

RESPONSABILIDADE SOCIO-AMBIENTAL ANALISADA EM UMA REDE DESUPERMERCADOS COM AUXILIO DO SICOGEA

Fabricia Silva da Rosa (UFSC) - fabriciasrosa@hotmail.com

Elisete Dahmer Pfitscher (UFSC) - elisete@cse.ufsc.br

Cintia Bernadete da Silva (UFSC) - cintiabds@yahoo.com.br

Eleonora Milano Falão Vieira (UFSC) - eleonora@cse.ufsc.br

Guilherme Julio da Silva (UFSC) - guilherme@fepese.ufsc.br

Resumo:

O desenvolvimento de ações de aspecto sócio-ambientais estão com o passar dos anos sendo exercidas em maiores proporções, por diversas empresas, independente do setor de atuação. Assim, este trabalho tem a finalidade de analisar os incentivos sócio-ambientais desenvolvidos por uma rede de supermercados. A metodologia utilizada é uma pesquisa descritiva, realizada através de uma entrevista semi-estrutura aos envolvidos diretamente com o setor administrativo, com análise quantitativa e qualitativa dos seus dados. A trajetória metodológica divide-se em três fases, sendo a primeira constituída pela fundamentação teórica da pesquisa. A segunda fase envolve o estudo de caso, sendo apresentados dados da empresa, bem como a entrevista realizada através de uma lista de verificação composta por 90 questões, divididas em 6 critérios. Já a terceira fase é composta pelo Plano resumido de gestão sócio – ambiental, apontando desta forma, quais são as prioridades de atendimento por parte da empresa e ofertando sugestões para implementação de melhorias contínuas no processo de prestação de serviço. A sustentabilidade obtida foi de 64,63%, com ações benéficas à sociedade quanto à redução de impactos sócio-ambientais, e a prioridade de melhoria é no critério Contabilidade e Auditoria Ambiental.

Palavras-chave: Responsabilidade Sócio-ambiental. Sustentabilidade. SICOGEA

Área temática: Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social

A Responsabilidade Sócio-Ambiental Analisada em uma Rede de Supermercados com Auxílio do SICOGEA

Resumo

O desenvolvimento de ações de aspecto sócio-ambientais estão com o passar dos anos sendo exercidas em maiores proporções, por diversas empresas, independente do setor de atuação. Assim, este trabalho tem a finalidade de analisar os incentivos sócio-ambientais desenvolvidos por uma rede de supermercados. A metodologia utilizada é uma pesquisa descritiva, realizada através de uma entrevista semi-estrutura aos envolvidos diretamente com o setor administrativo, com análise quantitativa e qualitativa dos seus dados. A trajetória metodológica divide-se em três fases, sendo a primeira constituída pela fundamentação teórica da pesquisa. A segunda fase envolve o estudo de caso, sendo apresentados dados da empresa, bem como a entrevista realizada através de uma lista de verificação composta por 90 questões, divididas em 6 critérios. Já a terceira fase é composta pelo Plano resumido de gestão sócio – ambiental, apontando desta forma, quais são as prioridades de atendimento por parte da empresa e ofertando sugestões para implementação de melhorias contínuas no processo de prestação de serviço. A sustentabilidade obtida foi de 64,63%, com ações benéficas à sociedade quanto à redução de impactos sócio-ambientais, e a prioridade de melhoria é no critério Contabilidade e Auditoria Ambiental.

Palavras-chave: Responsabilidade Sócio-ambiental. Sustentabilidade. SICOGEA.

Área Temática: Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

A Contabilidade como ciência, vem através do tempo aperfeiçoando seus procedimentos e métodos, a fim de acompanhar as mudanças empresariais, buscando retratar esta nova realidade. Dessa forma recentemente buscou-se evidenciar essas práticas em prol da sociedade, através do balanço social. Quando a empresa realiza ações que beneficiam seus colaboradores, clientes, fornecedores, ela está atuando não apenas para melhorar a qualidade de vida de outros indivíduos da sociedade, mas também buscando um lugar de destaque no mercado competitivo, já que empresas que atuam com projetos voltados a responsabilidade social, estão cada vez mais, conquistando seu público.

Com o passar dos anos, e conseqüentemente o desenvolvimento e surgimento de novas tecnologias, as empresas passaram a dar mais importância às ações que não necessitam de um grande montante de desembolso financeiro, mas que geram um bom retorno para a empresa, diante a sociedade, através da imagem. Este artifício usado é conhecido mundialmente como: responsabilidade social. Diante dessas colocações, esta pesquisa tem como tema e problema, identificar a verdadeira ação da empresa em relação à responsabilidade social na rede de supermercado Imperatriz, com o auxílio da aplicação parcial da ferramenta de sistema contábil gerencial ambiental, procurando responder a seguinte pergunta de pesquisa:

Existe responsabilidade sócio-ambiental na rede de supermercados analisada ou apenas *marketing* social? O objetivo geral desta pesquisa é analisar os incentivos sócio-ambientais desenvolvidos pela rede de supermercados Imperatriz. Os objetivos específicos consistem em: Contextualizar diferentes conceitos de responsabilidade social, dando ênfase à responsabilidade social corporativa; Analisar as atuações da empresa na área social com aplicação parcial do SICOGEA; Apontar os resultados obtidos, buscando sugerir melhorias para as ações realizadas, através de um plano resumido de gestão sócio-ambiental.

Este trabalho é focado em fazer uma relação com as medidas sociais adotadas pela rede de supermercado Imperatriz com o auxílio de um questionário, comparando os resultados obtidos com os que são esperados de acordo com os modelos e normas já existentes nos Balanços Sociais. Fica limitado assim, também ao conhecimento dos entrevistados e da pesquisadora.

