

Investimentos Socioambientais Responsáveis: Um Estudo da Percepção dos Discentes de Ciências Contábeis e Administração da Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

Este artigo teve como objetivo investigar se os discentes do curso de Ciências Contábeis e Administração da Universidade Federal de Pernambuco concordam que as empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente. O aumento gradativo do consumo de recursos naturais finitos, do desenvolvimento tecnológico e o crescimento populacional têm provocado danos ao meio ambiente trazendo à tona a discussão dos modelos de desenvolvimento existentes até então. Assim, para execução desta pesquisa fez-se uso do método indutivo e da pesquisa exploratória. Realizaram-se as seguintes etapas: aplicação de questionários com os estudantes de Ciências Contábeis e Administração da Universidade Federal de Pernambuco, obtendo-se uma amostra de 757 respondentes; tabulação e análise dos resultados da pesquisa de campo, incluindo análises estatísticas com auxílio do software *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS, versão 15.0. Neste sentido, concluiu-se que os entrevistados mostraram-se conscientes da importância de questões socioambientais e a observância delas pelas empresas. No entanto, não se mostraram interessados em investir seus recursos nessas empresas constatando-se assim que, o fator de maior relevância ainda é o retorno financeiro favorável.

Palavras-chaves: Socioambiental, Investimentos, Sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

Antes da Revolução industrial, tinha-se a visão que crescimento econômico era sinônimo de exploração dos recursos ambientais, levando os países desenvolvidos a não se preocuparem com o meio ambiente. A ideia mecanicista que o meio ambiente servia apenas, como fonte de matéria prima e receptáculos dos resíduos do processo de industrialização, vem sendo abandonada por uma postura de responsabilidade social. Pois, devido ao crescimento desordenado do processo industrial, a degradação ambiental se acelerou com a expansão a níveis mundiais da produção e do consumo, intensificados com a consolidação da revolução industrial. (FRANCO, 1999; HAWKEN; LOVINS; LOVINS, 1999).

Atualmente, as empresas têm metas que vão além da lucratividade, justifica-se isso pela atual relação das empresas com a sociedade, em que vários interesses bilaterais estão envolvidos (Braga, 2008). Segundo Ashley (2002), o aumento da complexidade dos negócios, a globalização, a era digital, entre outras transformações no mundo dos negócios, têm exigido dos empresários uma adaptação dinâmica nas novas transações. O mundo contemporâneo exige que as empresas invistam em atributos que vão além do preço e qualidade. É latente a confiabilidade, os serviços pós-vendas, produtos ambientais corretos e o relacionamento ético entre empresa e a sociedade, visando também à preservação do meio ambiente.

O crescimento das empresas e a busca das mesmas pela captação de recursos junto ao mercado as obrigam a seguir as regras e exigências sociais para que possam lançar suas ações aos investidores nacionais e internacionais. No entanto, apenas adequar-se às regras não bastam para que uma empresa listada na bolsa obtenha os recursos que necessita, assim como a devida valoração de suas ações. Para que uma empresa seja bem sucedida no mercado de ações, deve se mostrar atrativa aos potenciais investidores. A forma mais comum que os investidores avaliam as empresas em que pretendem investir consiste na análise de índices de

mercado calculados de forma igualitária, o que permite a comparação entre as empresas e a melhor opção de investimento para o perfil do investidor (SANTANA; PÉRICO; REBELATTO, 2006.).

Dessa forma, existem diversos índices e aspectos que os investidores analisam para tomar a decisão sobre o melhor investimento. Tais aspectos das empresas observados pelos investidores podem ser tanto de caráter objetivo, como a rentabilidade, o setor de atividade e o tempo de atuação no mercado, assim como de forma subjetiva como a qualidade da marca que a empresa tem, a relação com os investidores, clientes e empregados, e também o caráter social e ambiental.

O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) criado pela Bovespa em 2005 buscou como referencia o *Dow Jones Sustainability Indexes* (DJSI), instituído em 1999 com a ideia de “premiar as empresas que procuram aliar desenvolvimento com eco eficiência e responsabilidade social” (May *et al*, 2003, p.189). O conceito do ISE é o do *triple bottom line*, com base na consultoria inglesa *Sustainability*, que avalia elementos econômico-financeiros, sociais e ambientais de forma integrada. A esses princípios foram acrescentados critérios e indicadores de governança corporativa, seguindo o modelo do índice da Bolsa de Johannesburg, o que deu origem a um quarto grupo temático (BOVESPA, 2005).

Sendo assim, segundo Kroetz (2000): existe um novo perfil tecnológico-econômico-social, exigido pelo mundo globalizado, requer que a Contabilidade evolua no sentido de prestar informações atualizadas, observando os reflexos das mutações patrimoniais no ambiente social e ecológico, informações essas não somente de ordem financeira-patrimonial. Assim como, explicitado por Alves (2008) a Contabilidade ao reconhecer, mensurar e evidenciar as repercussões ambientais da atividade da empresa cumpre, sob esse aspecto, seu papel como ciência social.

