

## PERCEÇÃO DOS CONTADORES SOBRE RELATÓRIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

 <https://doi.org/10.56238/sevened2024.031-067>

### **José Ricarte de Lima**

Professor no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Cáceres.  
Doutor em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

### **Almir Rodrigues Durigon**

Professor no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Cáceres.  
Doutor em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

### **Aparecida de Fátima Alves de Lima**

Professora no curso de Administração da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Tangará da Serra.  
Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

### **Fernanda Mosseline Josende Coan**

Professora no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Sinop.  
Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

### **Girlene Gonzalez de Moraes**

Professora no curso de Administração da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Tangará da Serra.  
Mestra em Ciências Contábeis e Administração pela Fucepe Business School.

### **Paula Almeida Brito**

Professora no curso de Administração da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Tangará da Serra.  
Mestra em Administração pela Universidade Federal de Rondônia – UNIR.

### **Vanusa Batista Pereira**

Professora no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT,  
Campus de Cáceres.  
Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

---

### **RESUMO**

Esta pesquisa, buscou analisar a percepção dos profissionais contábeis sobre suas contribuições na elaboração e divulgação dos relatórios de práticas de Responsabilidades Social Corporativa (RSC) pelas empresas. Os dados foram coletados por meio de uma *survey* desenvolvida no *google forms* e distribuída a contadores do Estado de Mato Grosso via *e-mails* e *WhatsApp*. Os dados foram analisados a partir dos resultados obtidos pelo *google forms* e sob a luz da teoria da legitimidade. As evidências do estudo são de que 77% dos respondentes disseram ser dono dos seus próprios negócios e 59,1% relataram não ter registrado nenhum empregado. Para a maioria dos respondentes, ou seja, 59,1%, as



empresas precisam desenvolver suas práticas tendo em vista o conceito responsabilidade social corporativo. Por fim, mais de 60% dos respondentes concordam que a alta administração das empresas entendem seu papel na participação da elaboração e divulgação desses relatórios.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social Corporativa. Percepção Contábil. Divulgação de Relatórios.



## 1 INTRODUÇÃO

No desenvolvimento das relações de negócios, estruturas como Ética, Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Sustentabilidade são pilares que podem efetivamente viabilizar os interesses dos stakeholders questões relacionadas ao ambiente e desenvolvimento de padrões morais, enquanto fatores que permeiam as relações de produção e serviços, estão no foco das discussões acadêmicas atuais.

As práticas de RSC têm sido amplamente conhecidas e publicadas como Divulgação Social e Ambiental Voluntária (SED). Essas informações são apresentadas por meio de relatórios corporativos ou *sites*, como dados não obrigatórios, geralmente compostos por práticas de RSC, podendo incluir informações negativas sobre os impactos causados pela empresa (Bushman *et al.*, 2004; Schwartz & Carroll, 2008). Ao divulgá-las as entidades corporativas tendem a mostrar suas práticas que em tese objetiva recompensar de algum modo prejuízos causados a sociedade e assim, encontre legitimidade para suas ações.

Supostamente as práticas de RSC, podem trazer benefícios significativos para as demais partes interessadas em suas atividades. Dhaliwal *et al* (2011) ao analisar os benefícios dessas práticas, mostram que as empresas que implementam essas práticas o fazem no intuito de reduzir seus custos de capitais.

Assim, Dhaliwal *et al* (2011) concluíram que as corporações ao implementar as práticas de RSC não somente visam resultados sociais ou a legitimação de suas práticas, mas especialmente a redução dos custos de produção. Destaca-se que a divulgação voluntária se refere a informações apresentadas por empresas além daquelas exigidas legalmente. Nesse sentido, o *disclosure* das ações de RSC quando executado com qualidade, poderá contribuir no melhoramento da reputação corporativa da empresa (Baraibar-Diez & Sotorrío, 2018).

Considerando a informação como a base do relacionamento entre as empresas e o ambiente competitivo, as ações dos empresários carecem de ser precedidas de um conjunto de informações elaboradas e divulgadas pelos gestores (Fontana, Andrade & Macagnan, 2013). Nesse sentido, tem-se nas demonstrações contábeis elaboradas pelo profissional contador, um instrumento de informação e *disclosure* necessário para atender os usuários internos e externos em suas demandas. Diante disto, a elaboração e, posteriormente, divulgação de relatórios que possam ampliar a capacidade de informações dessas demonstrações, poderão contribuir para melhorar a relação entre empresas e mercado (Prux Junior, 1998).

De acordo com Gallon, Beuren e Hein (2008), devido à volatilidade e dinamismo do mercado de capitais em todo o mundo, o processo de divulgação das informações relacionado a gestão, aos usuários externos, é fator preponderante para a sobrevivência das empresas. A quantidade bem como a qualidade da divulgação das informações contábeis pressupõe ser uma oportunidade e uniformidade

dados para todo o mercado. Relatórios de qualidade além de proporcionar credibilidade aos gestores junto ao mercado de capitais, harmonizam igualdade de direitos entre os acionistas (Gallon, Beuren & Hein, 2008).