Além de que neste caso é levado em consideração o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (Ethos), ficando restrito à análise de supermercados.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Um dos assuntos debatidos pelas empresas que buscam acompanhar as mudanças do mercado, é a Responsabilidade Social. Logo, para realizar os procedimentos metodológicos que visam atingir o estudo proposto, tem-se neste desenrolar do processo, o delineamento da pesquisa, que possui um importante papel, no sentido de articular os planos e estruturas necessárias a fim de obter as respostas para o problema de estudo (BEUREN, 2003).

Assim, pode-se classificar este estudo quanto à pesquisa de procedimentos, um estudo de caso, pois se pretende focar a pesquisa em um determinado local, a fim de aplicar a teoria na prática.

A metodologia quanto à tipologia de pesquisa especialmente aos objetivos relacionados a este assunto, é descritiva. Segundo Gil (1991), a pesquisa descritiva tem como característica fundamental, a descrição de determinados fatos constatados na população e demais envolvidos, sem que sofra interferências do pesquisador.

Quanto aos procedimentos a pesquisa enquadra-se em bibliográfica e documental, visto que serão buscadas informações sobre responsabilidade social, em livros e periódicos, além da utilização dos documentos fornecidos e publicados no *site* da empresa analisada. Para Gil (1991), a pesquisa bibliográfica funciona através da análise de materiais já elaborados, como livros, periódicos e outros trabalhos científicos.

Ainda conforme Gil (1991) tem-se que a pesquisa documental pode ser entendida como o uso de documentos que ainda não receberam um tratamento mais profundo quanto ao tema, ou ainda, que estes podem ser reelaborados de acordo com a pesquisa.

Já os procedimentos adotados para abordar o problema, são desenvolvidos com o auxílio de pesquisa qualitativa e quantitativa. Richardson (1999, p. 80) “afirma que abordar um problema qualitativamente pode ser uma forma adequada de conhecer a natureza de um fenômeno social”. Ainda, conforme Richardson (1999, p.70), tem-se que a pesquisa quantitativa se caracteriza:

Pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informação, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficientes de correlação, análise de regressão, etc.

Assim, este estudo classifica-se como quantitativo, por fazer uso de uma lista de verificação, cuja análise é realizada através de alguns destes métodos citados acima.

A trajetória metodológica divide-se em três diferentes fases, sendo: fundamentação teórica, delineamento do estudo de caso e, por último, análise dos resultados obtidos com o estudo.

Na primeira fase apontam-se assuntos referentes ao tema abordado; tais como, responsabilidade social, balanço social e seus indicadores; contabilidade ambiental; *benchmarking* e controladoria ambiental; gestão ambiental, GAIA- Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais e o SICOGEA -Sistema Contábil de Gestão ambiental.

Quanto à segunda fase, o delineamento do estudo de caso, compreende o conhecimento da rede de supermercado estudada, através da análise do breve histórico das empresas e também com auxílio de uma lista de verificação utilizada na ferramenta de Gestão Ambiental – SICOGEA.

Na terceira e última fase, após análise dos resultados mostrados com o estudo, aponta-se quais os pontos fortes e fracos da empresa, diante desta realidade social, buscando oferecer recomendações para as ações em situações deficitárias.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Buscando demonstrar a relação entre estes no cenário nacional, que cada vez mais conquista espaço nas sociedades empresariais, que visam proporcionar uma boa imagem da empresa diante seu público. Tem-se como fundamentação teórica.

3.1 Conceituação de responsabilidade social

A evolução nos sistemas de produção das empresas é responsável pelo surgimento de uma nova ação voltada aos colaboradores da empresa e também para a comunidade local. Conforme Lima (2002, p.107 *apud* ARAÚJO, 2006, p.3):

A preocupação com o social passou a ser até uma questão de sobrevivência. É uma forma de *marketing* [...] A responsabilidade Social pode ser definida como o dever da empresa de ajudar a sociedade a atingir seus objetivos. É uma maneira de a empresa mostrar que não existe apenas para explorar recursos econômicos e humanos, mas também para contribuir com o desenvolvimento social. É uma espécie, de prestação de contas.

Essa transformação passou a ser evidenciada a partir da década de 1960 no Brasil. Porém, segundo o [Centro Internacional de Negócios do Ceará](#) (SFIEC), “o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial no país ganhou forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais (ONG), institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão”(SFIEC, 2007).

Para Neto Melo e Froes (2001), as ações de responsabilidade social buscam aperfeiçoar as relações entre empresas e seus diversos públicos, inserindo-se no âmbito social das comunidades em que estas empresas estão inseridas.

No Brasil, existem Instituições renomadas nesta área, como é o caso do Instituto Ethos (2007), que é uma organização sem fins lucrativos fundada em 1998, que tem como associados algumas centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa.

O Instituto ETHOS (2007) dissemina a prática da responsabilidade social por intermédio de atividades de intercâmbio de experiências, publicações, programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral. Ainda, conforme, o Instituto ETHOS:

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 (INSTITUTO ETHOS, 2007).

3.2 Balanço social

Com o passar dos anos, e o desenvolvimento intelectual da sociedade, as empresas passaram a voltar-se para uma nova realidade, está por vez voltada ao social. Atualmente as

empresas que desenvolvem ações sociais, estão destacando-se no mercado diante suas concorrentes, e uma forma de demonstrar essas ações, é através do Balanço Social.

Para Schenini *et al.* (2005), Balanço Social é um documento publicado anualmente, onde agrupa o conjunto de informações que contempla as ações sociais desenvolvidas em promoção humana e social pela empresa.

Segundo Kraemer e Tinoco (2004, p.38), “Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais, do desempenho da sociedade [...]”.

No Brasil a idéia começou a ser discutida na década de 70. Contudo, apenas nos anos 80 surgiram os primeiros balanços sociais das empresas. Conforme, Schenini *et al.* (2005, p.55): Esta mudança de mentalidade empresarial pode ser notada em meados de 1997 quando o sociólogo Herbert de Souza o Betinho, juntamente com o IBASE insistiram chamando à atenção dos empresários e toda a sociedade para a importância e a necessidade da realização do balanço social das empresas em um modelo único e simples.