Com o crescimento econômico brasileiro nos últimos anos, os investidores procuram formas de aplicar seus recursos e as empresas por sua vez enxergam o mercado de ações como fonte de recursos para investirem em suas atividades (SANTANA, N.B.; PÉRICO. A.E; REBELATTO, D. A. N, 2006). Deixando de lado as formas de análise mais tradicionais e objetivas a respeito da atratividade de recursos para investimento nas ações de uma determinada empresa e considerando o cenário atual, há o enfoque em empresas que não estão preocupadas apenas com seus lucros, mas também em propiciar retorno de seus ganhos obtidos para a sociedade, assim como para o meio ambiente.

A sustentabilidade empresarial mostra-se importante no cotidiano da sociedade, seja para a continuidade do próprio negócio ou para conscientização da população, ensejando discussões também na academia. Neste contexto, emerge o seguinte questionamento: **Os discentes do curso de Ciências Contábeis e Administração da Universidade Federal de Pernambuco concordam que as empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente?**

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 As Mudanças Socioambientais e a Sustentabilidade

Com os avanços tecnológicos e o desenvolvimento da população, as atividades humanas no mundo originaram impactos negativos ao meio ambiente, que durante séculos foi visto como fonte inesgotável de recursos naturais e teriam como objetivo suprir as necessidades do homem. As preocupações relativas ao meio ambiente vêm sendo discutidas em todo o mundo e decorrem da evidência de que quem pratica tais atividades – sejam

empresas, governos e indivíduos- não possuem a preocupação com a preservação ambiental, sendo esta crucial para existência das futuras gerações. A conscientização de que o desenvolvimento sem limites, em pouco tempo, poderia gerar a degradação dos recursos naturais, além de produzir efeitos nefastos à biosfera, somente começou a despertar efetivamente depois de alguns desastres ambientais ocorridos a partir de 1930, como é o caso do acidente do Vale do Meuse, na Bélgica.

Com a publicação do livro *Primavera Silenciosa*, em 1962, que denunciava o desaparecimento de pássaros em decorrência da poluição do ar, nos Estados Unidos, marcou-se o início da conscientização social e política sobre as questões ambientais, colocando-se em xeque o modelo de desenvolvimento até então existente (SANTOS 2007). Por volta dos anos 80, à difusão dos conceitos de proteção ambiental começou a se propagar no mundo inteiro, foi o relatório da comissão Brundtland (1980) que pôs em circulação a expressão desenvolvimento sustentável, após sucessivas denúncias de tragédias ambientais no mundo (ALMEIDA, 2002).

No Brasil, em 1986, houve a publicação da 1ª Resolução do Conama (Conselho Nacional de Meio Ambiente). Já os anos 90, foram marcados pela Conferência Mundial de Meio Ambiente que ocorreu no Rio de Janeiro em 1992, e pela edição da série ISO “*International Organization for Standardization*” - (Organização Internacional para Normatização) que impulsionou alterações expressivas tanto no mercado produtor quanto no consumidor, no que tange a conscientização da preservação ambiental (KRISGNER, 2002).

Uma conferência realizada em 1999 (*The Eighth Annual Greening of Industry Conference, Sustainability: Ways of Knowing / Ways of Acting*), nos Estados Unidos salientou que o conceito de Desenvolvimento sustentável está se expandindo a partir da inclusão de questões sociais às discussões sobre o tema (Rossi et al., 2000).

O conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável apóia-se na integração de questões sociais, ambientais e econômicas, constituindo o tripé conhecido como *triple-bottom line*. Embora as organizações em um sistema capitalista sejam as responsáveis finais pela questão do desenvolvimento sustentável, estas só terão sucesso em suas estratégias se discutirem seus impactos com os *stakeholders* (ALMEIDA, 2002). Sem a ênfase no crescimento e desenvolvimento sustentável, as organizações e países não conseguirão se manter ao longo do tempo (ROSSI et al., 2000).

Sobre este novo paradigma, Almeida (2002) diz que a idéia é de integração e interação, propondo uma nova maneira de olhar e transformar o mundo, baseada no diálogo entre saberes e conhecimentos diversos. No mundo sustentável, uma atividade – a econômica, por exemplo – não pode ser pensada ou praticada em separado, porque tudo está inter-relacionado, em permanente diálogo. As preocupações relativas ao meio ambiente que têm sido discutidas no mundo inteiro decorrem da evidência que atividades humanas de modo geral, empresas, governos e indivíduos, não se preocupam com a preservação ambiental. Os avanços ocorridos na área ambiental quanto aos instrumentos técnicos, políticos e legais principais atributos para a construção da estrutura de uma política de meio ambiente, são inegáveis e inquestionáveis (ALBUQUERQUE et al 2007).

Neste sentido, o desenvolvimento da tecnologia deverá ser orientado para metas de equilíbrio com a natureza e de incremento da capacidade de inovação dos países em desenvolvimento, e o programa será atendido como fruto de maior riqueza, maior benefício social equitativo e equilíbrio ecológico. (KRAEMER, 2006).

Assim, a mesma autora continua dizendo que a concepção de desenvolvimento sustentável foi criada a partir da idéia de atender as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades.

Porém conceito de desenvolvimento sustentável apresenta pontos básicos que devem considerar, de maneira harmônica, o crescimento econômico, maior percepção com os resultados sociais decorrentes e equilíbrio ecológico na utilização dos recursos naturais (MEYER, 2000). Conforme Henrique Rattner apud Santos (2007), o modelo atual de desenvolvimento do mundo não é sustentável. Mudanças de clima, crescimento populacional, perda de diversidade biológica e cultural, pobreza e desigualdade tendem a aumentar a vulnerabilidade da vida humana, dos ecossistemas planetários e das próprias estruturas do convívio humano.

