilidade, mas a um conjunto de informações que relate adequadamente, em termos econômicos, as ações de uma entidade que modifiquem seu patrimônio. Esse conjunto de informações não é outra contabilidade, mas uma especialização.

Seguindo esta ótica convém dispor de que a contabilidade atua como gerenciadora dos registros concernentes aos fatores econômicos da empresa, logicamente, ela tem acessibilidade aos patrimônios desta, é responsável pela tributação dentre outros aspectos que estão diretamente ligados a conjuntura financeira. Por conseguinte, a contabilidade ambiental surge como necessária para consignar o gerenciamento da interrelação existente entre finanças e responsabilidade sócio-ambiental da empresa, que deve se manter comprometida com as questões de ordem ambiental, ou seja, procurar agregar valores aos seus produtos e serviços tendo como um dos pontos positivos uma boa relação com os cuidados que se devem adotar para com o meio ambiente, para isso, deve sempre buscar alternativas operacionais e tecnológicas que vislumbrem sempre o desenvolvimento financeiro ao mesmo tempo que se provê o desenvolvimento sustentável.

Sobre este delineamento, Paiva (2009, p. 10) descreve que:

Desde seu surgimento, a Contabilidade teve como função primordial o acompanhamento das atividades econômicas, no papel de mensuradora e relatora da situação patrimonial das empresas aos principais usuários das informações contábeis, administrativas, econômicas, sociais e ambientais, acompanhando sua evolução no decorrer do tempo.

Isso significa que, nos primórdios da contabilidade, essa estava tão somente impregnada ao processo contábil, sem nenhum outro compromisso senão com as receitas, despesas e lucros das empresas. Não tinha nenhum lado direcionado para as questões sócio-ambientais, que somente nas últimas décadas vem chamando a atenção para ações e estratégias voltadas para o meio ambiente, sua preservação e respeito.

Ribeiro (2010, p. 45).descreve que:

A contabilidade ambiental não é uma nova ciência, mas sim, uma segmentação da tradicional já, amplamente, conhecida. Adaptando o objetivo desta última, podemos definir como objetivo da contabilidade ambiental: identificar, mensurar e esclarecer os eventos e transações econômico-financeiros que estejam relacionados com a proteção, preservação e recuperação ambiental, ocorridos em um determinado período, visando a evidenciação da situação patrimonial de uma entidade.

Tendo em vista tal processo degradativo e agressor ao meio ambiente promovido pelas empresas, a sociedade “acorda” e passa a cobrar destas atitudes socialmente responsáveis, na busca de amenizar as agressões causadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento sócio-econômico. Dá-se aí, uma busca planetária pelo equilíbrio entre sociedade e meio ambiente, já que o uso excessivo dos recursos naturais por parte das atividades industriais provoca danos ambientais causando grandes preocupações à sociedade, tanto que, essa começa a cobrar de si mesma uma prestação de contas numa perspectiva de futuro sobre a utilização dos recursos ambientais.

2.2.2 Sistema de gestão ambiental

A gestão socialmente responsável agrega valor aos negócios não porque é mais um modelo de conduta que deve ser seguido, mas pela mudança de cultura e atitudes concretas tomadas pelas empresas que a adotam, implicando em mudança de mentalidade dos indivíduos, e transformando a responsabilidade sócio-ambiental numa forma de atuação global, que envolve todas as relações e ações da organização e das pessoas que estão ligadas a elas. Parente et al., (2007, p. 25) aponta que

Neste momento é mais urgente a união de esforços da iniciativa privada do Estado e das Organizações do Terceiro Setor, na tentativa de criar soluções integradas de desenvolvimento sustentável. Contudo, é no setor empresarial que está fundamentada a possibilidade de mobilização para a mudança em razão do poder econômico que as empresas concentram e da capacidade de estimular parceiros e colaboradores a contribuir com a melhoria da sociedade.

As empresas de um modo geral devem estar preparadas para avaliar os diferentes cenários que se apresentam e assumir o compromisso com o desenvolvimento econômico, social, político e, principalmente, ambiental. Os organismos empresariais unidos e alinhados para os mesmos objetivos, com o apoio da sociedade civil organizada, e a parceria das instituições públicas pode contribuir para mudar decisivamente a situação vigente que está colocando em risco o equilíbrio do meio ambiente e da própria sociedade.

Conforme Nicoletta apud (SILVA et al., 2003) as empresa no Brasil podem adotar dois sistemas de gestão ambiental:

A NBR Série ISO 14001, foco desse trabalho, e o Programa de Ação Responsável. O mais difundido é o baseado na norma NBR Série ISO 14001; o segundo, é o Programa de Atuação Responsável, patrocinado pela Associação Brasileira de Industrias Químicas.

A gestão ambiental deve ser criada com planos de ação destinados a adequar as práticas de viver bem, dentro do conceito que se estabeleceu como sustentável. No tocante a esta gestão dentro das empresas faz-se necessário que os seus gestores possam ter o desejo de adotar medidas ecologicamente corretas, não se eximindo da responsabilidade e do comprometimento para com a adoção de mecanismos que sejam nocivos ao meio ambiente.

É notório que não cabe somente aos gestores adotarem práticas ecologicamente corretas, faz-se importante que estas também se estendam a todos que compõem a empresa, que as chefias, os setores produtivos e de comércio possam também encaixar uma gestão ambiental no exercício de seus serviços, sendo assim, cada um fazendo sua parte, tendo a consciência devida, poder-se-á ter um sistema de gestão ambiental realmente comprometido com o bem estar do planeta e da sociedade como um todo. As etapas de implantação do SGA são resumidamente as seguintes: estabelecimento da política ambiental, planejamento, implementação e operacionalização, verificação e análise pela administração. Todavia, antepondo-se a essas etapas, faz-se importante a empresa fazer um estudo sobre a interrelação existente com o meio ambiente; em que os seus produtos e serviços podem interferir negativamente na natureza e o que é possível adotar para evitar tal fato. Segundo Ferreira (2009, p. 41):

Considerando que a contabilidade tem como objetivo oferecer informações para a tomada de decisão é responsável pelo controle e pela mensuração do patrimônio, seria natural que ela tivesse meios de avaliar como esse patrimônio pode estar sendo afetado por impactos ambientais.

Diante de tal consideração, a adoção de um Sistema de Gestão Ambiental vislumbra atender as necessidades dessa gestão com os seguintes requisitos:

1. Estar integrado ao sistema formal de informação da empresa;
2. Identificar os fatores que se correlacionam negativamente para os impactos causados ao meio ambiente pela empresa;
3. Identificar alternativas que possam melhorar o resultado da empresa.

Adotar a prática de gestão ambiental, significa para empresa conduzir de maneira satisfatória e responsável a gestão econômica dos seus produtos, obtendo-se assim um bom lucro e rendimento, sem se desviar do seu objetivo maior que é a prevenção do meio ambiente, o que de fato já vem sendo visível em muitas empresas que tem buscado agregar a gestão ambiental a sua imagem (NICOLELLA et al., 2003).

A gestão ambiental pode ser identificada por atitude simples, por iniciativa individual de um funcionário ou até de um grupo destes; iniciativas essas, que pode ser uma coleta seletiva de lixo como a separação de plásticos, vidro, metal e papel.

2.3 Responsabilidade Social

2.3.1 Significado de Responsabilidade Social Empresarial

Em decorrência da globalização, o cenário econômico das empresas vem passando por muitas modificações e a idéia de responsabilidade social é integrada aos negócios aumentando uma pressão social por transparência nos negócios e uma postura mais responsável em suas ações.