Assim, tem-se que esta ferramenta a partir da sua existência, passou a ser utilizada a fim de evidenciar como a empresa atua em favor a sociedade, demonstrando os resultados destas ações em prol de uma sociedade menos injusta e com mais oportunidades.

3.2.1 Indicadores sociais – ETHOS

Para chegar-se ao modelo de Balanço Social, proposto pelo Instituto ETHOS, que visa proporcionar clareza e transparência quanto às ações sociais desenvolvidas pelas organizações, é necessário realizar o preenchimento de um questionário, que busca atender as expectativas do público interno e externo. Os indicadores utilizados para atingir esse objetivo conforme o Instituto ETHOS, são os seguintes: Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Consumidores e Clientes; Comunidade e; Governo e Sociedade.

Percebe-se através desta classificação, que as questões financeiras e econômicas, são deixadas para uma outra análise, ou seja, pressupõe-se que esses indicadores não interferem significativamente na participação da empresa, nas ações sociais, embora a maioria destes índices seja calculado com base em valores financeiros.

3.2.2 Indicadores sociais – IBASE

O Instituto IBASE, também se utiliza de uma série de indicadores a fim de formar a estrutura do balanço social das empresas, que têm como objetivo transmitir a sociedade suas atuações sociais perante aos seus colaboradores internos, como também, clientes, fornecedores, governo, acionistas, entre outros. Este método utilizado visa demonstrar quanto da receita líquida ou do resultado operacional, são destinados a estas ações. Dentre os indicadores tem-se: Indicadores Sociais Internos; Indicadores Sociais Externos; Indicadores Ambientais e; Indicadores do Corpo Funcional.

Segundo Betinho (Instituto Ibase, 2007): “[...] o balanço social não tem donos, só beneficiários [...]”. Assim, torna-se evidente a preocupação de retratar os benefícios proporcionados pela empresa, nos diversos âmbitos organizacionais, a fim de demonstrar os diversos grupos favorecidos através desta interação com a empresa.

3.3 Contabilidade ambiental

Quando se refere à responsabilidade social, não se pode deixar de lado a questão ambiental, que envolve os recursos naturais utilizados pelas empresas durante suas atividades. Hoje, mais do que nunca, a questão ambiental está conquistando um espaço notório na mídia, na Contabilidade e também na consciência empresarial, devido aos problemas causados ao meio ambiente no passado, mas que estão mostrando seus resultados atualmente.

Conforme Kraemer e Tinoco (2004, p.32), A Contabilidade Ambiental passou a ter *status* de novo ramo da ciência contábil em fevereiro de 1998, com a finalização do relatório financeiro e contábil sobre o passivo e custos ambientais pelo Grupo de Trabalhadores Intergovernamental das Nações Unidas de especialistas em padrões Internacionais de Contabilidade e Relatórios (*United Nations Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting – Isar*).

A questão ambiental vem fazendo com que as empresas se adaptem a nova fase e conseqüentemente direcione novos caminhos na sua expansão. As empresas alteram sua visão empresarial, objetivos, estratégias de investimentos e de *marketing*, buscando aprimorar os seus produtos, diante à nova realidade do mercado global corretamente ecológico. (KRAEMER, 2007).

Sabendo da necessidade de regularizar a responsabilidade social e ambiental fazendo com que ela transpareça os profissionais da contabilidade através do seu Conselho Federal de Contabilidade (CFC), por meio de Resolução CFC nº 1.003/04, aprovaram em agosto de 2004, a Norma Brasileira de Contabilidade – NBC T 15 que abordar informações de natureza sociais e ambientais. (BRONDANI; TRINDADE, 2007). Essa atitude do CFC visa informar a toda a sociedade sobre as práticas sócio-ambientais executadas pelas empresas.

3.3.1 Benchmarking ambiental

Uma outra ferramenta, utilizada por empresas que prezam sua imagem diante aos seus clientes internos e externos, é o *Benchmarking* Ambiental, pois visa tornar os seus procedimentos empresariais a favor do meio ambiente, evitando causar danos ao mesmo.

Conforme Almeida, Cavalcanti e Mello (2002, p. 19 *apud* PFITSCHER, 2004, p.51), O *benchmarking* ambiental pode ser entendido como um processo contínuo e sistemático de reconhecimento, avaliação e adoção / adaptação dos melhores métodos e práticas utilizados por empresas reconhecidas como líderes no comprometimento com o meio ambiente”. Essa forma de melhoria contínua auxilia as empresas no ato de observar, voltar a conhecer as instituições concorrentes e adaptar novas idéias no planejamento de gestão de suas empresas.

Segundo Pfitscher (2004, p.48), “As empresas preocupadas em minimizar os conflitos econômicos e políticos, [...] estruturam-se de consciências ambientais, diferencial de mercado e vantagem competitiva, inserindo um comprometimento com a natureza e o meio ambiente”.

As fases do *benchmarking* são contempladas por vários aspectos, que segundo Pfitscher (2004, p.50), são compostas pela identificação do diagnóstico que trabalha para identificar o que marcar para a referência, na primeira fase; já na segunda são os projetos de desempenho. Na terceira, o estabelecimento de metas, a fim de comunicar descoberta de referências e aceitação, como também estabelecer metas funcionais, a quarta utiliza o desenvolvimento de planos de ação, implementação de ações específicas, monitoramento de progressos, recalibragem de marcos de referência.