Assim mesmo, os sinais acelerados do aquecimento global e os inúmeros desastres ambientais cada vez mais recentes têm levado a idéia de que nada for feito, o planeta irá entrar em colapso, gradativamente (SANTOS, 2007).

2.2 Responsabilidade social corporativa

A Responsabilidade Social é tomada como um conceito amplo, no qual a empresa, preservando seus compromissos de negócio, cria métodos, planos e incentivos, para que, interna e externamente, consiga colaborar com as expectativas de equilíbrio e justiça da sociedade, excedendo as funções que estão estabelecidas em lei e os próprios interesses inerentes aos seus negócios (FISCHER, 2002).

Raupp (2001, p. 7) afirma que a responsabilidade social da empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce, prevenindo o impacto de seus processos, produtos e serviços.

Assim, nos dias atuais, o exercício da responsabilidade social corporativa está associado à noção de sustentabilidade, na medida em que visa conciliar as esferas: econômica, ambiental e social na geração de um cenário compatível à continuidade e à expansão das atividades das empresas, no presente e no futuro (UTTING, 2000).

Expressa a adoção e a difusão de valores, condutas e procedimentos que induzam e estimulem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que também resultem em preservação e melhoria da qualidade de vida das sociedades, do ponto de vista ético, social e ambiental. Empresas socialmente responsável estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade ao longo prazo, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial (SENHORAS, 2006).

Conforme a definição do *World Business Council for Sustainable Development*, a “responsabilidade social empresarial é o compromisso das empresas no sentido de contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade como um todo, para melhorar sua qualidade de vida.” (WBCSD, 2000).

Assim, RSC diz respeito ao desenvolvimento de uma ação responsável perante a comunidade externa e interna da empresa, o que inclui ações voltadas para melhoria da qualidade de vida das comunidades, preservação do meio ambiente, investimentos no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e no ambiente de trabalho, bem como retorno aos acionistas, sinergia com os parceiros, satisfação aos clientes e promoção de

comunicação transparentes, de um modo geral, devem englobar essas diferentes dimensões (GARAY,2006).

Segundo Melo Neto e Froes (1999), a empresa ganha internamente com a responsabilidade social à medida que cria maior motivação, autoestima e orgulho entre os funcionários; aumenta a produtividade e a qualidade de vida no trabalho; diminui gastos com saúde dos funcionários e desenvolve o potencial e os talentos de seus funcionários, propiciando cada vez mais inovações dentro da organização.

Diversos autores (MELO NETO e FROES, 1999, BRITO e NUNES, 2000, INSTITUTO ETHOS, 2009; ASHLEY, 2002) consideram que, para atribuir-se a uma empresa a condição de socialmente responsáveis, são necessários investimentos no que denominam vetores/indicadores da responsabilidade social, que precisam receber igual atenção. São estes:

(1) Indicadores indiretos / externos: (a) o apoio ao desenvolvimento da comunidade em que atuam, (b) preservação/investimentos no meio ambiente;

(2) indicadores diretos: (a) investimento no bem-estar de seus funcionários e seus dependentes (benefícios, capacitação, participação nos resultados, diversidade da força de trabalho) e no ambiente de trabalho (segurança e higiene no trabalho); (b) comunicações transparentes; (c) retorno aos acionistas; (d) sinergia com os parceiros; e (e) satisfação dos clientes e/ou consumidores.

O valor e a reputação da marca somados ao perfil de risco e a atratividade para os clientes impulsiona o valor da empresa para os acionistas (HOLLIDAY, SCHMIDHEINY e WATTS, 2002). Conforme estudo apresentado pelos autores, nos mercados financeiros, empresas com índice de sustentabilidade apresentaram desempenho superior ao índice global da Dow Jones, reforçando a percepção de que a integração de fatores críticos de sucesso de natureza econômica, ambiental e social na estratégia de negócios pode resultar em vantagem competitiva.

Reputação se constrói sobre intangíveis, como confiança, qualidade, consistência, credibilidade, relacionamentos e transparência, assim como se constrói com investimentos em pessoas, na diversidade, no meio ambiente (SustainAbility et al., 2001, apud HOLLIDAY, SCHMIDHEINY e WATTS, 2002, p.213), presentes na discussão sobre RSC.

Pode-se dizer desta forma, que uma empresa socialmente responsável é aquela que valoriza o relacionamento com todos os *stakeholders* associados direta ou indiretamente ao negócio da empresa, incorporando os interesses destes no planejamento de suas atividades.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a execução da pesquisa fez-se uso do método indutivo, caracterizando desta forma uma conexão ascendente, pois partiu de constatações particulares para as leis e teorias (LAKATOS, 2001, p. 106). As tipologias de pesquisa utilizadas foram: exploratória, bibliográfica e documental direta e indireta. Foi realizada a coleta dos dados por meio de aplicação de questionários estruturados e direcionados aos estudantes dos cursos de Contabilidade e Administração da Universidade Federal de Pernambuco, do 1º ao 9º período em maio de 2010.

A realização deste estudo compreendeu as seguintes etapas: 1) Pesquisa de campo; 2) Tabulação e análise dos resultados da pesquisa de campo, incluindo análises estatísticas com

auxílio do software *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS, versão 15.0; 3) Análise descritiva dos dados; 4) Análise multivariada e inferencial.