O conceito de responsabilidade social é amplo, referindo-se à ética como princípio basilador das ações com todos os públicos com os quais a empresa interage. A questão da responsabilidade social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade, acima de tudo significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações na geração de valor para todos. Ashley (2006, p. 26) define responsabilidade social como:

[...] o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Evidencia-se, portanto, que as empresas devem assumir um compromisso social implantando uma gestão estratégica voltada para os princípios éticos que movem o mercado competitivo, sem, contudo, jamais deixar de assumir o compromisso com o social e ambiental e até mesmo, não se permitindo deixar de contribuir com o desenvolvimento econômico e sustentável local. Isso significa dizer que é possível a empresa assumir uma postura lucrativa sem precisar ferir ou agredir o meio. Essa atitude certamente agregam valor absoluto aos seus produtos e serviços, uma vez que a sociedade vem primando por uma melhor qualidade de vida, estando evidentemente preocupada com os aspectos naturais e não só financeiros ou apenas com consumismo exagerado. Para Ashley (2006, p. 56):

A responsabilidade social das empresas vem se consolidando de forma multidimensional e sistêmica, buscando interdependência e interconectividade entre as diversas pessoas ligadas direta ou indiretamente ao negócio da empresa, ficando clara a percepção de que há uma interação entre os diversos agentes sociais, incluindo os aspectos econômicos, como

vem acontecendo classificadamente na administração e também relações de confiança e normas éticas.

A responsabilidade social numa empresa significa uma visão empreendedora mais preocupada com o entorno social em que a empresa está inserida, ou seja, sem deixar de preocupar com a necessidade de gerar lucros, mas colocando como um meio para se atingir um desenvolvimento sustentável e com mais qualidade de vida. Nesta perspectiva, afirma Costa (2006, p. 109) que

A responsabilidade social não é um resultado, uma condição estática atribuída às organizações que demonstram ter cidadania empresarial. É muito mais do que isto. É um processo dinâmico a ser conduzido com vigilância permanente, de forma inovadora e dotado de mecanismos renovadores e de sustentabilidade.

A responsabilidade social não deve ser usada apenas para chamar à atenção dos seus clientes, deve ser praticada pensando no bem que estará fazendo a sociedade. O valor social pode ser importantíssimo no jogo do mercado, uma diferenciação na competição para com os seus concorrentes. Se a empresa conseguir reduzir os custos, melhorar significativamente sua imagem, aumentar a sua produtividade, agregar valor aos produtos e marcas, ou seja, ganhar benefícios para a sua reputação, a responsabilidade social constitui uma estratégia. Porém, é extremamente necessário saber em que contexto ela é implantada, pois, indiscutivelmente, a prática social das empresas se aplica tanto à proteção quanto ao oportunismo.

Para Meio Neto (1999, p. 78), são sete, os principais “vetores da responsabilidade social de uma empresa”, apontando-os como:

- V1 apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- V2 preservação do meio ambiente;
- V3 Possibilitar um ambiente agradável aos funcionários, promovendo o seu bem-estar e dos seus dependentes;
- V4 comunicações transparentes;
- V5 retorno aos acionistas;
- V6 sinergia com os parceiros;
- V7 satisfação dos clientes e/ou consumidores.

Estes vetores, segundo o autor, auxiliam no processo de gestão a partir da qual estar se visando o desenvolvimento sustentável da sociedade, primando pelo bem-estar dos seus funcionários, conseqüentemente, visando um ambiente agradável e oportunista para empresa.

2.3.2 Instituto ETHOS e a responsabilidade social

Para o Instituto Ethos (2008), responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligado à ela, a partir de um relacionamento ético e transparente, já que ela abrange temas que vão desde códigos de ética, práticas de boa governança corporativa, compromissos públicos assumidos pela empresa, gestão e prevenção de riscos, até mecanismos anti-corrupção diversidade, apoio as mulheres e aos não-brancos, bem como a extensão desses compromissos por toda a cadeia produtiva envolvida na relação com fornecedores (ETHOS, 2008).

O Instituto ETHOS desenvolveu indicadores que avaliam o estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social das organizações, medem o tamanho do comprometimento da empresa com a sociedade além de se comportarem como ferramenta de análise e modelo de gestão para as empresas. Os indicadores ETHOS estão expostos no quadro 1.

Quadro 1. Indicadores ETHOS de RSE

Indicadores ETHOS de SER	
Temas	Indicadores
Valor e Transparência	Compromissos éticos Enraizamento na cultura organizacional Diálogo com <i>stakeholders</i> Relações com a concorrência Balanço social
Público Interno	Relações com sindicatos Gestão participativa Participação nos resultados e bonificação Compromisso com o futuro das crianças Valorização da diversidade Comportamento frente a demissões Compromisso, desenvolvimento profissional e empregabilidade Cuidado com saúde, segurança e condição de trabalho Preparação para aposentadoria
Meio ambiente	Conhecimento sobre o impacto no meio ambiente Minimização de entradas e saídas de materiais na empresa Responsabilidade sobre o ciclo de vida dos produtos/serviço Comprometimento da empresa com a causa ambiental

Fornecedores	Critérios de seleção de fornecedores Trabalho infantil na cadeia produtiva Relações com os trabalhadores terceirizados Apoio ao desenvolvimento de fornecedores
Consumidores/clientes	Políticas de <i>marketing</i> e comunicação Excelência no atendimento Conhecimento dos danos potenciais dos produtos e serviços
Comunidade	Gerenciamento, impacto, empresa junto á comunidade Relações com organização atuantes na comunidade Mecanismos de apoio a projetos sociais Estratégias de atuação na área social Mobilização dos recursos para o investimento social Reconhecimento/apoio trabalho voluntário dos funcionários
Governo e Sociedade	Contribuição para campanhas políticas Práticas anticorrupção e propina Liderança e influência social Participação em projetos sociais governamentais

Adaptado a partir de pesquisas junto ao Instituto ETHOS. (2005).

2.4 Prática Sócio-Ambiental

A prática sócio-ambiental compreende o desenvolvimento de uma gestão cujas dimensões estão pautadas sobre os problemas ambientais, seja em qualquer natureza e que tem como reflexos ações contra o meio ambiente e consequentemente contra a sociedade. Essa dimensão tem seus viés num modelo gerencial-administrativo que tem provocado danos ao meio ambiente por meio de ações indevidas, dando margem para repercussões no âmbito social.

Concernente à questão ambiental, num contexto histórico, as décadas de 1960 e 1970 marcam o início dos conflitos ativistas e ecológicos em prol de uma tomada de consciência por parte das empresas quanto as implicações e participação destas nos problemas gerados a natureza. Esse momento é gerido de reivindicações e apelos sociais para que as empresas repensem suas ações, suas práticas anti-ecológicas (ASHLEY, 2006).

Os problemas ambientais não são específicos às empresas, todavia, estas se enquadram num perfil de grande influência e contribuição para os problemas ambientais existentes no planeta, com uma parcela bastante significativa nesses embates sócio-ambientais. Por isso, é que se tem buscado junto a estes setores empresariais um maior comprometimento e que assumam maior responsabilidade diante destes problemas, por não se tratar apenas de uma questão ambiental, mas também da qualidade de vida de todos no planeta.

Conforme aponta Dias (2006, p. 59)

Dois fatores, um intrínseco e outro extrínseco, poderão servir de mediadores junto às empresas para que estas possam adotar políticas de gestão ambiental eficazes: no intrínseco a adoção de medidas econômicas que vislumbra a redução e o desperdício ou reutilização de materiais; redução do consumo de energia e água; no extrínseco, a adoção de uma legislação ambiental concisa, efetiva e cobrança por parte da sociedade através de Conferências, Campanhas, Movimentos Ambientalista, etc.

Partindo destes princípios norteadores e motivacionais, vê-se que as empresas se permitem mais contrariar as medidas sócio-ambientais como parte do processo empreendedor, tendo em vista que, as empresas que não se adequam a tais medidas estarão proporcionando um desgaste de sua imagem perante a sociedade, o que certamente refletirá nos custos de seus produtos e ainda, terá consequências no contínuo do seu progresso financeiro-produtivo.

Dias (2006) discorre ainda da legislação ambiental brasileira e do que preconiza a Constituição Federal de 1988, as Constituições Estaduais e as Leis Orgânicas Municipais que tratam também da questão ambiental como forma de coibir qualquer ação contrária, que venha a ferir com a preservação e conservação ambiental.