Diante disto, tem-se que, as práticas de RSC quando adotadas e divulgadas, poderão melhorar a percepção da imagem da empresa entre os *stakeholders* internos e externos (Cho & Patten, 2007). Logo, o modo como os profissionais contabilistas se percebem enquanto promotores e responsáveis pela divulgação dessas práticas pode contribuir para legitimá-las diante dos interessados nessas informações. Nesse sentido, a problemática que norteou o presente estudo, foi: qual a percepção dos profissionais contábeis sobre suas contribuições na elaboração e *disclosure* dos relatórios de práticas de Responsabilidades Social Corporativa (RSC) elaboradas pelas empresas? O objetivo do estudo foi analisar a percepção dos profissionais contábeis sobre suas contribuições na elaboração e *disclosure* dos relatórios de práticas de Responsabilidades Social Corporativa (RSC) apresentados pelas empresas.

A responsabilidade individual ou solidária que recai sobre o contador no processo de elaboração desses relatórios precisa ser compreendida. Por outro lado, parece de fundamental importância que, as empresas e seus usuários internos e externos percebam o papel do contador como de fundamental importância nesse processo de elaboração e *disclosure* desses relatórios.

No entanto, os estudos relacionados com o tema RSC e contabilidade ainda parecem necessitar de maior impulso no meio acadêmico (Irigaray, Vergara & Araújo, 2017; Junior & Galvão, 2021). Assim, percebe-se uma lacuna possível de estudo, no sentido de discutir a importância do papel dos contadores a partir de sua percepção enquanto participante ativo na elaboração e divulgação dos relatórios de RSC nas empresas, em específico, no Estado de Mato Grosso. Dessa forma, o presente estudo se justifica e se mostra relevante dentro do contexto em tela.

## **2 FUNDAMETAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção é apresentada a literatura que respalda o presente estudo, destacando as discussões sobre a teoria da legitimidade e Responsabilidade Social Corporativa bem como a definição para profissional contador e seu campo de atuação.

### **2.1 TEORIA DA LEGITIMIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)**

A teoria da legitimidade, conforme discutida por Dias Filho (2012) e Sehn, Zanchet e Gomes (2018), origina-se da teoria dos contratos e foi incorporado a área contábil para explicar a adoção de determinados mecanismos de evidenciação. Essa teoria busca compreender como e por que as empresas escolhem divulgar certas informações, visando legitimar suas ações perante os *stakeholders*.

A teoria da legitimidade, assim como a teoria da política económica e a teoria dos *stakeholders*, é considerada como uma teoria orientada para os sistemas (Eugenio, 2010). Segundo Eugenio (2010), a política de divulgação escolhida pelas organizações é considerada uma importante ferramenta pela qual os gestores podem influenciar a percepção do exterior sobre a sua empresa. De acordo com Sehn, Zanchet e Gomes (2018), na perspectiva da teoria da legitimidade, as organizações vão se utilizar de diferentes estratégias no sentido de serem vistas como socialmente responsáveis e a partir disso extrair do ambiente que atuam, ao menor custo possível, os recursos necessários para o alcance dos seus objetivos.

A divulgação de informação quer seja social ou pode ser vista como uma técnica para que as empresas legitimem suas atividades dando conhecer o que a empresa realiza. Assim, conforme Eugenio (2010) a teoria da legitimidade como a teoria da política económica são consistentes com a compreensão dos *stakeholders* no relacionamento da organização com a sociedade.

Os estudos sobre as práticas de RSC têm ao longo do tempo, abordado sua importância na criação de valores para as empresas, considerando os possíveis níveis de impactos negativo produzidos em função do processo produtivo dessas organizações.

As chamadas práticas de Responsabilidades Social Corporativas tem sido objeto de estudos, mas não havendo consenso quanto a sua definição. Marquis, Beunza, Ferraro e Thomason (2011) dizem que a responsabilidade social corporativa pode ser compreendida como mecanismos de controle que as empresas podem adotar de forma voluntária para integrar preocupações sociais e ambientais em suas operações comerciais. Para Dahlsrud (2008) a responsabilidade social corporativa pode ser entendida como estratégias essenciais adotadas pelas empresas para interagir com suas partes interessadas.

Para Anzilago, Flach e Lunkes (2020), a responsabilidade social corporativa pode ser implementada na perspectiva de melhorar a imagem das organizações, porém, de uma forma simbólica. No entanto, as organizações por meio das práticas de RSC buscam legitimidade para suas ações com fins nos resultados financeiros. Mas, na perspectiva de Anzilago, Flach e Lunkes (2020), é possível haver um potencial reduzido para responsabilidade social corporativa significativa no que tange ao retorno financeiro devido a maior lacuna de legitimidade que pode ocorrer nessas organizações.

Diante disto, a divulgação dos relatórios das práticas de RSC torna-se essencial para as empresas que em virtude do seu processo produtivo necessitam de legitimidade social. Para Borges Junior e Silva (2024), há uma discussão sobre se, de fato, a decisão de divulgar informações de práticas socialmente responsáveis constitui um compromisso genuíno da empresa com essas atividades ou se se trata apenas de um mecanismo que visa melhorar sua imagem perante os stakeholders.