A coleta de dados dividiu-se nas seguintes etapas: elaboração do questionário; escolha da população e amostra; e coleta de dados. O questionário foi semiestruturado, composto de dois grupamentos, denominados Perfil e Percepção sobre Investimentos Socioambientais. Na parte denominada de Perfil, coletaram-se informações relativas à: curso, idade, gênero, período ao qual estava vinculado. Em relação à Percepção sobre Investimentos Socioambientais buscaram-se informações sobre os tópicos enumerados abaixo:

- a) a percepção dos alunos diante do desenvolvimento sustentável;
- b) a relação das empresas com o meio-ambiente;
- c) investimentos social-ambientais responsáveis, a credibilidades das empresas perante a sociedade e o mercado de capitais;
- d) se a temática do desenvolvimento sustentável é trabalhada em sala de aula;
- e) se o respondente considera importante o debate da temática dentro das salas de aula;
- f) se as discussões da temática feitas em sala contribuem de alguma forma para percepção do aluno sobre investimentos socioambientais.

As respostas para os questionamentos da Seção Percepção sobre investimentos socioambientais subdividiram-se em: sim e não e elaboradas com intervalo de escalas baseado na escala de Likert. A amostra desta pesquisa foi composta pelos entrevistados que aceitaram responder ao questionário que lhes foi entregue, destaca-se que todos os entrevistados são alunos da Universidade Federal de Pernambuco dos cursos de Administração e Ciências Contábeis. Foram distribuídos 757 questionários, obtivendo-se a resposta de todos eles. Primeiro realizou-se a análise descritiva e posteriormente a análise multivariada dos dados obtidos na pesquisa de campo. Estas análises constituíram o tratamento estatístico utilizado neste trabalho de pesquisa, e através delas foi possível responder a questão problema formulada nesta pesquisa, para a execução de ambas foram requeridos os softwares: *Statistical Package for the Social Sciences* – SPSS, versão 15.0 e o Excel da Microsoft. Utilizou-se a estatística descritiva e a não paramétrica para a análise, de forma a respeitar a natureza dos dados analisados. Concernente aos métodos não paramétricos aplicou-se os testes estatísticos, tabulação cruzada (*crosstab*) e qui-quadrado (*chi-square*).

Foi considerado para este trabalho de forma a rejeitar a hipótese nula (H_0) o nível de significância mínimo de 5,0% ($\alpha = 0,05$). Siegel (1975) elucida que é usual a adoção de níveis de significância de 1,0% ou 5,0% para rejeitar hipóteses nulas, embora possam ser utilizados outros valores. O nível de significância de 5% expressa à existência de uma confiança de 95% de se tomar uma decisão acertada. Em virtude disso é que foram consideradas relevantes as diferenças cujos *Asymp. Sig. (2-tailed)* fossem menores que 5%.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram analisados sob a égide das análises descritiva e inferencial conforme discriminadas abaixo.

4.1 Análise Descritiva dos dados

A amostra foi composta pelo total de 757 respondentes, conforme a distribuição dos questionários. Quando analisada pela composição entre os alunos vinculados aos turnos tarde e noite e aos cursos de Ciências Contábeis e Administração têm-se as seguintes informações:

21,4% são alunos de Administração do turno da tarde; 23,2% de Administração do turno da noite; 16,6% alunos de Ciências Contábeis da tarde e 38,7% de Ciências Contábeis da noite, compondo 100% da amostra. Quanto ao gênero tem-se que: 51,9% dos respondentes são do sexo masculino e 42,4% são do sexo feminino, estes respondentes compõem 94,3% do total.

Relativo ao período foi possível ter as seguintes informações: 17,3% dos respondentes pertencem ao primeiro período dos dois cursos analisados na pesquisa, 13,1% do segundo período, 9,2% do terceiro período, 7,8 % do quarto período, 10,7% do quinto período, 12,8% do sexto período, 9,4 % do sétimo período, 9,0% do oitavo período e 9,4% do nono período, estes compõem 98,7% do total dos respondentes. Quanto à idade, 45,6% dos respondentes estão na faixa dos 16 aos 21 anos de idade, 46% pertence à faixa de 22 a 30 anos e 7,7% possuem mais de 30 anos de idade, estes correspondem a 99,2% dos respondentes. Quando questionados se as empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente, 98% responderam sim e 2% responderam não.

Perguntou aos estudantes se: além da geração de lucro para os sócios/acionistas, as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, com a satisfação dos consumidores e com o impacto de suas atividades na comunidade onde atua? Do total da amostra, 99,5% responderam esta questão, obtendo-se as seguintes informações: 98,7% concordaram que as empresas devem se preocupar com a qualidade dos produtos, satisfação dos clientes e com o impacto na comunidade onde atua, enquanto que 0,8% dos estudantes discordam deste ponto.

Em relação à questão “As empresas que investem na área social/ambiental praticam tal ação com outros interesses que não o de contribuir de fato com a melhoria da qualidade de vida da Comunidade?”, obtiveram-se as seguintes respostas: 83,1% dos discentes responderam sim e 16% responderam não, destaca-se que os respondentes desta inquirição correspondem a 99,1% do total da amostra.