3.4 Sistema gerencial ambiental

As empresas que prezam a questão ambiental nas suas atividades estão procurando um meio que permite maior controle das suas atitudes tanto no âmbito interno quanto externo da organização. Dessa forma elas buscam através de um sistema de informática, gerenciar estas ações. Segundo Rosini e Palmisano (2003, p. 03 *apud* LEAL *et al*, 2007, p.5) “O conceito básico de sistema de informações estabelece que todo sistema seja um conjunto de elementos interdependentes em interação, visando atingir um objetivo comum”.

Já para Kraemer e Tinoco (2004, p.121), Um sistema de gestão ambiental pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente. Consiste, essencialmente, no planejamento de suas atividades, visando à eliminação ou minimização dos impactos ao meio

ambiente, por meio de ações preventivas ou medidas mitigadoras. Conforme o texto Sistema Gerencial Ambiental (Portal Ambiente Brasil, 2007) “[...] o processo de implementação de um sistema de gestão ambiental começa pela avaliação ambiental inicial [...]”. Isso significa que a empresa juntamente com seu corpo funcional deve analisar quais são os procedimentos ambientais que deseja implantar nas suas atividades, a fim de instituir um sistema informatizado que controle essas ações.

Segundo Pfitscher (2004, p. 53), “A adoção de um SGA normalmente encaminha a empresa para uma melhor estabilidade e sustentabilidade, pois estabelece [...] uma conscientização maior nos planos, programas e procedimentos da empresa”.

Ao considerar a gestão ambiental no contexto empresarial, percebe-se de imediato que ela pode ter e geralmente tem uma importância muito grande, inclusive estratégica, frente ao mercado. (PORTAL AMBIENTE BRASIL, 2007).

Isso ocorre porque, dependendo do grau de sensibilidade para com o meio ambiente demonstrado e adotado pela alta administração da empresa, já se pode perceber as verdadeiras práticas executadas por esta, assim, procura-se buscar e identificar, uma gestão ambiental eficaz que possa ser implantada, e que traga retornos satisfatórios para a empresa e sociedade.

3.4.1 GAIA – Gerenciamento de aspectos e impactos ambientais

O método Gerenciamento de Aspectos e Impactos Ambientais (GAIA). trata-se de um instrumento para alcançar a melhoria do desempenho ambiental das organizações e o alcance da sustentabilidade.

Conforme Leripio (2001, p.66 *apud* PFITSCHER, 2004, p.81) tem como princípios: Proporcionar às organizações o atendimento à legislação, a melhoria contínua e a prevenção da poluição a partir de atividades focalizadas no desempenho ambiental e na sustentabilidade, tomando como elementos fundamentais do processo a organização e as pessoas através de suas relações com o meio ambiente.

Segundo Pfitscher (2004, p.81) “O GAIA surge, para valorizar as empresas, as organizações e as áreas de recursos humanos, nelas inseridas. Valoriza, também, o público consumidor, uma vez que, ao verificar o impacto ambiental, atua na sociedade”.

O GAIA pode ser entendido como uma ferramenta de gestão, que visa proporcionar o equilíbrio entre as operações realizadas pela empresa e o meio ambiente em que ela está inserida. Esta ferramenta é composta de três fases respectivamente conforme Pfitscher (2004 p.82-94): Sensibilização, Conscientização e Capacitação ou Qualificação. A primeira fase compreende a sustentabilidade do negócio, a estratégia ambiental, ligada ao comprometimento e a sensibilização das partes interessadas. A segunda fase caracteriza-se pela percepção dos aspectos ambientais, que possam causar impacto ao meio ambiente, dependendo da tramitação do produto dentro da empresa, ou seja, o ciclo de vida do produto. Neste sentido, esta fase mostra o mapeamento da cadeia de produção e consumo. A última fase compreende a possibilidades de melhorar a qualidade de seus serviços, bem como do produto que está sendo colocado no mercado para o público consumidor.

A partir do método GAIA, outro sistema de gestão ambiental pode ser elaborado, o SICOGEA, objeto de estudo da próxima seção.

3.4.2 SICOGEA - Sistema contábil gerencial ambiental

Uma forma de controlar os efeitos causados ao meio ambiente pelas empresas é através da implantação de um sistema gerencial, focado na parte ambiental, com envolvimento da Contabilidade e Controladoria Ambiental.

Conforme Pfitscher (2004), com a adoção de um sistema de gestão ambiental, busca-se uma melhor estabilidade e sustentabilidade para a empresa, já que é primordial o comprometimento de todos os envolvidos no processo.

O Sistema contábil gerencial ambiental é dividido em três etapas, e estas por vez são divididas em fases. A Primeira Etapa corresponde à integração da cadeia produtiva, sendo composta por três fases: a formação dos grupos de trabalho; a discussão sobre o cultivo ecológico e avaliação dos efeitos ambientais e a verificação dos interessados no processo com ação de convencimento. A Segunda Etapa corresponde a Gestão do controle ecológico, onde se tem a preocupação quanto às ações realizadas pelos fornecedores em prol ao meio ambiente. A terceira etapa, onde se enquadra esta pesquisa, corresponde à gestão da contabilidade e controladoria ambiental, é segmentada em 3 (três) fases.

A primeira fase da terceira etapa é focada em investigar e mensurar a fim de verificar a sustentabilidade e estratégias ambientais; o comprometimento e a sensibilização das partes interessadas no processo, formando assim um conjunto de 3 (três) ações, que interagem se complementando.

A primeira ação “sustentabilidade e estratégia ambiental” é composta por uma lista de verificações, que busca identificar e mensurar as ações desenvolvidas. Esta lista é formada por interrogativas que compreendem diversos critérios relacionados ao meio de produção utilizado pela empresa. Dentre o modelo original do SICOGEA se destacam: Fornecedores; Processo produtivo e prestação de serviço; Indicadores contábeis; Indicadores gerenciais; Utilização do produto e; Utilização do serviço.