Então é de fundamental importância que as empresas procurem compreender que estar comprometida com a questão sócio-ambiental pode ser para a empresa um momento de consolidação da redução dos custos e que, para que isso venha a ocorrer, basta tão somente que adote algumas medidas simples como o reaproveitamento e venda dos resíduos e reciclagem, a busca de fazer uso de produtos que sejam ecologicamente corretos.

O comprometimento com as questões que envolvem cuidados para com meio ambiente e a sociedade fazem parte do contexto empresarial que teve adotar como metas prioritárias que potencializem efetivamente suas estratégias de sustentabilidade que envolva todos os setores, integrando todos os profissionais ao ponto de haver uma consistente participação na preservação do meio ambiente e melhor qualidade de vida para a sociedade.

As empresas que se valorizam estão comprometidas com as causas ambientais e colocam dentro de sua prática produtiva e de serviços atividades que estejam compatíveis com a promoção do meio ambiente e da qualidade de vida social. Dessa forma elas adotam como ponto estratégico de suas atividades um sistema de informação que busque gerenciar condignamente suas ações, o que para Leal et al, 2007, p.5) "Esses sistemas de informação são responsáveis pelo estabelecimento de todo o processo produtivo e de serviços da empresa que visa a integração de todos os setores objetivando alcançar um mesmo fim".

A empresa ao adotar padrões de sustentabilidade em sua organização está discorrendo numa prática de sensibilidade em prol das causas em defesa das questões ambientais, por isso, a execução de um planejamento estratégico que envolva estas

questões só tende a maximizar a eficiência administrativa e em consequência a empresa conquistará os olhares da sociedade, trazendo para a mesma grandes benefícios e lucros.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta parte da pesquisa são apresentados os resultados obtidos através de informações vindas do questionário aplicado com as empresas 18 afirmações utilizando a escala de Likert para medir o grau de concordância do entrevistado sobre o assunto, as afirmações são compostas de 18 afirmações relacionadas à Gestão Socioambiental.

3.1 Perfis das empresas pesquisadas

Considerando dois ramos de atividades comerciais na Cidade de Cajazeiras-PB, escolheu-se empresas da área de papelaria e gráfica, onde das sete empresas estudadas 06 (seis) se enquadram em microempresa e que apenas 01 (uma) delas (Papeleria/Livraria) se encaixa em pequena empresa de acordo com os critérios de classificação do SEBRAE (2010) em relação ao porte por quantidade de empregados conforme apresentado no quadro 4.

Quadro 2. Demonstrativo da empresa de acordo com o porte.

Porte Empresa	Quantidade de empresas	Percentual
Micro	6	86%
Pequena	1	14%

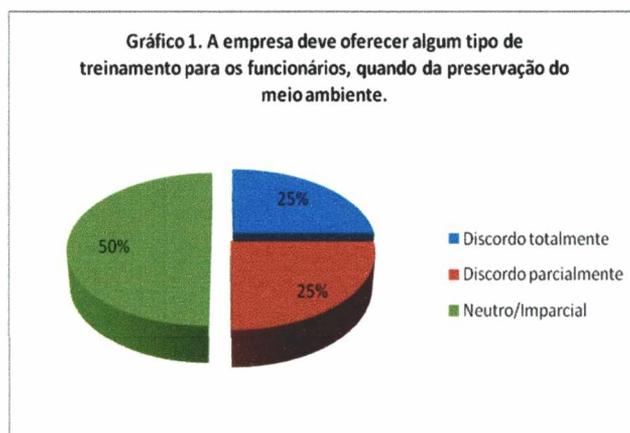
Fonte: Dados da Pesquisa (2011)

Os ramos de gráficas e papelarias são estabelecimentos onde se encontram artigos de papel, material de expediente para escritórios, material escolar, acessórios de informática dentre outros. Nos últimos anos tem se notado um crescimento nestes ramos, tanto nos aspectos físicos como nos tipos de materiais e serviços prestados..

3.2 Descrição e análise dos resultados da pesquisa

Nesta seção estão apostos os resultados dos dados concernentes a Contabilidade Ambiental, coletados junto às empresas pesquisadas.

Assim, no primeiro item as empresas respondem sobre a existência de treinamento para os funcionários quanto à preservação ambiental, conforme demonstração do gráfico 1 a seguir:



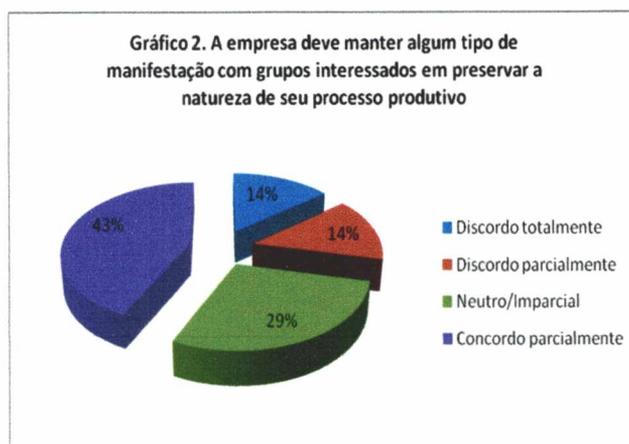
No resultado referido acima, pode-se observar que dentre as empresas participantes do estudo, a maioria, 57% concordam totalmente com a realização de treinamentos para os seus funcionários no sentido de preservar o meio ambiente, 29% concordam parcialmente e 14% discorda parcialmente. Não houve assinalação para o itens discordo totalmente e neutro.

Diante destes dados, pode-se perceber que, apenas uma única empresa não concorda com o treinamento do seus funcionário quanto a preservação do meio ambiente, significando assim que muitas empresas já absorveram a ideia de que a sua empresa pode ser uma grande aliada na prática sócio-ambiental, ou seja, pode adequar seus produtos e serviços de maneira a ajudar a combater os maus que estão sendo causados a natureza, por já ter essa consciência, e acreditar que não deve pensar tão somente nos lucros.

Valle de Oliveira (2005) aponta que a empresa ao participar do processo de responsabilidade sócio-ambiental, deve iniciar com medidas que atinjam a todos os setores da empresa, e para que isso possa ser possível, necessário se faz trazer para o foco das atenções todos os funcionários para que os mesmos venham a se enquadrar no perfil da empresa socialmente comprometida com o meio ambiente.

É neste sentido, que a maneira para que a empresa possa envolver os seus funcionários na tomada de decisão de preservar o meio ambiente, ela deve realizar palestras, campanhas internas e até mesmo promover o treinamento dos seus funcionários.

O item segundo da pesquisa compreende as empresas responderem sobre manter algum tipo de manifestações com grupos interessados em preservar a natureza de seu processo produtivo. O gráfico 2 a seguir, nos apresenta a compreensão dos participantes, diante deste posicionamento



No tocante a esses aspectos, pode-se observar que 43% das empresas concordam parcialmente com a empresa manter algum tipo de manifestação com grupos interessados em preservar a natureza de seu processo produtivo; 29% opinaram por se manterem neutras/imparcial; 14% discorda totalmente e 14% discorda parcialmente. Não houve menção ao item Concordo Totalmente.

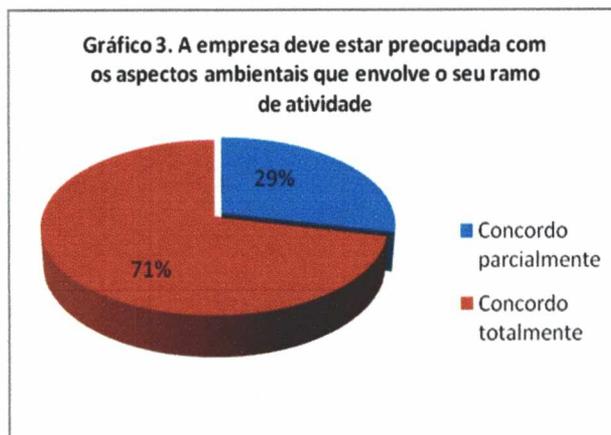
Diante do que expõe acima, pode-se perceber que as empresas ainda não estão seguras quanto a manter algum tipo de manifestação com grupos interessados em preservar a natureza. Isso ocorra talvez, porque as empresas ainda não se sentem bem a vontade quando se discute o que cada um pode fazer para preservar o meio ambiente, principalmente, por acharem que poderá influenciar de alguma forma os seus produtos, ou talvez por acreditarem já estarem fazendo sua parte.