Segundo Michelon *et al.* (2015) a divulgação de RSC não está associada diretamente a melhorias na qualidade da informação das empresas. Sendo assim, essa divulgação pode não implicar

de fato sobre o comprometimento das empresas com problemas socioambientais. Assim, Michelon *et al.* (2015) dizem que a divulgação de RSC pode ocorrer tão somente como forma de legitimar suas atividades empresariais perante os seus públicos de interesse.

Cabe ressaltar que Guthrie e Parker (1989), quando se referem a teoria da legitimidade entendem que as atividades da empresa ocorrem em obediência a um contrato social. Na perspectiva Guthrie e Parker (1989), esse contrato social implica em determinar padrões socialmente desejados e que devem ser cumpridos para que os objetivos corporativos sejam aceitos pelas partes interessadas.

## 2.2 O PROFISSIONAL CONTADOR E O CAMPO DE ATUAÇÃO

A contabilidade enquanto uma área de estudo e aplicação técnica-científica tem ao longo dos anos evoluído seus padrões no sentido de atender as demandas impostas pela sociedade no âmbito das organizações de negócios. Segundo Marion (2022) a contabilidade é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Ao mesmo tempo, a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa (Marion, 2022).

De acordo com Decreto Lei nº 9.245 de 27 de maio de 1946 com alteração da Lei nº 12.249/2010, os profissionais contadores são aqueles que possuem bacharelado em ciências contábeis reconhecido pelo Ministério da Educação, aprovado no exame de suficiência e com registro no Conselho Regional de Contabilidade (CRC). A Norma Brasileira de Contabilidade (NBC) PG 01 de 27 de fevereiro de 2019, estabelece que o profissional contador deve exercer sua profissão com zelo, diligência, honestidade e capacidade técnica. A referida NBC salienta ainda que o contador deve observar todas as normativas emitidas pelo CFC e a legislação vigente, resguardando o interesse público, os interesses de seus clientes ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissionais.

Para De Souza e Nikolay (2022) o contador é responsável por controlar e atender boa parte das obrigações e exigências dos órgãos governamentais, reguladores, fisco e prestações de contas. Ainda de acordo com De Souza e Nikolay (2022) ao optar pela integridade, a empresa compromete-se perante a seus funcionários e a sociedade a manter somente negócios lícitos, permanece fiel a esse princípio mesmo diante de condições financeiramente muito vantajosas. Logo, as práticas de *compliance* tornam-se fator imprescindível no sentido de atingir tais objetivos. Assim, cabe ao contador (De Souza & Nikolay, 2022) participar de forma ativa na elaboração e divulgação de relatórios e procedimentos que evidencie para as partes interessadas as práticas da organização.

### 3 METODOLOGIA

Os passos metodológicos deste estudo foram delineados com base no objetivo proposto. O estudo foi classificado como exploratório-descritivo, uma vez que, em relação a percepção dos contadores sobre a elaboração e *disclosure* dos relatórios de RSC das empresas percebe-se nos estudos revisados haver poucas publicações acadêmicas. Por outro lado, evidenciou-se vários estudos relacionados ao *disclosure* das práticas de RSC.

A coleta das informações foi realizada por meio de um questionário estruturado fechado e dirigido aos profissionais contadores do Estado de Mato Grosso. A amostra caracteriza-se como por acessibilidade, tendo em vista, a possibilidade de acesso aos profissionais por meio dos seus endereços eletrônicos (e-mails) e aplicativo de mensagens, no caso, *whatsapp*. O instrumento de coleta, no caso, o questionário, foi enviado, a princípio, no segundo semestre de 2023, porém, não obtendo o êxito esperado. Após reestruturação do método de coleta, além de buscar acessar os profissionais contadores por meio de seus endereços eletrônicos, tais como seus e-mails, foi utilizado também o aplicativo de mensagem *whatsapp* dos profissionais. Assim, a coleta se estendeu até o primeiro semestre de 2024.

Após recebimento do questionário as análises foram realizadas com base nos gráficos e outras informações coletadas.

### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Nesse capítulo, serão apresentados o perfil dos respondentes, os resultados da pesquisa, bem como as análises dos dados mediante as informações geradas pelo instrumento de coleta, no caso, o *google forms*.

#### 4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES DA PESQUISA

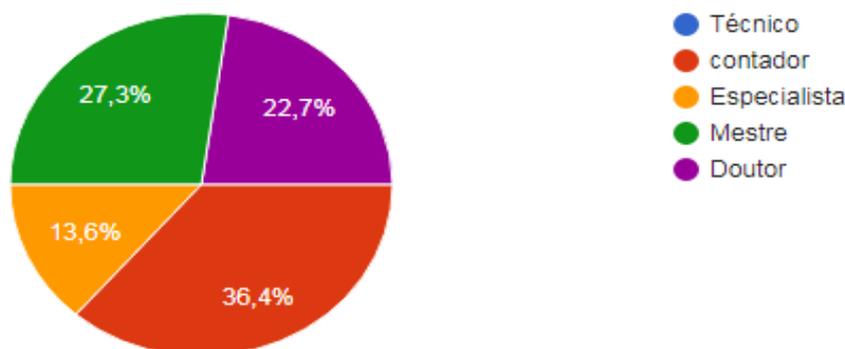
Os resultados do presente estudo mostraram que em relação ao perfil dos respondentes, 63,6% são do sexo masculino e 36,4% feminino. A faixa etária dos contadores respondentes que mais se destacou na pesquisa ficou entre 25 a 34 anos de idade representando 40,9% dos profissionais. Os profissionais com faixa etária entre 35 a 44 anos representa 36,4%, entre 55 a 64, 18,2% e acima de 65 anos de idade, 4,5%.