4 ESTUDO DE CASO

A rede de supermercados Imperatriz, em conjunto com seus clientes, promove ações sociais em prol da sociedade. Estas campanhas sociais, geralmente ocorrem em períodos de festividades mundiais, como Natal, Páscoa, entre outros. Um dos primeiro projetos desenvolvidos foram as cestas do bem, que seguindo a política de responsabilidade social adotada pela empresa, 20 mil cestas, com 10 tipos de alimentos, foram colocadas à venda nas lojas da rede pelo preço de custo. (OI SAO JOSE, 2008).

Outras ações desenvolvidas pela rede de supermercados, foram durante dois anos consecutivos 2006 e 2007, as doações de chocolate durante a páscoa para entidades sociais. Essas doações tiveram início com a confecção do maior ovo de Páscoa do Brasil, com cerca de 800 quilos de chocolate, e depois com o maior coelho de páscoa do mundo, na semana da páscoa os chocolates são repartidos e doados a creches, asilos e orfanatos da Grande Florianópolis, além de ser degustados pelos clientes da Loja. (GONZALO, 2008).

Os supermercados Imperatriz, quanto à responsabilidade sócio-ambiental, quanto a lista de verificação do SIGOGEA, aponta a participação em outros projetos voltados a sociedade, demonstrando assim, o interesse da empresa em participar junto aos seus clientes de ações que fortaleçam a práticas sócio-ambientais.

4.1 Resultados encontrados no supermercado Imperatriz

O estudo de caso aplicado na rede de supermercados Imperatriz deu-se com o auxílio de uma lista de verificação do SICOGEA adaptado do modelo original, composta de 90 (noventa) questões, dividida em 6 (seis) critérios, sendo que para cada questão, existiam as seguintes alternativas: Sim; Não e Não se adapta.

O referido questionário foi devidamente preenchido pelo analista e diretor de Recursos Humanos da rede de supermercados Imperatriz.

Quanto à divisão das questões por critério deu-se conforme Quadro 01.

Ordem	Critério	Nº. Questões
1	Fornecedores	17
2	Colaboradores	20
3	Responsabilidade Sócio - Ambiental	13
4	Disponibilidade de Capital	8

5	Contabilidade e Auditoria Ambiental	23
6	Execução do Serviço	9
-	Total	90

Quadro 01: Critérios apontados no estudo de caso

Fonte: adaptado de Leripio (2001) e Pfitscher, (2004).

A análise dos resultados dos critérios também é realizada através da execução de uma fórmula que proporciona como resultado uma porcentagem, que significa a relação de medidas adotadas pela rede de supermercados Imperatriz, classificada como sensível às questões sócio – ambientais. A fórmula utilizada é apresentada a seguir, e pertence ao cálculo de sustentabilidade da fase destinada a este fim, conforme consta na Figura 1.

1.1 Quadros “A” (adequado) x 100 no numerador

1.2 Total de questões – Quadros “NA” no denominador

Sendo: Quadro “A” – quantidade de respostas classificadas como Adequados no critério analisado; Quadro “NA” – quantidade de respostas classificadas como Não se Adapta no critério analisado; Total de questões – deve-se utilizar o total de cada critério.

Após a apresentação dos critérios e a forma no qual a Sustentabilidade Empresarial é calculada, tem-se uma análise detalhada de cada um dos componentes da pesquisa.

4.1.1 Análise global da empresa estudada

Como resultado geral do estudo de caso realizado através de uma lista de verificação, um aproveitamento a favor das ações sócio – ambientais na ordem de 51% na rede de supermercados Imperatriz, porém também foi obtido um resultado de 40% de ações que não são desenvolvidas nos estabelecimentos da rede de supermercados, podendo ser classificadas como deficitárias, e um valor de 9% de ações que não se adaptam a este tipo de negócio.

Logo, percebe-se que há equilíbrio entre as ações desempenhadas pela rede de supermercados Imperatriz, deixando de exercer menos de 10 % das medidas propostas no questionário, que conforme os entrevistados são ações que não se enquadram neste segmento do mercado varejista.

Já quanto à análise da Sustentabilidade, percebe-se a ocorrência de 53 questões classificadas como adequadas, contra 08 questões enquadradas como não adaptadas a realidade dos supermercados, sendo num total de 90 questões, o que representa:

$$(53 * 100) / (90 - 08) = 64,63 \%$$

Assim, pode-se concluir que de todas as medidas adotadas pela rede de supermercados Imperatriz abordadas nas 90 questões, 64,63 % classificam-se como benéficas à sociedade quanto à redução de impactos sócios – ambientais provocados durante suas atividades.

Para obter um estudo detalhado, faz-se também o estudo por critérios e sub-critérios. Neste trabalho são abordados apenas os critérios, conforme se apresenta a seguir.

4.1.2 Análise resultado do critério fornecedor

Na análise dos resultados obtidos no critério fornecedores, observa-se uma preocupação da rede de supermercados, em contratar fornecedores que possuem certificações, como a ISO 14001, que estabelece diretrizes básicas para o desenvolvimento de um sistema que gerencie a questão ambiental, fornecendo assim produtos de qualidade e ao mesmo tempo respeitando ao meio ambiente durante o ciclo operacional.

Outro ponto encontrado neste critério é quanto ao comprometimento da alta administração e do corpo gerencial da rede de supermercados, que busca o comprometimento com uma gestão ambiental eficiente, refletindo diretamente nos colaboradores, através da conscientização no ambiente de trabalho, passando adiante uma mensagem em proteger ao meio ambiente, buscando garantir melhores condições de vida para a sociedade.

Tem-se uma porcentagem significativa de atividades desenvolvidas em prol da sociedade, seja através de ações sociais ou ambientais, atingindo um índice de 70 % de ações são adotadas contra 6 % de ações não são adotadas e por fim, 24 % de ações que não se enquadram no setor empresarial analisado.