Quando se questionou aos respondentes se as empresas que desenvolvem projetos ambientais possuem maior credibilidade junto à sociedade, obtiveram-se as seguintes respostas: 1,1% discordam totalmente; 2,2% discordam parcialmente; 3,3% são indiferentes, 60,1% concordam totalmente e 32,9% concordam totalmente, estes correspondem ao total de 99,6% dos alunos que responderam ao questionário.

Relativo ao questionamento se as empresas que desenvolvem projetos ambientais possuem maior credibilidade junto ao mercado de capitais, foram encontradas as seguintes informações: 3,8% discordam totalmente, 11,8% discordam parcialmente, 20,3% são indiferentes, 50,2% concordam parcialmente e 13,5% concordam totalmente, eles corresponderam a 99,6% do total de respondentes.

Em relação à pergunta: “Você investiria em uma empresa que não possui um perfil ambientalmente responsável mesmo sabendo que ela apresenta um desempenho financeiro superior à média do mercado?”. De 98,8% dos alunos que responderam a esta questão, 79,1% responderam positivamente e 19,8% negativamente. Foi possível observar que uma parte mais significativa do gênero feminino do que a do masculino afirmou que não investiria nessas empresas. Os estudantes do início do curso, ou seja, nos três primeiros períodos, quando comparados com os que estão no meio do curso, têm uma participação mais significativa em relação aos que afirmaram não investir numa empresa sem projetos mesmo que apresentem bons lucros. Destaca-se que os estudantes que estão no meio do curso têm uma participação maior daqueles que estão no final.

Quando questionados se investiriam em uma empresa ambientalmente responsável mesmo sabendo que ela apresenta um desempenho financeiro abaixo da média do mercado,

dos 99,7% que responderam ao questionário, 18,2% optaram por sim e 81,5% responderam não. Foi possível identificar que o gênero feminino teve uma tendência maior para a opção de investir em empresas com menor lucro, mas com iniciativas socioambientais responsáveis do que o gênero masculino.

Em relação se a temática sobre desenvolvimento sustentável é abordada em sala de aula pelos professores atrelada as respectivas disciplinas, 41% dos estudantes responderam sim e 58,7% responderam não, correspondendo ao total de 99,6% dos respondentes. Em contrapartida, quando os estudantes foram questionados se acham importante a discussão sobre sustentabilidade ser abordada em sala de aula, 93,3% teve uma resposta afirmativa, 1,5% resposta negativa e 5,3% disseram ser indiferentes.

Relativo à questão: “Em sua opinião, as discussões realizadas em sala de aula pelos seus Professores contribuem para sua percepção sobre empresas com investimentos socioambientais?”; a maioria dos respondentes afirmou que sim, independente da idade, período, curso ou gênero. A parte mais significativa daqueles que afirmaram que a contribuição não contribui para a percepção é composta pelos estudantes que estão no meio do curso. Lembrando que foram os mesmos que afirmaram mais significativamente não terem essa abordagem em sala. Os estudantes do turno da tarde, independente do curso, foram os que menos disseram "Não" à assertiva de que a discussão contribui para a percepção. O grupo do gênero masculino concordou menos que as mulheres.

4.2 Análise Inferencial dos dados

Para realização da análise inferencial dos dados, foi necessário realizar o cruzamento das variáveis que compunham as partes do questionário denominadas: Perfil e Percepção sobre Investimentos Socioambientais. Foram analisados somente os cruzamentos que obtiveram um nível de significância de até 5% no teste de tabulação cruzada (cross tab).

Assim, evidenciam-se os principais achados no cruzamento das variáveis.

Variável de Perfil “Gênero”

Quanto a variável de perfil “Gênero” verificou-se o grau de significância de 5%, obteve-se, assim o cruzamento desta com as demais variáveis do grupo “Percepção sobre Investimentos Socioambientais”, resultando em nos cruzamentos analisados a seguir.

Tabela 1: Metas de Crescimento e Preservação do Meio Ambiente X Gênero

As empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente?	Gênero		Total
	Masculino	Feminino	
SIM	97,2%	99,7%	98,3%
NÃO	2,8%	0,3%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Quanto à conciliação das metas de crescimento dos lucros com as de preservação do meio ambiente, as mulheres demonstraram ser mais favoráveis que homens. Observou-se também que uma quantidade menor de mulheres se mostrou contrária a esta assertiva.

Tabela 2: Empresas sem projetos socioambientais e com bom lucro X Gênero

Você investiria seus recursos em uma empresa que não possui projetos voltados para o meio ambiente mesmo que ela apresente bons lucros?	Gênero		Total
	Masculino	Feminino	
SIM	85,1%	72,8%	79,6%
NÃO	14,9%	27,2%	20,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Independente do gênero, a maioria investiria numa empresa sem projetos se elas apresentassem bons lucros. Entretanto, uma parte mais significativa do gênero feminino do que o masculino afirmou que não investiria nessas empresas.

Tabela 3: Empresas com projetos socioambientais e sem bom lucro X Gênero

Você investiria seus recursos em uma empresa que possui projetos voltados para o meio ambiente mesmo que ela não esteja apresentando bons lucros?	Gênero		Total
	Masculino	Feminino	
SIM	15,0%	21,6%	18,0%
NÃO	85,0%	78,4%	82,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Embora a grande maioria dos respondentes tenha concordado na proposição de não investir em uma empresa que possua projetos socioambientais e que não apresente bons lucros, destaca-se nesta observação o fato do gênero feminino ter a tendência em investir nessas empresas, mesmo não apresentando bom resultado, do que o gênero masculino.