Em relação ao tempo de atuação do profissional contador no mercado de trabalho os dados mostraram que 54,5% dos respondentes já estavam atuando por mais de 15 anos, enquanto que 22,7% de 3 a 5 anos. Os profissionais contadores que disseram ser dono seu próprio negócio representa 77% dos respondentes. Segundo os dados 18,2% dos respondentes possuem de 2 a 3 sócios na empresa e 59,1% dos respondentes disseram não ter nenhum colaborador (empregado). Ainda com relação ao

número de empregados a pesquisa mostrou que apenas 13,6% dos respondentes disseram ter acima de 11 empregados.

O gráfico 1 apresentado logo a seguir, mostra como os profissionais contadores estão em relação a sua categoria profissional.

Gráfico 1 – Categoria Profissional



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

O Gráfico 1 ilustra a distribuição dos profissionais contadores em relação à sua categoria profissional, destacando a predominância de contadores que são proprietários de seus próprios negócios. Esses dados refletem um perfil de profissionais experientes, com uma significativa parcela atuando há mais de 15 anos no mercado. A análise do perfil demográfico e profissional dos respondentes fornece uma base sólida para compreender as percepções e práticas relacionadas à elaboração e divulgação dos relatórios de RSC, conforme explorado neste estudo. Esses insights são fundamentais para direcionar futuras iniciativas e políticas voltadas para o fortalecimento da responsabilidade social corporativa no setor contábil.

#### 4.2 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados da presente pesquisa mostraram que 50% dos respondentes disseram saber o que são práticas de RSC e 27,3% concordaram de forma parcial conhecer essas práticas, ou seja, quase 70% dos contadores pesquisados possuem informações sobre o assunto. Os dados da pesquisa são consistentes considerando que Junior e Galvão (2021) entendem que o trabalho dos contadores na elaboração e promoção desses relatórios é importante por que esses profissionais estão diretamente envolvidos com a governança corporativa das organizações. Logo, conhecer essas práticas está intrínseco ao trabalho do contador dentro das organizações.

As grandes empresas utilizam-se das RSC para se apresentarem e assim fazer o *marketing* dos seus negócios. As evidências são de que, 68,2% dos respondentes da pesquisa concordam totalmente que as práticas de RSC podem ser um instrumento para mostrar a imagem das empresas à sociedade. Esse resultado parece consistente quando se adequa com a evidências de Junior e Galvão (2021) ao

mostrar que as práticas de RSC são importantes uma vez que por meio delas as organizações podem dialogar com seus stakeholders. Logo, pode ser por meio da evidenciação das suas práticas que as empresas procuram legitimar seus resultados.

Alcamí, Alcâniz e Pérez (2019), quando ressaltam que as práticas de RSC são visualizadas por grandes empresas como uma oportunidade de atender a sociedade e realizar seus *marketings* (legitimação), assim, estimulando as reações positiva dos stakeholders. Nesse contexto, ao divulgar seus relatórios de RSC por meio da transparência informacional e de qualidade, as empresas podem estar contribuindo para a construção da sua reputação corporativa (Baraibar-Diez & Sotorrió, 2018).

Segundo Lima (2021) é na imagem que se constitui a reputação do profissional e da organização que, uma vez maculada a recuperação parece não ser uma tarefa fácil. Ainda conforme Lima (2021) e Srour (2005), a reputação da organização e/ou profissional uma vez perdida pode ter um alto custo de capital para recuperá-la. Nesse sentido, sendo a empresa socialmente responsável e realizando o *disclosure* dessas ações poderá trazê-los benefícios e reduzir possíveis custos de capitais.

No tocante ao conhecimento dos contadores em relação a RSC, o gráfico 2 mostra que os contadores percebem a importância dessas práticas como possibilidade na redução de custos de capitais.

Gráfico 2 – O fato da empresa ser socialmente responsável pode lhe trazer benefícios sociais bem como reduzir seu custo de capital



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Observa-se no gráfico 2 que 72,8%, dos respondentes concordam de alguma forma que se a empresa é socialmente responsável isso pode contribuir para reduzir os custos na produção do bem ou na prestação dos serviços.