Já quanto aos resultados obtidos em relação ao desenvolvimento da sustentabilidade, das 17 questões abordadas, 12 foram consideradas adequadas contra 04 questões classificadas como não adaptadas e 1 deficitária em relação à realidade supermercadista. Assim, tem-se:

$$(12 * 100) / (17 - 04) = 92,31 \%$$

Logo, pode-se afirmar que 92,31 % das atitudes desempenhadas pelos fornecedores da rede de supermercados Imperatriz, classificam-se como benéficas quanto à sustentabilidade empresarial.

4.1.3 Análise resultado do critério colaborador

Percebe-se que a rede de supermercados busca oferecer as mesmas oportunidades de trabalho para todos os membros da sociedade, independente de idade, experiência profissional, entre outros aspectos sócios – econômicos.

Outro ponto em destaque é a questão da existência de mulheres e de negros ocupando postos de gerência e recebendo a mesma remuneração dos homens, fato este, que em muitos grupos empresariais ainda é inexistente, na atualidade.

A pesquisa também apontou que a rede de supermercados oferece aos seus colaboradores cursos profissionalizantes e de nível superior. Os colaboradores participam quanto à elaboração do planejamento do supermercado, fazendo com que a criatividade destes seja estimulada e principalmente valorizada pela administração dos supermercados Imperatriz.

Quanto aos resultados desfavoráveis neste critério, o que representa 25%, verificou-se que são ações que podem ser solucionadas em curto prazo pela rede de supermercados, mas caso não seja solucionado, não acarretará em danos para o bem estar social dos colaboradores diante o ambiente de trabalho.

Já quanto à alternativa “Não se Adapta”, não houve nenhuma ocorrência quanto a este critério, o que significa que não há restrição neste tipo de estabelecimento comercial, quanto ao tratamento disponibilizado aos colaboradores.

Assim, tem-se que o resultado encontrado quanto ao critério colaboradores, apresentou um saldo positivo, visto que 75% dos questionamentos abordados foram tidos como adotados pela empresa em prol aos funcionários da rede de supermercados Imperatriz.

Com estes resultados, observa-se que das 20 questões abordadas, 17 são atendidas pela rede de supermercados estudada, sendo classificadas como adequadas, contra nenhum registro de ações que não podem ser adaptadas a este segmento varejista, o que garante um índice de sustentabilidade na ordem de 85 %.

$$(17 * 100) / (20 - 00) = 85,00 \%$$

Embora o resultado alcançado possa ser considerado como favorável quanto ao tratamento e benefícios oferecidos aos seus colaboradores, a rede de supermercado ainda pode melhorar esse dado, aliando sustentabilidade empresarial com satisfação de seus empregados.

4.1.4 Análise do critério responsabilidade sócio – ambiental

Dentre as questões abordadas neste critério, destaca-se a importância da utilização da forma adequada dos recursos naturais disponibilizados pelo meio ambiente, bem como a conscientização quanto sua conservação. Uma das Medidas adotadas pela rede de supermercados Imperatriz para contribuir neste aspecto, é a realização de coleta seletiva do lixo produzido em seus estabelecimentos.

A rede de supermercados Imperatriz participa de projetos sócio-ambientais em parcerias com as comunidades locais nas cidades de cobertura da rede, visto que adoção deste tipo de medida acarreta em benefícios para a imagem do supermercado, que através desta união entre comunidade e empresariado, gera satisfação dos clientes e desempenho favorável para a rede de supermercados Imperatriz, diante seus concorrentes.

Outro ponto importante neste critério é quanto ao incentivo que os colaboradores encontram da administração, para participar de projetos sociais, sendo dispensados dos serviços no supermercado para realizarem serviços comunitários.

Cabe ressaltar que o resultado de 23% tido como não adotado neste critério, deve ser entendido como não prejudicial às ações sócio-ambientais, pois as respostas negativas devem-se a rede de supermercados não possuir multas ou indenizações causadas por impactos causados ao meio ambiente; e por até o momento não ter recebido alguma premiação que reconheça suas ações de valorização do meio ambiente e social.

Logo, quanto ao critério Responsabilidade Sócio-Ambiental, observa-se que 77% das ações práticas pela empresa, são consideradas adequadas, contra 23% das ações que não são adotadas.

Já quanto ao índice de sustentabilidade no critério responsabilidade sócio-ambiental, verifica-se que das 13 questões abordadas, 10 são atendidas pela rede de supermercados Imperatriz, sendo desta forma, consideradas adequadas.

$$(10 * 100) / (13 - 00) = 76,92 \%$$

O percentual de 76,92 % deve-se a ações que foram enquadradas como adequadas, uma vez que neste critério todos os questionamentos podem ser atendidos pela rede de supermercados Imperatriz, assim, percebe-se que é possível melhorar este desempenho sustentável através da implantação de medidas corretivas para aquelas deficitárias.

4.1.5 Análise resultado do critério disponibilidade de capital

Neste critério, a classificação de adequadas e deficitários, pode ter uma dupla interpretação, pois respostas que foram dadas como Não, podem representar algo positivo para o supermercado Imperatriz, e outras que foram respondidas com o Sim, pode ser algo prejudicial ao mesmo. A primeira questão deste critério, abordava a disponibilidade de recursos financeiros para investimentos em uma gestão sócio-ambiental, a rede de supermercados, teve como resposta a alternativa “Não”, ou seja, pode-se considerar deficitário, pois a empresa deveria ter esta iniciativa pensando no futuro.

Uma outra questão respondida com “Não”, é referente à rede de supermercados pagar multas ou indenizações por acidentes ambientais, perdas por exposição de pessoas e bens a poluição, ou seja, a resposta com o “Não”, na verdade é favorável ao supermercados Imperatriz, pois mostra os cuidados que a empresa tem com o meio ambiente e seus colaboradores, evitando esse tipo de danos.