Tabela 4: Credibilidade junto à sociedade X Gênero

Em sua opinião, as empresas que desenvolvem projetos socioambientais possuem maior credibilidade junto à sociedade?	Gênero		Total
	Masculino	Feminino	
Discordo	4,6%	1,3%	3,1%
Indiferente	4,1%	2,5%	3,4%
Concordo	91,3%	96,2%	93,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

A maioria concorda que as empresas com o desenvolvimento de projetos socioambientais possuem maior credibilidade com a sociedade, dentre aqueles que concordam a maioria é feminina, em relação aos que discordam e são indiferentes a maioria é masculina.

Tabela 5: Credibilidade junto ao mercado de capitais X Gênero

Em sua opinião, as empresas que desenvolvem projetos socioambientais possuem maior credibilidade junto ao mercado de capitais?	Gênero		Total
	Masculino	Feminino	
Discordo	17,9%	12,5%	15,4%
Indiferente	23,2%	19,1%	21,3%
Concordo	58,9%	68,4%	63,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Em relação ao total dos respondentes a maioria concorda com a assertiva, pode-se perceber também que a maioria dos que concordam é do gênero feminino. Enquanto que os homens possuem a maioria em relação aos indiferentes e aos que discordam.

Variável de Perfil “Período”

Relativo variável de perfil “Período” verificou-se o grau de significância de 5%, obteve-se, assim o cruzamento desta com as demais variáveis do grupo “Percepção sobre Investimentos Socioambientais”, destaca-se que para esta análise não houve a distinção do curso que os respondentes pertenciam. A análise em relação ao período se deu em grupos, para o grupo denominado Início considerar os alunos que estão do 1º ao 3º período; no grupo Intermediário aqueles que estão do 4º ao 6º e para o grupo Final considerar do 7º ao 9º período.

Tabela 6: Empresas sem projetos socioambientais e com bom lucro X Período do curso

Você investiria seus recursos em uma empresa que não possui projetos voltados para o meio ambiente mesmo que ela apresente bons lucros?	Períodos do curso			
	Início	Intermediário	Final	Total
SIM	75,8%	80,5%	85,0%	79,8%
NÃO	24,2%	19,5%	15,0%	20,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Para o questionamento anterior, os alunos que estão no início do curso possuem uma intolerância maior em relação aos demais. No concernente a resposta positiva ao questionamento supracitado os alunos do final do curso possuem uma maior tendência.

Tabela 7: Aplicação de temática socioambiental nas disciplinas X Período do curso

Em sala de aula os Professores abordam a temática do desenvolvimento sustentável atrelada as suas disciplinas?	Períodos do curso			
	Início	Intermediário	Final	Total
SIM	47,3%	30,0%	45,5%	41,3%
NÃO	52,7%	70,0%	54,5%	58,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Observou-se que a maioria dos discentes respondeu que os professores não abordam esta temática em sala de aula, desses 70% estão no meio do curso, 54,5% no final e 52,7% no início.

Tabela 8: Contribuição das discussões em sala da aula X Período do curso

Em sua opinião, as discussões realizadas em sala de aula pelos seus Professores contribuem para sua percepção sobre empresas com investimentos socioambientais?	Períodos do curso			
	Início	Intermediário	Final	Total
SIM	65,2%	54,7%	60,5%	60,5%
NÃO	34,8%	45,3%	39,5%	39,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

A maioria dos alunos afirmou que as discussões em sala de aula contribuem para a sua percepção em relação das empresas que possuem investimentos, e destes a maioria está no início do curso. Quanto aos que alegaram que não contribui a maioria está no meio do curso, estes alunos também afirmaram que os discentes não trabalham esta temática em sala de aula, conforme análise da tabela 8.

Variável de Perfil “Idade”

O grau de significância de até 5% também foi observado para a variável Idade, desta forma foi realizado o cruzamento desta com as outras variáveis do grupo “Percepção sobre Investimentos Socioambientais”, abaixo estão as análises dos cruzamentos que atingiram ao grau de significância.

Tabela 09: Aplicação de temática socioambiental nas disciplinas X Idade

Em sala de aula os Professores abordam a temática do desenvolvimento sustentável atrelada as suas disciplinas?	Idade			
	16 a 21 anos	22 a 30 anos	Mais de 30 anos	Total
SIM	43,6%	41,5%	24,6%	41,2%
NÃO	56,4%	58,5%	75,4%	58,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Os respondentes com mais de 30 anos afirmaram mais efetivamente não abordagem dessa temática em sala de aula.

Tabela 10: Credibilidade junto ao mercado de capitais X Idade

Em sua opinião, as empresas que desenvolvem projetos socioambientais possuem maior credibilidade junto ao mercado de capitais?	Idade			
	16 a 21 anos	22 a 30 anos	Mais de 30 anos	Total
Discordo	15,5%	16,7%	6,9%	15,4%
Indiferente	26,5%	17,0%	5,2%	20,5%
Concordo	58,0%	66,3%	87,9%	64,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Em relação aos alunos que discordam da assertiva, a proporção dos que possuem de 22 a 30 anos foi maior com 16,7%, já aqueles que são indiferentes os que possuem 16 a 21 anos teve uma participação maior com 26,5% e os que estão com mais de 30 anos tiveram uma participação menor com 5,2%. Já em relação aos que concordam a maioria está acima dos 30 anos (87,9%). De forma geral, os alunos concordam com a assertiva atingindo um percentual de 64,2% do total.