Pereira e Vilaschi (2006), Macedo e Corrar (2012) destacam a relação que a contabilidade possui com a governança corporativa, tendo em vista que as informações contábil-financeiras geradas e apresentadas pelos profissionais contábeis estão associadas ao desempenho das organizações. Os estudos de Schwartz e Carroll (2004; 2008), destacam três conceitos centrais nessa perspectiva, a saber, valor, equilíbrio e responsabilidade que podem ser usados para melhor integrar as práticas de RSC, ou seja, legitimação de suas práticas. Logo, o *disclosure* dessas práticas de responsabilidade social pode



funcionar no sentido de informar as partes interessadas de forma direta ou indiretamente como as entidades estão exercendo seu papel social, e conseqüentemente, legitimando suas práticas.

Dhaliwal, *et al* (2011) analisaram dados de 213 empresas norte-americanas no período de 1993 a 2007 e segundo os autores se a divulgação das práticas de responsabilidade social corporativa da organização pode contribuir para reduzir o custo de capital, logo, essas empresas teriam incentivos para divulgar tais informações nos seus relatórios, especialmente aquelas com elevado custo de capital. Dhaliwal *et al* (2011) no seu estudo encontraram evidências empíricas de que o custo de capital da organização, está positivamente associado ao disclosure de informações de responsabilidade social no ano subsequente.

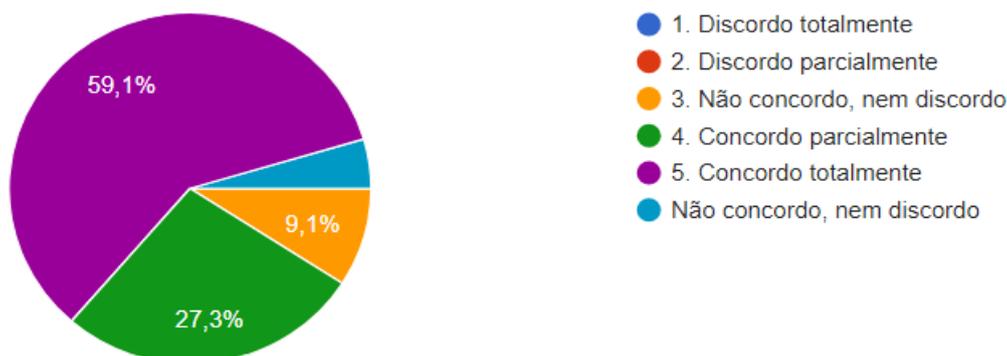
Nessa perspectiva, Junior (2019) diz que o disclosure das atividades de responsabilidade social corporativa pode também exercer efeito positivo sobre o custo de capital das organizações. Diante disto, as práticas de RSC uma vez sendo desenvolvidas pelas empresas e divulgadas podem exercer papel fundamental na diminuição do custo de capital (Junior, 2019).

Para a maioria dos respondentes, (54,5%), os relatórios obrigatórios e não-obrigatórios, Demonstrações do Resultado do Exercício (DRE), Demonstrações de Fluxo de Caixa (DFC), Balanço Social (BS) e Demonstração do Valor Adicionado (DVA) podem ser entre outros, instrumentos de transparência capaz de evidenciar as práticas de governança corporativa das empresas. Cabe ressaltar que a elaboração e conseqüentemente o disclosure desses instrumentos são de responsabilidade dos contadores em conjunto com as organizações.

Nessa perspectiva, o estudo de Junior e Galvão (2021), buscou identificar o papel do profissional contábil para a promoção da RSC das organizações brasileiras. Os resultados do estudo evidenciaram que o contador assume papel fundamental na elaboração desses relatórios sendo entre os mais citados, o Balanço Social e Demonstração de Valor Adicionado.

A presente pesquisa buscou analisar a percepção dos contadores em relação a responsabilidade da classe empresarial bem como de seus colaboradores, no processo de conscientização de que a empresa deve ser administrada utilizando também o conceito de responsabilidade social corporativa. O gráfico 3 apresentado logo a seguir mostra o resultado percebido.

Gráfico 3 - A empresa deve ser administrada utilizando também o conceito de responsabilidade social corporativa



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Percebe-se por meio do gráfico 3 que a maioria (60%) dos respondentes concordam totalmente que as práticas das empresas precisam ser desenvolvidas tendo em vista também o conceito responsabilidade social corporativo. Ou seja, o modelo de gestão corporativa baseada somente na obtenção de resultados econômicos na percepção dos respondentes não se configura com o mais adequado atualmente. Porém, cabe ressaltar que 27,3% respondentes concordam parcialmente com essa afirmação.

O estudo de Santos (2009), trabalhou a percepção dos stakeholders da Embraco, à luz das dimensões da responsabilidade social corporativa e as evidências foram de que, na opinião dos gestores e funcionário as práticas de RSC quando comparadas a outras práticas de governança corporativa como o próprio comportamento ético, apresentam diferenças. Mas, é importante destacar que na percepção da maioria dos pesquisados os resultados econômicos das empresas estão atrelados a essas práticas.

Castillo-Muñoz *et al* (2017) e Saini e Singhanian, (2019), atrelam as práticas de governança corporativa praticadas pelas empresas como benefícios econômicos criados em favor do seu público de interesse. Para os autores, com o tempo novas preocupações foram surgindo, afetando diretamente o funcionamento das empresas, como demandas de colaboradores, órgãos reguladores socioambientais, melhorias de qualidade, defesa dos direitos humanos, comportamento ético, entre outros.