A esse respeito, Nicoletta *et al* (2004) descreve que as empresas ainda precisam abraçar a ideia de que promover a responsabilidade socio-ambiental é uma tarefa que esta inteiramente relacionada com agregar valores aos seus produtos ou serviços, pois, contemporaneamente, os consumidores estão cada vez mais exigentes e buscando produtos que atentem para a importância de que é possível agradar sem ferir a natureza.

De fato que, os dados mostram que aos poucos as empresas poderão ser tomadas com eficiência se elas se mostrarem cada vez mais comprometidas com a natureza, aliando os seus produtos, os serviços, suas marcas a uma beleza que não seja preciso agredir o meio ambiente.

O item a seguir apresenta a importância das empresas de estarem preocupadas com o que os seus produtos podem refletir no meio ambiente, ou seja, quanto aos aspectos ambientais que envolvem o seu ramo de atividade. Neste sentido, o questionamento feito as empresas alude se a Empresa deve estar preocupada com os aspectos ambientais que

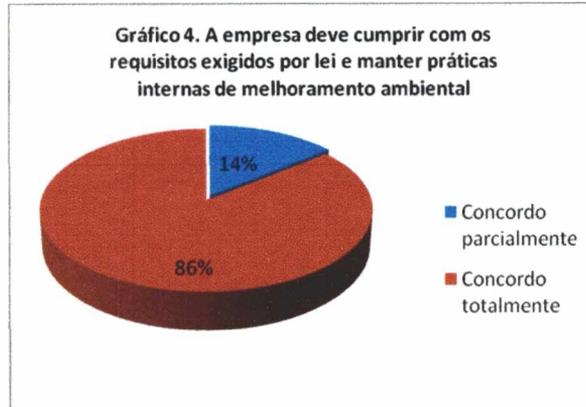
envolve o seu ramo de atividade. Observa-se no gráfico 3 que 29% concordaram parcialmente e 71% concordaram totalmente.



Esta questão pode evidenciar o grau de importância que as empresas pesquisadas têm com relação a responsabilidade sócio-ambiental que envolvem seu ramo de atividade, pois 100% das empresas concordaram que devem estar preocupada com os aspectos ambientais.

Segundo Andreasen (2002), as empresas socialmente responsáveis, preocupadas com os fatores que estão relacionados aos aspectos ambientais e sua marca, alia ética a negócios, o que torna o tripé, empresa/ambiente/sociedade equilibrado, onde cada um faz sua parte e cobra o que lhe diz respeito. Sendo assim, sabendo-se que as empresas demonstram esta preocupação, e diante do que nos coloca o autor, é possível afirmar que essa atitude de se preocupar com os aspectos ambientais que envolve os seus produtos é um fator bastante significativo

No quarto item, o indicador é o cumprimento dos requisitos exigidos por lei e manter práticas interna de melhoramento ambiental. Através deste indicador a empresa estará desenvolvendo um trabalho que começa dentro da própria empresa e que será fundamental para a implementação de ações e estratégias de trabalho voltada para a preservação do meio ambiente. Nesses aspectos, as empresas se posicionaram sobre os mesmos, conforme mostra o gráfico 4 a seguir.



Neste item abordado também podemos verificar um alto grau de concordância por parte das empresas e que estas buscam estarem sempre cumprido os requisitos da lei já que detectamos a existência de um órgão fiscalizador, mas que de certa forma este cumprimento se dar não só para um melhoramento ambiental, mas principalmente por temerem punições onerosas. O grau de concordância em sua totalidade chega a 100%.

A empresa deve ter como uma de suas metas a redução dos custos, que por vez, implica no consumo de água, energia e na reciclagem de material. Este indicador é vital dentro da empresa que procura estabelecer metas quanto diminuir os gastos. Todavia, esta tarefa configura um dos indicadores importantes existentes dentro da empresa que propicia o favorecimento da responsabilidade sócio-ambiental. E por este incidir diretamente nos benefícios para a empresa, sua praticidade não é difícil (REIS; QUEIROZ, 2008).

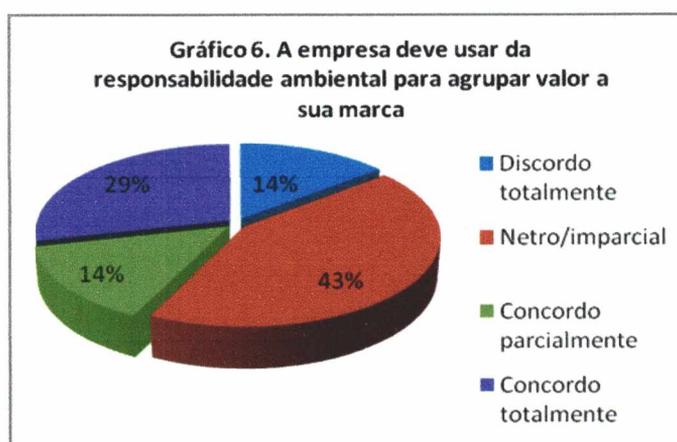
Assim, pode-se dizer que mesmo involuntariamente, a empresa enquadra este indicador dentro de suas ações de Contabilidade Ambiental e Responsabilidade Social. Prova disto está configurada no gráfico 5 abaixo descrito.



Diante do que nos aponta os dados acima, é possível perceber que as empresas tem buscado mecanismos que favoreçam, no âmbito de sua empresa, a redução de custos o que porventura, também vem refletir numa melhoria dos aspectos ambientais.

Para Silva *et al* (2003, p. 105), “ao desenvolver campanhas internas de redução no consumo de água e energia além da reciclagem, está também reduzindo os problemas ambientais como consumo exacerbado de água e energia e acúmulo de lixo no meio ambiente”. Isso demonstra que esta é uma prática muito usada nas empresas, admitindo assim a utilização dessa consciência ambiental, pois além de preservar o meio ambiente ainda reduzem os custos o que é interessante tanto para o lado financeiro da empresa como para o meio ambiente. A questão em sua totalidade revela um grau de 100% de concordância.

.A responsabilidade ambiental é um fator que pode estar diretamente associado com os produtos da empresa. Esse tipo de responsabilidade pode ser visível quanto se toma os cuidados necessários, por exemplo, ao utilizar uma marca que seja nociva ao meio ambiente. Essa forma de responsabilidade ambiental é importante para a empresa, uma vez que a sociedade cada vez mais cobra medidas saudáveis por parte das empresas para melhor tratamento com o meio ambiente. Conseqüentemente, as empresas que estão dispostas a envolver-se nesse projeto partem na frente com os seus produtos, pois passam a dar um valor aos mesmos perante a sociedade. Assim, diante do exposto, as empresas apresentam as seguintes opiniões, conforme descreve o gráfico 6, a seguir.



Neste caso pode-se constatar que num total de concordância 43% das empresas entrevistadas usa da responsabilidade sócio-ambiental para agrupar valor a sua marca, enquanto 14% não usa dessa prática e 43% se colocou neutro a colocação, mas que de forma perceptível isto acontece pelo fato de não despertarem para o fato de que a política de marketing sócio-ambiental pode criar uma imagem de credibilidade e confiança perante a sociedade além da preferência por parte do mercado consumidor.

De acordo com Parente *et al.* (2007) as empresas devem buscar promover um modelo de gestão comprometida com os aspectos sócio-ambientais, não por ser um modelo

de conduta a ser seguido, mas porque, além de permitir agregar valor aos seus produtos e serviços, é também uma exigência que vem se acentuando em face da mudança da mentalidade dos indivíduos.