Percebe-se que os resultados obtidos no critério Disponibilidade Capital foi de 50% para ações adotadas e 50% para ações não adotadas pela rede de supermercados, cabe

ressaltar que todas as questões abordadas neste critério podem ser adaptáveis ao setor supermercadista.

Em relação ao índice obtido no cálculo da sustentabilidade pode ser considerado como razoável, pois das 8 questões abordadas, 4 foram classificadas como adequadas a fim de atender a sustentabilidade empresarial aliada a fatores sócios – ambientais.

$$(04 * 100) / (08 - 00) = 50,00 \%$$

Não houve ocorrência de ações que não possam ser desempenhadas pela rede de supermercados Imperatriz, quanto a este critério, porém 4 questões encontram-se deficitárias, o que reflete no resultado encontrado de 50,00%.

4.1.6 Análise resultado do critério Contabilidade a Auditora ambiental

Os questionamentos, neste critério foram segmentados quanto à classificação contábil, Ativo Circulante e Ativo Realizável a Longo Prazo, porém este fator pode ser entendido como indiferente neste critério, visto que as respostas foram às mesmas para ambas as classificações.

Embora nenhuma das questões fosse respondida utilizando “Sim”, algumas das indagações obtiveram resultados adequados, é o caso, por exemplo, da rede de supermercados não ter registrado nenhuma multa ou indenização relacionada a danos causados ao meio ambiente.

Porém, uma significativa parcela das questões enquadra-se como deficitárias, como é o caso da rede de supermercados Imperatriz, não possuir bens em utilização a favor do meio ambiente e também não possuir pesquisas em novas tecnologias para utilizar em seus estabelecimentos.

Verifica-se que o supermercado Imperatriz, não possui profissionais especializados a fim de dar um suporte para a empresa, quanto aos riscos de acidentes ambientais que possam surgir na sua atividade. A rede de supermercados também não apresenta uma reserva de contingência de natureza ambiental, o que futuramente pode ter conseqüências para a empresa, que desta forma, não estará preparada para imprevistos desta natureza.

Ainda quanto aos resultados encontrados no critério Contabilidade e Auditoria Ambiental, têm-se que foi o mais problemático de todo o estudo, acusando um total de 83% de ações não adotadas, para 17% de ações que não se adaptam a realidade da rede de supermercados Imperatriz, e nenhuma medida adotada foi encontrada.

Cabe ressaltar, que as questões respondidas neste critério como “Não se adapta”, na verdade pode ser adaptável ao setor supermercadista, porém a rede de supermercados Imperatriz, não contabiliza ações ambientais, o que acarretou na resposta fornecida pelos entrevistados.

Assim, percebe-se que o supermercado Imperatriz tem muito a implementar nesta área, visto sua defasagem, que pode estar ligada, a questão da sua atividade não ter um vínculo diretamente ao meio ambiente. Logo, os resultados encontrados quanto ao índice de sustentabilidade, representam o pior desempenho de todos os critérios apontados na pesquisa, uma vez, que das 23 questões abordadas, a rede de supermercados Imperatriz desenvolve de forma adequada apenas 04 ações.

$$(04 * 100) / (23 - 04) = 21,05 \%$$

O valor de 21,05 % é decorrente de 15 ações que são desempenhadas de forma deficitária pela rede de supermercados Imperatriz. Pode-se concluir tendo por base estes

dados, que estas ações são as que mais necessitam de adequação e melhoria por parte dos dirigentes da rede de supermercados, buscando atingir um nível de sustentabilidade favorável.

4.1.7 Análise resultado do critério execução dos serviços

Dentre os questionamentos realizados neste critério, destaca-se a concorrência enfrentada pela rede de supermercados Imperatriz, que se encontra em um segmento forte da economia, pois o serviço prestado é substancial a sociedade.

Porém sabendo da concorrência, a empresa, ainda não apresenta programas de fidelidade com seus clientes, o que já é uma realidade em algumas das concorrentes da rede. Em contrapartida, o supermercado Imperatriz, busca a conscientização de seus clientes, quando o assunto é responsabilidade Sócio-Ambiental.

Outra medida adotada é a comercialização de horticultura ecológica, grãojeiro orgânico, produtos estes que são saudáveis para o consumidor e que ajudam a proteger o meio ambiente, devido à não utilização de produtos tóxicos nas lavouras.

Embora as medidas adotadas pela rede de supermercados na prestação do seu serviço para a sociedade, ainda há fatores a serem melhorados ou mesmo adaptados a nova realidade do setor supermercadista, já que os clientes, não buscam apenas preços baratos, mas qualidade no atendimento e atualmente esperam um retorno na empresa a favor do social. O que garantiu um resultado neste critério como sendo 56% de ações adotadas de forma adequada pela rede de supermercados Imperatriz, contra 44% de ações não adotadas, porém uma informação relevante, é que todos os questionamentos abordados, podem ser adaptados aos supermercados.

Já quanto à sustentabilidade empresarial calculada neste critério, pode ser visto como razoável, pois o índice chegou a 55,55 %.

$$(05 * 100) / (09 - 00) = 55,55 \%$$

Ou Seja, das 09 questões apontadas neste critério, 05 delas são classificadas como adequadas, contra nenhuma ação que deixou de ser desenvolvida por questões de adaptação a este tipo de estabelecimento comercial. Porém verifica-se que este índice ainda pode melhorar bastante, já que as questões deficitárias são de fácil adequação por parte do supermercado.

Após análise de todos os critérios, faz-se a planilha de identificação e priorização de aspectos e impactos sócio-ambientais.

A fim de mostrar novas ações à empresa, bem como propor um processo de melhoria contínua principalmente com aqueles critérios que obtiveram resultados não satisfatórios, faz-se o plano resumido de gestão sócio - ambiental.