Ao divulgar seus relatórios das práticas de RSC as empresas se colocam de forma direta ou indiretamente sob o escrutínio da sociedade. Nesse sentido, os relatórios de RSC estão oferecendo instrumentos que podem propiciar críticas pela sociedade, mas também podem mostrar maturidade das empresas no trato com os diversos segmentos que compõem a sociedade onde estão inseridas.

Nesse contexto, 50% dos respondentes da presente pesquisa concordam totalmente que, de fato quando se faz o disclosure desses relatórios o comportamento da sociedade poderá ser de crítica, no entanto, essas ponderações tendem levar gestores e colaboradores a refazer o percurso de suas práticas.

Esse percurso pode ser traçado, em tese, quando existe pressão institucional exercida pela comunidade local, pelos próprios pares, da mídia e do governo sobre a necessidade de implementação da RSC. Nessa perspectiva os resultados trouxeram evidências interessantes. De acordo com os dados da pesquisa, 45,5% dos respondentes concordam totalmente que as pressões exercidas pela sociedade podem levar as empresas a repensar suas ações e divulga-las através desses relatórios. Por outro lado, outros 45,5% concordam de forma parcial ou simplesmente discordam dessa afirmação. .

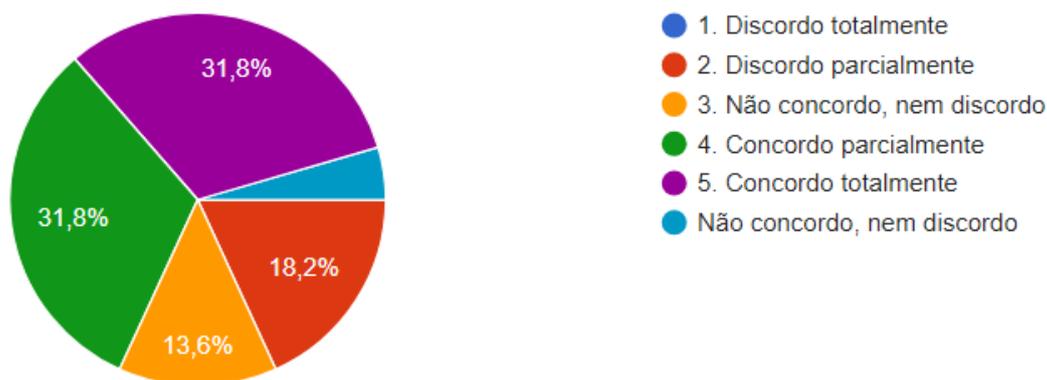
Junior (2019), destaca que as empresas que estão preocupadas em divulgar relatórios de sustentabilidade normalmente são de setores com atividades que exercem forte impacto ambiental ou social e que sofrem pressão da sociedade. No entanto, há discussões sobre o *disclosure* dessas práticas, principalmente quando se trata das questões relacionadas a sustentabilidade.

Michelon, Pilonato e Ricceri (2015) mostraram de forma empírica que as práticas de divulgação dos relatórios de RSC não implicam em incrementos na qualidade geral do *disclosure* da firma, de modo que a divulgação desses relatórios constitui muito mais uma ação simbólica do que substantiva. Na perspectiva dos autores, essa prática poderia ser adotada apenas para legitimar as ações das organizações. Logo, nessa perspectiva o *disclosure* desses relatórios poderia representar somente um custo adicional para a empresa. A partir desse contexto e sob a luz do entendimento de Michelon, Pilonato e Ricceri (2015) é possível analisar a percepção dos respondentes que discordaram de forma totalmente e parcialmente.

Para 68,2% dos respondentes a implementação da RSC nas empresas pode melhorar seu desempenho financeiro, assim sendo, o conhecimento do profissional contador nesse processo é imprescindível. Para 59,1% dos respondentes, reconhecem que são responsáveis solidariamente pelas informações inseridas nesses relatórios.

Dessa forma, qual a percepção dos contadores sobre como a alta administração das empresas entende o papel desse profissional e como percebem sua contribuição na elaboração e divulgação desses relatórios? Gráfico 4, logo a seguir, mostra o resultado da percepção dos contadores sobre esse questionamento.

Gráfico 4 - A alta administração das empresas entende o papel do contador e convoca-o (a) para contribuir na elaboração e divulgação da RSC



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Percebe-se não haver consenso sobre a indagação apresentada aos respondentes pelos pesquisadores. Contudo, conforme o gráfico 4 mais de 60% dos respondentes concordam que a alta administração das empresas entendem seu papel na elaboração e divulgação desses relatórios.