As empresas em sua grande maioria procuram selecionar os seus funcionários através de um currículo técnico e da aptidão para o desenvolvimento de funções específicas que atendam as necessidades econômicas da empresa, ou seja, a lucratividade, não levando em consideração se estes funcionários apresentam ou não alguma qualificação que possa contribuir para a preservação do meio ambiente.



Os dados aludidos acima mostram que as empresas, apesar da concordância ser maioria, 29% para concordo totalmente e 57% concordo parcialmente, contra apenas 14% que discorda parcialmente, nos dar uma visão de que as mesmas não estão totalmente seguras quanto a adotarem esta postura.

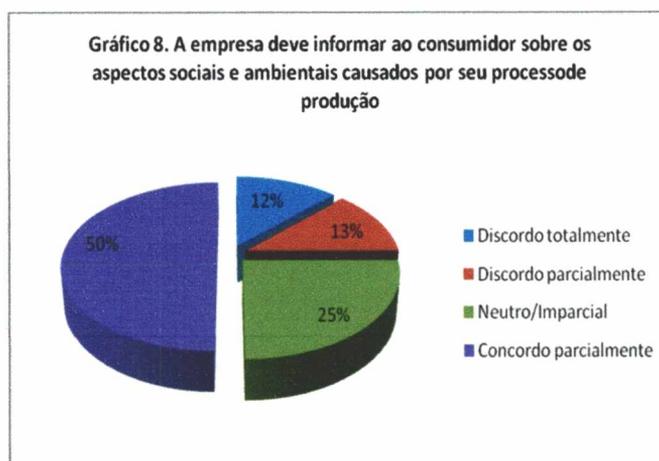
Para Ferreira (2009, p. 57),

Ao selecionar os seus funcionários as empresas em sua grande maioria se preocupavam apenas com a qualidade do serviço a ser prestado por estes e se os serviços terão relevância no processo de desenvolvimento e crescimento da empresa. Todavia, com os novos rumos que o sistema mercadológico está tomando em meio a competitividade, já é possível notar uma mudança nessas posturas, onde as empresas estão também demonstrando preocupação em contratar funcionários que além de eficientes também possam contribuir para implementação de políticas voltadas para a preservação ambiental.

É bem verdade que ainda está sendo um processo lento, mas que já se consegue observar que as empresas estão procurando dar maior valor aos profissionais que se enquadram dentro dos programas de gestão empresarial ao qual se propõe realizar.

Reportando-se ao item 8 (oito) as empresas responderam sobre informar ao consumidor os aspectos ambientais e sociais que o processo de produção poderá vir a causar. É uma forma fundamental da empresa prestar esclarecimentos à sociedade transmitindo boa impressão numa percepção de que esta pratica é cada vez mais valorizada pelos consumidores. Daí as empresas poderão denotar uma percepção de até que ponto o consumidor pode e deve influenciar na postura das empresas.

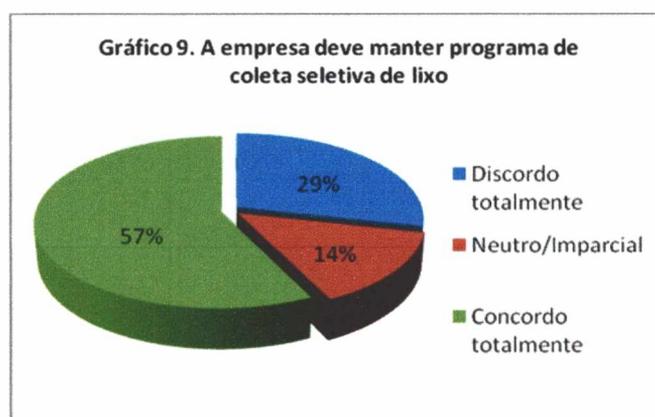
No gráfico 8 abaixo estão descritos os posicionamentos das empresas.



Diante destes dados, onde se tem uma concordância parcial de 43%, uma imparcialidade de 29%, uma discordância em sua totalidade de 28% e nenhuma concordância total, nota-se que as empresas mostram uma insegurança no sentido de sentirem que poderão ser afetadas prestando tais informações ao consumidor.

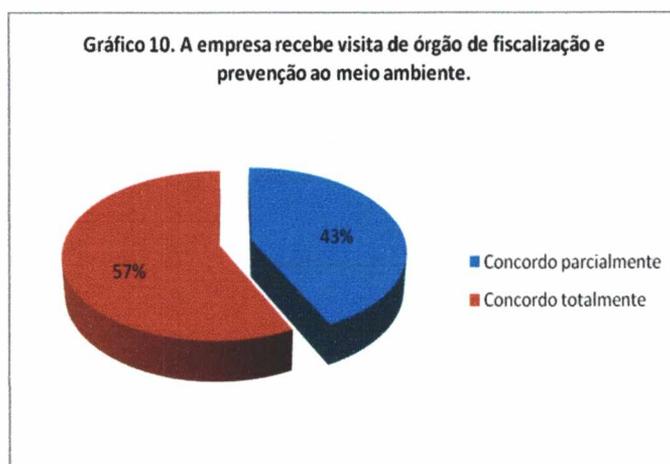
Para que uma empresa possa realizar um programa de coleta seletiva não é tarefa difícil, requer apenas que se tenha maior atenção, dedicação e empenho.

O item seguinte trata desta perspectiva, onde as empresas fizeram os seguintes posicionamentos, conforme demonstram o gráfico 9 a seguir.



Analisando esta questão contatou-se um grau de 57% em concordância total quanto a programa de coleta seletiva de lixo apesar de ser uma pratica muito comum e de fácil implantação nas empresas, ainda assim obteve-se um grau de discordância total em 29% e uma imparcialidade em 14%.

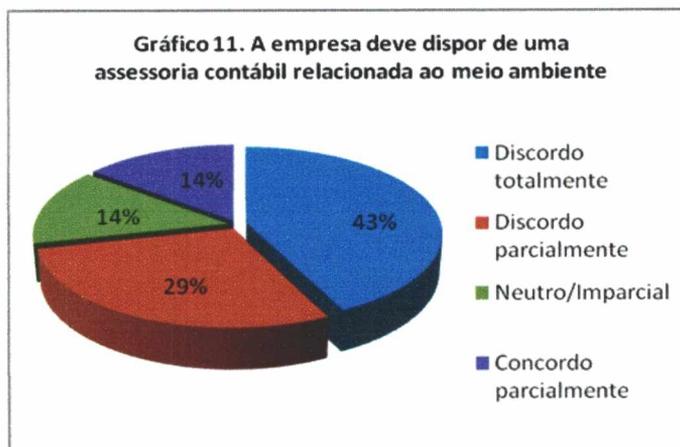
As empresas recebem visitas de órgãos de fiscalização e prevenção do meio ambiente, e estas ocorrem não voluntariamente, mas sim, dentro da legalidade. É uma maneira que os órgãos fiscalizadores têm de manter as empresas dentro dos padrões exigidos para a preservação ambiental. Nesse sentido, as empresas fizeram as seguintes descrições, conforme o gráfico 10, abaixo.



O demonstrativo desta questão leva a uma concordância de 100%. Todavia, conforme coloca Ferrel et al. (2006, p. 130), as empresas desde o momento de sua abertura são passivas de fiscalização estando ainda sujeita as fiscalizações periódicas. Portanto verifica-se a existência de órgão de fiscalização e prevenção ao meio ambiente, no caso a SUDEMA (Superintendência de Administração do Meio Ambiente).

A avaliação do impacto ambiental é considerada um instrumento de política ambiental preventivo, pois pretende identificar, quantificar e minimizar as conseqüências negativas sobre o meio ambiente, antes que o empreendimento inicie suas atividades..

No gráfico 11 estão os dados coletados junto as empresas participantes da pesquisa referentes a existência de uma assessoria contábil relacionada ao meio ambiente.