Variável de Perfil “Curso”

A variável “Curso” atingiu o grau de significância até 5%, desta forma foi realizado o cruzamento desta com as outras variáveis do grupo “Percepção sobre Investimentos Socioambientais”, abaixo estão às análises dos cruzamentos que atingiram ao grau de significância.

Tabela 11: Aplicação de temática socioambiental nas disciplinas X Curso

Em sala de aula os Professores abordam a temática do desenvolvimento sustentável atrelada as suas disciplinas?	Curso				Total
	Administração - manhã	Administração - noite	Contabilidade - tarde	Contabilidade - noite	
SIM	29,7%	34,5%	13,5%	22,3%	41,1%
NÃO	15,8%	15,5%	18,7%	50,0%	58,9%
Total	21,5%	23,3%	16,6%	38,6%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Os que não estão matriculados no turno da noite se constituem na minoria dos estudantes que afirmaram possuir a abordagem da temática em sala de aula, tanto no curso de Administração, quanto no curso de Ciências Contábeis.

Tabela 12: Contribuição das discussões em sala da aula X Curso

Em sua opinião, as discussões realizadas em sala de aula pelos seus Professores contribuem para sua percepção sobre empresas com investimentos socioambientais?	Curso				Total
	Administração - manhã	Administração - noite	Contabilidade - tarde	Contabilidade - noite	
SIM	23,5%	28,4%	14,3%	33,8%	60,3%
NÃO	18,3%	15,7%	19,7%	46,3%	39,7%
Total	21,5%	23,3%	16,4%	38,8%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Os estudantes não vinculados ao turno da noite, independente do curso, foram os que menos disseram "Não" a assertiva de que a discussão contribui para a percepção.

Tabela 13: Credibilidade junto ao mercado de capitais X Curso

Em sua opinião, as empresas que desenvolvem projetos	Curso
--	-------

socioambientais possuem maior credibilidade junto ao mercado de capitais?	Administração - manhã	Administração - noite	Contabilidade - tarde	Contabilidade - noite	Total
Discordo	29,7%	24,6%	10,2%	35,6%	15,6%
Indiferente	22,1%	26,6%	22,1%	29,2%	20,4%
Concordo	19,3%	21,6%	16,6%	42,5%	63,9%
Total	21,5%	23,1%	16,7%	38,7%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

A proporção dos estudantes que discordaram ou se mostraram indiferentes foi maior no curso de Administração, enquanto a proporção dos que concordaram foi maior no curso de Ciências Contábeis.

4. CONCLUSÃO

De forma a responder ao questionamento alvo que este trabalho propôs, pôde-se verificar que os estudantes dos cursos de Ciências Contábeis e Administração da UFPE concordam que as empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preservação do meio ambiente. A forma que eles percebem a importância desta temática é comprovada nas informações obtidas com as outras assertivas presentes no questionário.

Os discentes concordam que as empresas além de gerarem os lucros para os sócios e acionistas, devem também ter a preocupação em atender ao seu público ofertando produtos de qualidade, atender à expectativa de satisfação dos seus clientes e com o impacto das suas ações no meio ambiente. No entanto, os discentes embasam a sua opinião referente a esta preocupação no fato de que as empresas realizam tais ações com interesses diferentes daqueles que iriam contribuir de fato com melhoria da qualidade de vida da comunidade. Pôde-se identificar que tais interesses são a credibilidade junto à sociedade e junto ao mercado de capital, segundo a opinião dos estudantes, pois eles responderam positivamente quando as assertivas a estes tipos de interesse das empresas.

Apesar de concordarem que as empresas devem conciliar suas metas de crescimento econômico com a preocupação com o impacto das suas atividades no meio ambiente, os respondentes afirmaram que não investiriam em empresas que possuíssem projetos socioambientais, mas que não tivesse um desempenho econômico tão satisfatório; assim como, que investiriam em empresas que não possuíssem projetos ambientais e com um resultado econômico satisfatório.

Desta forma, pode-se observar que tais discentes ainda possuem sua visão de retorno de investimentos baseadas no desempenho econômico positivo das empresas, a análise tradicional de retorno ainda é primordial para decidir em qual empresa deve-se investir.

Em outro ponto, foi questionado aos estudantes se tal temática é abordada em sala de aula pelos professores, a maioria respondeu que não. Bem como foi questionado se eles acham importante a abordagem em tal temática eles concordaram com a importância desta abordagem e acham que essas discussões em sala de aula contribuem para a percepção deles em relação aos investimentos socioambientais, pode-se inferir através destas informações que se a temática fosse mais explorada em sala de aula, contribuiria para a percepção dos discentes e eles poderiam se tornar mais propensos a esses investimentos, mesmo que as empresas não apresentassem um retorno financeiro mais atrativo.

5. REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, J. H. M. de. et al. **Demonstrações contábeis: um estudo da contribuição à tomada de decisões ambientais saudáveis.** Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/276.pdf>> Acesso em: 12/02/2008.
- ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2002.
- ALVES, Jorge Luiz. **A relevância da informação contábil ambiental para a tomada de decisão de investimento: um experimento junto a estudantes de pós-graduação como sub-rogados de analistas de mercado.** Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Contabilidade –UFSC. Florianópolis, 2008.
- BOVESPA. **Mercado: Ações - Índices - Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE.** 2005. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em: 01 abr. 2007
- BRAGA, J.P. et AL. **Responsabilidade Social Corporativa: a percepção dos. Estudantes do curso de Graduação em Ciências Contábeis de. Uma IES Pública do Estado da Bahia.** 8ª Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, São Paulo, 2008. In: Anais 8ª Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, São Paulo, 2008.
- BRITO, Nilton; NUNES, Paulo Cesar. **Balço Social: o outro lado da empresa.** Análise, Porto Alegre, v.11, n.2, p. 95-117, 2000.
- COOPER D. R.; SCHINDLER, P S. **Métodos de Pesquisa em administração.** 7 Ed. Bookman: Porto Alegre, 2002. Co-operative Bank (Co-op), 2006.
- CORAL, Eliza. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial.** Tese (Pós-graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2002.
- FARIELLO, D. **Essa tal sustentabilidade.** Valor Econômico. São Paulo, 21 abr 2008.
- FRANCO, H. **A Contabilidade na Era da Globalização:** Temas Discutidos no XV Congresso Mundial de Contadores, Paris, de 26 a 29/10/1997. São Paulo: Atlas. 1999.
- GEORGE H,B, Exploratory research remains essential for industry **Research Technology Management.** Washington: Nov/Dec 2002. Vol. 45, Iss. 6; p. 26. 5 pages.
- HAWKEN, P.; LOVINS, A.; LOVINS, L.H. **Capitalismo natural: criando a próxima revolução industrial.** São Paulo: Cultrix, 1999.
- HOLLIDAY, Charles; SCHMIDHEINY, Stephan; WATTS, Philip. **Cumprindo o prometido: casos de sucesso de desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Campus, 2002. 407 p.
- INSTITUTO ETHOS. **Perguntas Frequentes: O que é a responsabilidade social empresarial?** Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 20 nov 2009.
- KRAEMER, M. E. P.. **A Contabilidade como alavanca na construção do desenvolvimento sustentável.** Santa Catarina. Disponível em <http://www.universoambiental.com.br/Contabilidade/Contabilidade_Alavanca%20DesSust.htm> Acesso em 17/04/2007.

Gestão Ambiental: Um Enfoque no Desenvolvimento Sustentável.

Disponível em: < <http://www.ambientebrasil.com.br>> Acessado em 12/02/2008

KRISGNER, M. **O Planejamento sob o Foco Econômico, Social e Ecológico.** Gazeta Mercantil, São Paulo, 17 Jun. 2002.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco social: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**, 3. ed. Porto Alegre : Bookman, 2001.

MAY, Peter; LUSTOSA, Marília C.; VINHA, Valéria. **Economia do meio ambiente: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Campus, 2003

MELO NETO, Francisco; FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial.** Rio de Janeiro, Qualitymark, 1999.

MEYER, M. M. **Gestão ambiental no setor mineral: um estudo de caso.** 2000. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses.** Recife: Bagaço, 2003.

RAUPP, Elena Hahn. **A Contabilidade num contexto de responsabilidade social de cidadania e de meio ambiente.** In: VIII CONVENÇÃO DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL, 22 à 24 de agosto de 2001, Gramado - RS.

ROSSI, M. S.; BROWN, H. S.; BAAS, L. W. Leaders in sustainable development: how agents of change define the agenda. **Business Strategy and the Environment**,; v.9, n.5; Sep/Oct 2000, p. 273-286

SANTANA, N.B.; PÉRICO. A.E; REBELATTO, D. A. N. Investimento em responsabilidade sócio-ambiental de empresas distribuidoras de energia elétrica: uma análise por envoltória de dados. **Revista Gestão Industrial**, Paraná, v. 02, n. 04: p.124-139, 2006.

SANTOS, I. R, dos. **Desenvolvimento Sustentável: O que trará o amanhã?** Disponível em: <http://www.tex.pro.br/wwwroot/00/070328desenvolvimento_igor.php> Acesso em:12/02/2008

SENHORAS, Eloi M. **Desenvolvimento Sustentável & Responsabilidade Social: Estratégias de uma Política Duplo-Ganhadora.** UNICAMP,2006.

SILVA,E,L DA.;MENEZES,E.M.Método da pesquisa e elaboração de dissertação- 3 ed . rev.atual.-Florianópolis:Laboratório de Ensino a Distanciada UFSC,2001.

SOUSA, Ana Carolina Cardoso. **Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A incorporação dos conceitos à estratégia empresarial.** Dissertação (Pós-graduação em Engenharia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. SOUZA, Thaísa Queiroz de. **A relevância da inclusão da disciplina de contabilidade ambiental na grade curricular do curso de ciências contábeis na Universidade Federal de Pernambuco.** Recife, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TRIVIÑOS, A. N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** Ed. Atlas. São Paulo, 1987.

UTTING, P. **Business responsibility for sustainable development.** Geneva: UNSRID, 2000.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. **Corporate social responsibility: making good business sense.** Geneva: WBCSD, 2000.