O estudo de Junior e Galvão (2021) identificou que o profissional contábil possui relação com as práticas de RSC das empresas, isto porque, é o contador que possui competências para atuar no aconselhamento aos gestores bem como à aqueles que têm o poder de tomar decisão sobre a importância do desempenho das empresas em relação às ações social e ambientalmente. Dessa forma, Os dados indicam ser o profissional contador responsável pela elaboração das demonstrações e relatórios sobre o desempenho financeiro e econômico das empresas, os quais refletem as ações empresariais. Logo, a relação alta a administração e profissional contábil necessita ser desenvolvida, a priori, de forma imbricada.

Finalmente, por meio do instrumento da coleta dos dados afirmou-se que: a contabilidade tem aprimorado seu sistema de registro permitindo assim que as empresas insiram no contexto do Balanço Social (BS) um rol muito interessante de informações sobre o nível de investimentos na área do meio ambiente. Diante disto, a afirmação era no sentido de que o contador percebe sua participação enquanto profissional na construção desses balanços como fundamental. Os resultados mostraram que 86,4%, sendo 59,1% concordam totalmente e 27,3% concordam parcialmente de que seu trabalho é de fundamental importância para elaborar os relatórios das práticas de RSC e, dessa forma, contribuir para o desenvolvimento econômico e social das empresas.

Vale dizer que, todo esse processo está diretamente relacionado com as práticas de Governança Corporativa. Ou seja, são as empresas prestando contas para as partes interessadas em todos os âmbitos, principalmente, em relação ao modo como estão efetivando o *compliance* nas suas relações. Para Junior e Galvão (2021) essas práticas de Governança Corporativa convertem em princípios e recomendações que se alinham com os interesses organizacionais com o objetivo de preservar e aperfeiçoar o valor econômico de longo prazo das organizações. Logo, isso pode ter relação direta com

reputação do bem, do produto, da organização. Nesse contexto, Srour (2005) diz que a reputação é um bem intangível, sendo, portanto, de responsabilidade de todos os envolvidos no processo de produção e disclosure dos resultados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a percepção dos profissionais contábeis sobre suas contribuições na elaboração e *disclosure* dos relatórios de práticas de Responsabilidades Social Corporativa (RSC) elaboradas pelas empresas. Os dados foram coletados por meio de *survey* direcionada aos profissionais contadores do Estado de Mato Grosso.

Entre os resultados, observou-se que 50% dos profissionais contadores respondentes da pesquisa têm qualificação de mestres (27,3%) e doutores (22,7%). Estudos indicam que gestores com maior nível de formação tendem a ter uma compreensão mais aprofundada das informações contábeis, sendo considerados altamente relevantes pelas empresas (Melo & Magalhães, 2021). Assim, pode-se concluir que os relatórios de RSC elaborados com a contribuição de contadores mais qualificados podem atender de forma mais eficiente às partes interessadas..

Os resultados também sugerem que a elaboração e disclosure dos relatórios de RSC são importantes, pois essas informações podem beneficiar as organizações ao aliviar possíveis pressões da comunidade local.. Ao divulgar ações com impacto social e ambiental, as empresas podem legitimar seus resultados perante a sociedade. Os contadores reconhecem essa pressão, mas concordam que ela pode incentivar os gestores a repensar suas atividades produtivas.

Por fim, conclui-se que, para os contadores pesquisados suas contribuições na elaboração e *disclosure* desses relatórios são fundamentais uma vez que parte dessas informações ali inseridas são construídas especificamente por eles (as).

Apesar das contribuições desta pesquisa, é importante ressaltar a limitação do baixo número de respondentes, considerando a população de contadores registrados no Conselho Regional de Contabilidade (CRC) do Estado de Mato Grosso. Para estudos futuros, sugere-se aumentar a amostra e, se possível, incluir contadores registrados em outros CRCs do Brasil. Além disso, recomenda-se realizar análises longitudinais para acompanhar mudanças na percepção dos contadores ao longo do tempo, bem como comparações internacionais para identificar influências culturais e regulatórias. Estudos de caso em empresas com práticas exemplares de RSC, investigações sobre o impacto da tecnologia na elaboração de relatórios, e a inclusão da percepção de outros stakeholders podem oferecer insights valiosos. Explorar a influência da formação acadêmica e investigar barreiras enfrentadas pelos contadores também são áreas promissoras para pesquisa. Essas abordagens podem expandir o entendimento sobre o papel dos contadores na responsabilidade social corporativa e aprimorar as práticas de divulgação de informações.