Neste ponto podemos perceber uma discordância bem significativa que totaliza 72% e nenhuma concordância total, o que nos leva a constatar talvez pelo fato de uma postura não tão direcionada a responsabilidade ambiental uma escassez no tocante a profissionais especializados em assessoria contábil ambiental.

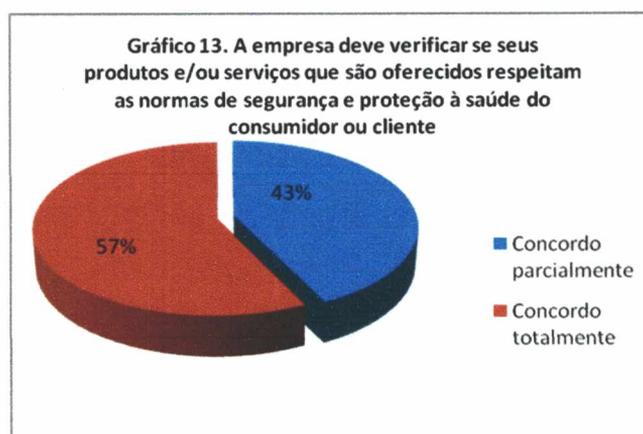
Muitas empresas só visam o lucro e mais nada. Não estão preocupadas com os problemas ambientais que são causados por conta de suas produções, não adotam medidas de prevenção ou outras para pelo menos minimizar estes impactos. No entanto, no mercado já existem equipamentos que ajudam as empresas a contribuírem para diminuir os impactos ambientais. É sobre estes investimentos que trata o gráfico 12, apresentando o entendimento das empresas pesquisadas sobre estes aspectos.



Verifica-se uma concordância bastante significativa em sua totalidade de concordância em 86% quanto à importância da realização de investimentos em equipamentos de prevenção e combate a poluição. Isso nos revela um comportamento e comprometimento responsável por parte das empresas para com o meio ambiente.

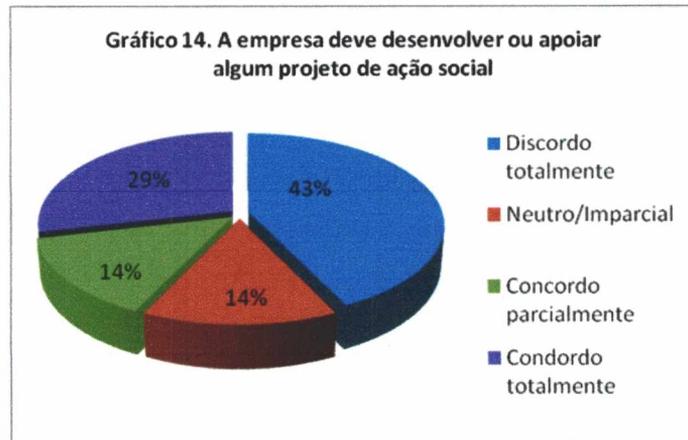
Com relação aos resultados aos resultados da pesquisa quanto aos indicadores da Responsabilidade Social, onde foram selecionadas 7 (sete) questões para obtenção do posicionamento por parte das empresas que foram selecionadas a participar do respectivo estudo.

Todo produto ou serviço devem seguir os preceitos de que é preciso, antes de tudo, conferir se não está havendo algum desrespeito aos direitos do consumidor, bem como, se estes não interferem na saúde dos mesmos. Diante disto, o gráfico 13 demonstram os posicionamentos das empresas sobre estes aspectos.



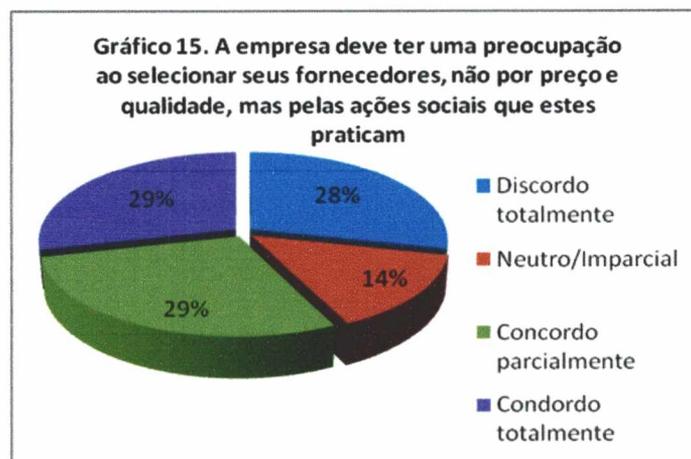
Pelo percentual em sua concordância total de 100% nesta questão podemos perceber que as empresas estão preocupadas e comprometidas acima de tudo com a satisfação do consumidor diante seus produtos e/ou serviços oferecidos tendo em vista um retorno financeiro como resposta a este comportamento.

Muitas empresas já estão desenvolvendo alguns trabalhos voltados para apoiar alguns projetos de ONGs, ou até mesmo projetos da administração pública que estejam direcionados às políticas de ação social. No gráfico 14, estão dispostos os posicionamentos das empresas a esses aspectos.



Neste caso podemos identificar a existência de apoio a projetos de ação social por parte das empresas num grau de concordância totalizada em 43%, atitude justificada pelo fato de ser conhecedora de que a comunidade necessita de ações que proporcionem melhores condições de vida a sociedade e assim contribuir. Indo de contra partida a uma discordância total também de 43% se colocam as empresas que não possuem ações geradoras de benefícios diretos a sociedade. Segundo o Instituto **ETHOS (2008)** uma empresa só é considerada de RSE(Responsabilidade Social Empresarial) se tiver iniciativas de cunho social para com a comunidade e algumas vezes perante o público interno.

Geralmente, as empresas quando vão efetuar a contratação dos seus fornecedores, dificilmente se pensa em contratar alguém que também esteja comprometido em desenvolver práticas sociais dentro da empresa. Sobre estes aspectos, o gráfico 15 apresentam os posicionamentos das empresas sobre essa temática.

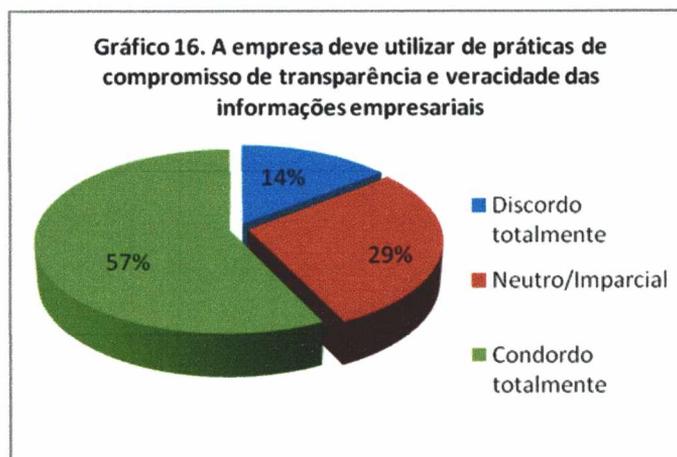


Analisando esta questão e levando para o lado do indivíduo tanto as empresas como as pessoas (clientes) já estão com a mente e os hábitos direcionados a consumir produtos não poluentes, muitas vezes, mesmo relevando alguma diferença de preço. O gráfico revela

uma concordância em sua totalidade de 58%, não tão significativa como desejávamos, mas muito relevante quanto a seu resultado e modelo para demais empresas. O grau de discordância foi de 28%.

Conforme Melo e Froes, (2001) é fundamental para uma empresa a escolha de fornecedores que adotem estratégia de valorização de produtos e/ou serviços que contemplem a qualidade destes de maneira socialmente corretas. Ou seja, alguns benefícios da Responsabilidade Social voltada para as empresas podem ser traduzidos em vantagens como: o fortalecimento da marca e imagem da organização; a diferenciação perante aos concorrentes; a geração de mídia espontânea e a fidelização de clientes.