## REFERÊNCIAS

- Anzilago, M., Flach, L., & Lunkes, R. J. (2020). Efeitos da responsabilidade social corporativa no desempenho financeiro das empresas listadas no ISE. *Revista Universo Contábil*, 16(4), 140-158.
- Alcamí, J. J. R., Alcaniz, J. E. B., & Pérez, R. C. (2019). Efeitos da responsabilidade social corporativa na lealdade do consumidor com a marca. *RBN: Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. 21(3), 395-415.
- Baraibar-Diez, E., & Sotorrió, L. L. (2018). O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. 20(1), 5-21.
- Bowen, H. R. *Responsibility of the businessman*. New York: Harper & Row, 1953.
- Borges Junior, D. M., & Silva, D. M. D. (2024). Concentração de propriedade em ações com e sem direito a voto: Há influência na divulgação voluntária de RSC?. *BBR. Brazilian Business Review*, 21, e20221404.
- Brasil. Decreto Lei nº 9.245 de 27 de maio de 1946. Cria o Conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do contador e do guarda-livros, e dá outras providências. Brasília. DF. 27 de maio 1946. Acesso.
- Bushman, R. M.; Piotroski, J. D.; Smith, A. J. (2004). What Determines Corporate Transparency?. *Journal of Accounting Research*, 42(2):207-252.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management Review*, 4(4), 497-505.
- Cho, C. H.; Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7):639-647.
- Cooke, T. E. (1989). Voluntary Corporate Disclosure by Swedish Companies. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 1(2):171-195.
- Cuganesan, S.; Guthrie, J.; Ward, L. (2010). Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum*, 34(3-4):169-183.
- De Albuquerque Ribeiro, C. D. M., Neto, J. V., Cosenza, J. P., & Zotes, L. P. (2020). Evidenciação da responsabilidade social corporativa nos estudos sobre relato integrado: uma revisão estruturada da literatura. *Desenvolvimento e Meio ambiente*, 53.
- De Souza, J. G., & Nikolay, S. A. (2022). Compliance: o papel do contador para a manutenção da conformidade em uma instituição do ramo educacional do terceiro setor. *Revista eletrônica de ciências contábeis*, 11(1), 51-78.
- Dhaliwal, D. S.; Li, O. Z.; Tsang, A.; Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *Accounting Review*, 86(1):59-100.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13.



- Dowling, J.; Pfeffer, J. (1975). Organization legitimacy : social values and organizational behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1):122-136.
- Eng, L. L.; Mak, Y. T. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(4):325-345.
- Eugenio, T. P. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 102-118.
- Fontana, F. B., Andrade, A. F., & Macagnan, C. B. (2013). Um estudo sobre a evidenciação do ajuste a valor presente nas empresas listadas na BM&f Bovespa. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 18(1), 62-80.
- Gallon, A. V., Beuren, I. M., & Hein, N. (2008). Evidenciação Contábil: itens de maior divulgação nos relatórios da administração das empresas participantes dos níveis de governança da Bovespa. *Contabilidade Vista & Revista*, 19(2), 141-165.
- GARCIA, K. I., MACIEL, T. T., DE SOUZA, F. M., & MACHADO, R. (2020) Disclosure das Estratégias de Legitimidade nos Relatórios de Sustentabilidade da JBS SA.
- Fontana, F. B., Andrade, A. F., & Macagnan, C. B. (2013). UM ESTUDO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DO AJUSTE A VALOR PRESENTE NAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&F BOVESPA. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 18(1), 62-80.
- Junior, D. M. B. (2019). Relatório de sustentabilidade e desempenho das firmas brasileiras de capital aberto. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 18, 1-13.
- Junior, A. C., & Galvão, C. R. (2021). Contador Influencer: Análise do papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa. *Research, Society and Development*, 10(7), e41910716882-e41910716882.
- Lima, J. R. D. (2021). Níveis de penalidades éticas aplicadas aos contabilistas sob a luz da análise do poder.
- Marion, José C. Contabilidade Básica. Disponível em: Minha Biblioteca, (13th edição). Grupo GEN, 2022.
- Marquis, C., Beunza, D., Ferraro, F., & Thomason, B. (2011). Driving sustainability at Bloomberg LP. *Harvard Business School Organizational Behavior Unit Case*, (411-025).
- Melo, S. F. N. D., & Magalhães, F. K. D. S. (2021). *Estudo de caso sobre a percepção de gestores acerca da contabilidade como ferramenta de gestão* (Doctoral dissertation).
- Michelon, G., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical perspectives on accounting*, 33, 59-78.
- Prux Junior, J. L. (1998). Assimetria informacional e precificação das ações das empresas negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo: evidências a partir da faculdade de divulgar demonstrações contábeis em moeda constante a partir de 1996.
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2004, July). Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks: The Search for a Common Core in the Business and Society Field. In *Proceedings of the International Association for Business and Society* (Vol. 15, pp. 245-254).



Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2008). Integrating and unifying competing and complementary frameworks: The search for a common core in the business and society field. *Business & Society*, 47(2), 148-186.

Ruiz, R. A. F. (2015). Dimensão Heteropológica da Regulação Contábil: Perspectivas Críticas sobre Governança Corporativa e Regulação. *Rev. Cient. Gen. José María Córdova*, 13(16).

Santos, S. R. D. O. (2009). Percepção dos stakeholders da Embraco, à luz das dimensões da responsabilidade social corporativa.

Sehn, L. C., Zanchet, A., & Gomes, M. (2018). Divulgação das informações ambientais pelas cooperativas agropecuárias: uma análise a partir da teoria da legitimidade. *Informe Gepec*, 22(1), 63-82.

SROUR, R. H. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches *Academy of Management Review*, 20(3):571-610.

IBGC – INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/>.

Irigaray, H. A. R., Vergara, S. C., & Araújo, R. G. (2017). Responsabilidade Social Corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. *Organizações & Sociedade*, 24, 73-88.