E fundamental para a sociedade que as empresas sejam condizentes com a transparência e com a postura de manter a veracidade de suas informações. A sociedade mostra-se cada vez mais presente nas questões que envolvem as empresas e o bem-estar sócio-ambiental, por isso, a melhor maneira de existir um bom convívio social entre empresa-sociedade é havendo confiabilidade das informações e transparência. Sobre esses aspectos, o gráfico 16 apresenta os posicionamentos das empresas frente a esta temática.

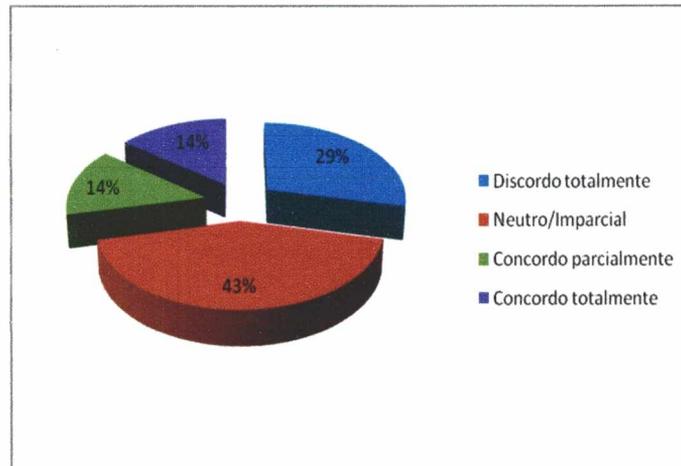


Neste ponto pode ser verificado que com 57% de concordância nas respostas, as empresas mantêm práticas de transparência e veracidade das informações empresariais. Apesar da grande maioria das empresas concordarem com a utilização de práticas de compromisso de transparência e veracidade da informação, não adotam o Balanço Social, que é uma ferramenta importante para a realização deste compromisso.

Os problemas inerentes ao meio ambiente não são de inteira responsabilidade das empresas por meio dos seus produtos, eles estão em todos os setores da sociedade. Por isso, é vital que sejam adotados programas de informação e/ou educação do consumidor sobre os impactos que seu estilo de vida pode provocar no meio ambiente. Estes programas

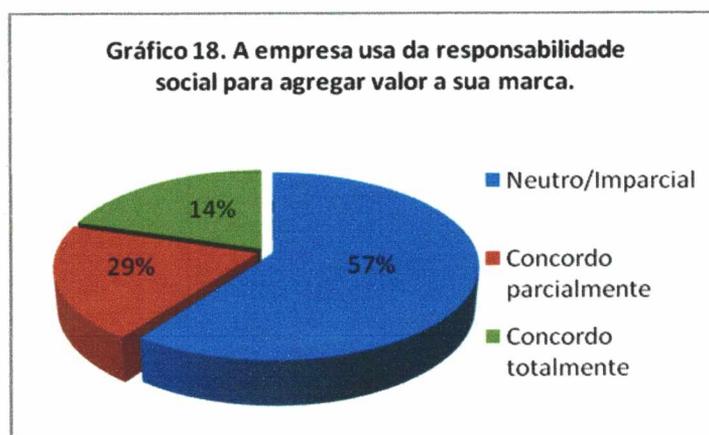
funcionariam como informativos, de que um determinado produto, pode ocasionar para os impactos sócio-ambientais.

Nesta ótica, o gráfico 17 apresenta o posicionamento das empresas sobre estes aspectos.



Esta se refere, "por exemplo," a uma simples ilustração vinda na embalagem de um produto indicando o consumidor a jogar papel no lixeiro, pedindo para preservar a natureza, economizar água e energia e etc. Obtivemos uma concordância em sua totalidade de apenas 28% uma imparcialidade de 43%, uma discordância 29% quanto a existência de práticas e programas de informações ou educação do consumidor quanto aos impactos sociais e ambientais.

Um produto não basta ser atrativo só por suas qualidades afins em aceitação do consumidor, mas deve abranger fatores inerentes à sua responsabilidade social. E isso, certamente agregará valor a sua marca. O gráfico 18 logo abaixo, demonstram como as empresas se posicionaram em relação a este aspecto.



Neste ponto podemos constatar uma concordância em sua totalidade de 86% demonstrando que as praticas sociais utilizadas pelas empresas são realmente aproveitadas para agregar valor a sua marca.

Mediante todo o apanhado da pesquisa, através dos dados que foram coletados, é possível definir que as empresas que participaram da pesquisa demonstraram uma grande compreensão acerca de suas obrigações para com a responsabilidade sócio-ambiental, ao ponto de compreenderem que não é por ser um fato imposto pela necessidade de lucros, de dar valor aos seus produtos e serviços, visto a mudança de visão dos consumidores, mas sim, pela necessidade de se prover a vida, buscar priorizar a defesa do meio ambiente, conseqüentemente, o bem-estar social da população.

Os participantes diante do que responderam ao questionário nos fazem compreender que os mesmos procuram cumprir com aquilo que acreditam ser o certo, o agir socialmente correto, demonstrando que não estão tão somente pensando nos lucros (se assim não fosse, seria utópico), mas também, mostram-se preocupados em agir com responsabilidade sócio-ambiental.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A natureza a muito vem clamando por atenção, por cuidados, mas só tem recebido cada vez mais degeneração, poluição, desgastes, eclodindo em seu silêncio inúmeras catástrofes que muitos não sabem, ou preferem ignorar as suas causas. Aos poucos vemos que o planeta se torna escuro, aprofundado num buraco negro sem fim, sem brilho, e os homens somente assistem tamanha destruição, que em boa parte é o culpado. Todavia, a natureza também padece pela insensatez e insensibilidade daqueles que insistem em não cuidar dela. Mas nem tudo está perdido, a luz no fim do túnel já se acendeu e ascende para aqueles que sabem dos problemas que o meio ambiente vem sofrendo e poderá sofrer ainda mais se algo não for feito com urgência.

Imperando neste esboço, o presente trabalho, cuja abordagem apresenta os enfoques desse processo de Responsabilidade sócio-ambiental, pode-se tirar as seguintes conclusões: algumas empresas têm tido uma parcela de contribuição muito forte no processo de degradação e de destruição do meio ambiente, através de suas práticas, de seus produtos e serviços. Isso é um fato. Por outro lado, inúmeras ações já estão sendo adotadas dentro das empresas no sentido de poder minimizar e quem sabe até acabar com esse processo degradável promovido pela produção de seus produtos e serviços. É a partir desta premissa que, algumas empresas têm desenvolvido projetos e estratégias de gestão no sentido de tornar os seus produtos menos agressores, tomando para si a responsabilidade de agir socialmente correto.

Observa-se também que o percentual de 100% de concordância para os itens (1) Preocupação com os aspectos ambientais que envolvem o seu ramo de atividade (2) Demonstrativo da empresa quanto a cumprir com os requisitos exigidos por lei e manter práticas interna de melhoramento ambiental (3) Demonstrativo da empresa quanto a realizar campanhas internas de redução do consumo de água, energia, e reciclagem de materiais (4) Demonstrativo da empresa quanto a receber visita de órgão de fiscalização e prevenção ao meio ambiente e (5) Demonstrativo da empresa quanto da importância sobre certificar-se de que todos os seus produtos e/ou serviços que são oferecidos respeitam as normas de segurança e proteção à saúde do consumidor ou cliente, é um grande salto que as empresas vêm dando no sentido de buscar melhorias na qualidade da gestão de serviços e produção.

A empresa não é constituída apenas por um presidente ou diretor, nela outros setores precisam agregar esse mesmo valor de responsabilidade social e ambiental, como é o caso do recursos humanos, da gerência financeira, setor de venda, marketing, dentre outros. Contudo o que chama a atenção é que, a assessoria contábil foi um item praticamente

descartado pelas empresas, obtendo-se um percentual de discordância de 72% e nenhuma concordância total, o que nos leva a constatar, talvez, pelo fato de uma postura não tão direcionada por parte das empresas para com a responsabilidade ambiental provocar a escassez no tocante a profissionais especializados em assessoria contábil ambiental.

Diante do exposto, mesmo as empresas tendo demonstrado grande afinidade com a responsabilidade social e ambiental, através de algumas ações, nota-se que é preciso haver ainda uma maior consciência, um compromisso compartilhado entre todos os setores da empresa para que assim esta preocupação para o social e ambiental possam atingir sua completude.

Espera-se assim, que deste trabalho possam ser extraídas informações para complementar outros trabalhos acadêmicos, e que mesmo sirva como meio de consulta por parte de empresas que desdenha compreender a importância que é, da sua empresa estar devidamente comprometida com a salvação do meio ambiente e conseqüentemente, a melhoria das condições sociais da população.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1 ed. São Paulo, Saraiva, 2001.
- COSTA, Paulo Ribeiro Pereira da. **A força da imagem**. Florianópolis-RJ: Cidade Futura, 2006.
- DIAS, Reinaldo, **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**, São Paulo: Atlas, 2006.
- ETHOS – Instituti Ethos de Resposabilidade Social, 2008. Disponível em: www.ethos.org.br. Acesso em 20/10/2011.
- FERREIRA, Arceli Cristina de Sousa. **Contabilidade Ambiental: Uma informação para o Desenvolvimento Sustentável**. 2ª Ed. São Paulo, SP: Atla, 2009.
- FERREL, O. C.; FRAEDRICH J.; FERREL, L. **Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisão e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.
- HANDEM [et al]. In: FIGUEIREDO, N. N. A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3 ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2008.
- LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 4. e. SP: Atlas, 2003.
- LEAL, Douglas Tavares Borges, *et al*. **O processo logístico de serviço ao cliente favorecido pela Internet e sistemas de informação digitais**. 2007. Disponível em: <www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos32006/590.pdf > Acesso em 24 de out. 2011.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 7ª. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2004
- MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração no terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitmark, 2001.
- NICOLELLA, Gilberto; MARQUES, João Fernando; SKORUPA, Ladislau Araújo. **Sistema de Gestão Ambiental: aspectos teóricos e análise de um conjunto de empresas da região de Campinas, SP**. Jaguariúna, SP, 2004
- OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

PADOVEZE, Clóves Luíz. **Manual de Contabilidade Básica: Uma Introdução à Prática.** Contábil – 5ª Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2004.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: Evidenciação dos Gastos Ambientais como Transparência e Focada na Prevenção.** São Paulo, SP: Atla, 2009.

PARENTE, J. *et al.* Varejo socialmente responsável. In: PARENTE, J. (Coord.). **Responsabilidade social no varejo: conceitos, estratégias e casos no Brasil.** São Paulo: Saraiva, 2004.

PEREIRA, Júlio César Rodrigo. **Análise dos dados qualitativos.** 3 ed. São Paulo: EDUSP. 2004, 156p.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos, da escola à academia.** 2. ed. São Paulo: Rêspel, 2003.

REIS, Linda G., **Produção de Monografia – Da teoria à prática.** Brasília, DF: Editora Senac, 2006.

REIS, L. F. S. de S. D. ; QUEIROZ, S. M. P. **Gestão ambiental em pequenas e médias empresas.** Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2008.

RIBEIRO, Maísa de Souza. **Contabilidade Ambiental.** 2ª Ed. São Paulo : Saraiva 2010.

_____. **Contabilidade Ambiental.** São Paulo: 1 ed. Saraiva, 2003.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Básica Fácil.** 22ª Ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2006.

SEBRAE <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>. Acesso 10 de nov. 2010.

SEVERINO, Antônio J. **Metodologia do trabalho científico.** 23º Ed. São Paulo, SP: Cortez, 2007.

SILVA, Aline Cristina de Araújo Florentino. **Responsabilidade Social e Gestão Ambiental como fatores de competição na percepção dos gestores de uma organização nacional do setor bancário da cidade de João Pessoa-PB.** João Pessoa, 2008. (Dissertação de Mestrado do Curso de Pós-Graduação em Engenharia – PGEP da Universidade Federal da Paraíba).

SILVA, V. A. R.; ALARCÓN, O. Q.; SILVA JR., H. S.; VIEIRA FILHO, O. Aproximando ISO 14001 aos objetivos ambientais públicos. In: SEMINÁRIO ECONOMIA DO MEIO AMBIENTE, 3., 2003, Campinas. **Regulação estatal e auto-regulação empresarial para o desenvolvimento sustentável.** Campinas: Instituto de Economia, UNICAMP, 2003.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2008.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1992

VASCONCELOS, A. P. Análise através das categorias da escala de Likert: teoria da resposta ao item. **Revista gestão & produção**, v.9, n.2, p. 129-141, 2003.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E JURÍDICAS
CAMPUS DE SOUSA/PB

“A UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SÓCIO-AMBIENTAIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DE PAPELARIA E GRÁFICAS NA CIDADE DE CAJAZEIRAS-PB”

A presente pesquisa tem o intuito de identificar e conhecer aspectos relacionados ao tema Gestão Socioambiental . Dessa forma identificaremos e faremos um estudo de multicasos das principais práticas de responsabilidade sócio-ambiental utilizadas na cidade de Cajazeiras – PB por empresas dos ramos de atividade econômica Papelaria e Gráfica.

- 1- Empresa: _____
- 2- Cargo do entrevistado: _____
- 3- Ramo de atividade: _____
- 4- Porte da Empresa: () Micro Empresa, () Pequena Empresa, () Média empresa, () Grande Empresa.
- 5- Quantidade de Empregados: _____
- 6- Leia atentamente cada pergunta, as questões são **AFIRMAÇÕES** que, de acordo com suas respostas, podem variar de “**discordo totalmente**” até “**concordo totalmente**” (nos graus de 1 a 5), onde devem ser respondidas de acordo com o seu grau de percepção. Se tiver algo que queira adicionar, por favor, utilize o espaço reservado para comentários. Observe que os comentários são de grande importância para que as questões sejam melhores entendidas e explicadas.

Desde já agradecemos pela sua atenção, bem, como sua valiosa contribuição para com o estudo.

1- Gestão Socioambiental

1.1- A empresa oferece algum tipo de treinamento para os seus funcionários, quando a preservação ambiental.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.2- A empresa mantém algum tipo de manifestações com grupos interessados em preservar a natureza de seu processo produtivo.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.3- A empresa está preocupada com os aspectos ambientais que envolve o seu ramo de atividades.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.4- A empresa cumpre requisitos exigidos por lei e mantém práticas internas de melhoramento ambiental.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.5- Existe dentro da empresa campanhas internas de redução do consumo de água , energia, e reciclagem de matérias.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.6- A empresa usa da responsabilidade ambiental para agrupar valor a sua marca.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.7- A uma preocupação por parte da empresa em selecionar seus funcionamentos, não só por preço e qualidade mais sim pelas que utilizam práticas de prevenção ambiental.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.8- A empresa informa ao consumidor sobre os aspectos ambientais e sociais causados por seu processo de produção.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.9- A empresa mantém programa de coleta seletiva de lixo.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.10- A empresa recebe ou já recebeu visita de órgão de fiscalização e prevenção ao meio ambiente.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.11- A empresa dispõe de algum tipo de assessoria contábil relacionada ao meio ambiente.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

1.12- A empresa realiza investimentos em equipamentos de prevenção e combate a poluição.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.1- A empresa certifica-se de que todos os seus produtos e/ou serviços que são oferecidos respeitam as normas de segurança e proteção à saúde do consumidor ou cliente.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.2- A empresa desenvolve ou apóia algum projeto de ação social.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.3- A uma preocupação por parte da empresa em selecionar os seus fornecedores, não só por preço e qualidade, mais pelas que utilizem práticas sociais.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.4- A empresa utiliza de práticas quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações empresárias.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.5- A empresa propõe programas de informações ou educação do consumidor quanto aos impactos sociais e ambientais relativos aos hábitos de consumo em casa, no trabalho, nas compras, no lazer e etc.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------

2.6- A empresa usa da responsabilidade social para agregar valor a sua marca.

Discordo totalmente	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	Concordo totalmente
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------------------