4.2 Plano resumido de gestão sócio-ambiental

O plano resumido de gestão sócio ambiental tem como objetivo mostrar como a empresa comporta-se frente aos seus indicadores de sustentabilidade, denotando assim, o cumprimento das metas e objetivos estabelecidos pelos dirigentes. A elaboração deste plano conta com o auxílio da ferramenta 5W2H, que através das repostas para estes questionamentos, procura estabelecer sugestões para melhorar os resultados desfavoráveis encontrados na pesquisa. Desta forma, apresenta-se o plano para melhoria do critério Disponibilidade de Capital para ações sócio-ambientais.

WHAT?	O QUE?	Disponibilidade de capital para ações sócio-ambientais
WHY?	POR QUE?	Retorno positivo diante da sociedade, mas principalmente pela contribuição ao meio ambiente

WHEN?	QUANDO?	A partir do 2ª semestre 2008, através de processo contínuo
WHERE?	ONDE?	Nas áreas abrangidas pela rede de supermercados Imperatriz
WHO?	QUEM?	Contratação de uma equipe especialista nesta área
HOW?	COMO?	Em parceria com as comunidades locais
HOW MUCH?	QUANTO CUSTA?	Valores não orçados

Quadro 02: Plano resumido de gestão sócio-ambiental

Fonte: adaptado de Pfitscher (2004, p.99).

A seguir demonstram-se as ações que podem ser realizadas para melhoria do critério Contabilidade e Auditoria Ambiental.

WHAT?	O QUE?	Sistema Contábil Ambiental – Contabilidade e Auditoria Ambiental
WHY?	POR QUE?	Para ter controle
WHEN?	QUANDO?	A partir do 2ª semestre 2008, através de processo contínuo
WHERE?	ONDE?	Nas lojas dessa rede de supermercados
WHO?	QUEM?	Profissionais qualificados e contadores
HOW?	COMO?	Através de integração com as demais áreas contábeis da rede
HOW MUCH?	QUANTO CUSTA?	Valores não orçados

Quadro 03: Plano resumido de gestão sócio-ambiental

Fonte: adaptado de Pfitscher (2004, p.99).

Este plano resumido de gestão sócio – ambiental, não pretende corrigir todos os problemas presentes na rede de supermercados Imperatriz, porém, busca oferecer soluções para que as atividades empresariais sejam realizadas da forma mais adequada, proporcionando um melhor resultado.

Foram apontados acima, critérios que se classificam como deficitários, já que apresentaram baixos índices de sustentabilidade empresarial. As indicações realizadas procuram denotar possibilidades que podem ser adotadas pela rede de supermercados Imperatriz, a fim de reverter à situação atual, e gerar resultados benéficos para o futuro da organização.

Os valores colocados no “*How much? Quanto custa?*” não foram orçados, pois após conscientização dos gestores para a realização destas melhorias, o mais adequado é a realização de orçamentos, a fim de identificar o melhor preço. Cabe também ressaltar, que se deve levar em consideração o montante previsto e disponibilizado para a execução destas medidas.

5 CONCLUSÕES

A responsabilidade sócio-ambiental, cada vez mais, vem conquistando seu espaço dentro daquelas empresas que buscam valorizar-se diante seus clientes, fornecedores, sociedades e outros, pois passa a ser um ponto de diferenciação entre suas concorrentes.

Assim, este trabalho realizado na rede de supermercados Imperatriz, pode através da sua pergunta problema “Existe responsabilidade sócio-ambiental na rede de supermercado analisada ou apenas *marketing* social?”, demonstrar que a responsabilidade sócio-ambiental existe de fato neste tipo de estabelecimento comercial, não se caracterizando apenas o

Marketing social, utilizado como fator de diferenciação no mercado consumidor, por muitas empresas do setor varejista.

A fim de alcançar o objetivo geral da pesquisa, que é analisar os incentivos sócio-ambientais desenvolvidos pela rede de supermercados Imperatriz, alguns objetivos específicos foram delimitados, para proporcionar o resultado esperado, além de manter a integração entre os assuntos abordados com a realidade empresarial do setor supermercadista.

Os conceitos importantes para o desenrolar da pesquisa, pois desta forma conheceu-se o verdadeiro sentidos destes termos. E a apresentação do surgimento do balanço social e seus indicadores sociais sob a óptica do Instituto Ethos e do Institutos Ibase, mostraram-se importante demonstrar estes dados para poder avaliar as ações desenvolvidas pela rede de supermercados estudada, buscando assim, identificar e classificar como adequadas ou deficitárias estas atuações. Já a apresentação da contabilidade ambiental, *benchmarking* e controladoria ambiental, também se fizeram necessário, por se tratarem de assuntos rescentes na área contábil, e também por estarem aos poucos se inserindo nas organizações dos mais variados segmentos.

A ferramenta utilizada na pesquisa, SICOGEA, foi de utilidade para o desenrolar deste estudo, devido a sua estrutura, dividida por critérios o que auxiliou na obtenção dos dados, proporcionando resultados de fácil compreensão.

O plano de gestão sócio-ambiental estabeleceu sugestões para rede de supermercados Imperatriz melhorarem seu desempenho sustentável nos 3 critérios apontados como não satisfatórios, tendo como base a fundamentação teórica deste trabalho, além dos instrumentos gerenciais utilizados para desenvolver a pesquisa.

Assim, percebe-se que os assuntos abordados nos objetivos específicos do trabalho, auxiliam no desenvolvimento teórico, além de proporcionar um melhor entendimento dos dados levantados com a pesquisa.

No caso da conceituação da Responsabilidade Social, observa-se que sua aplicabilidade nas empresas, independe dos fins lucrativos. Assim, os indicadores tanto do Instituto ETHOS como do Instituto IBASE, embora algumas particularidades, visam à atuação de uma empresa sustentável com o meio social e ambiental, fato que levou a investigação e aplicabilidade destas informações no setor mercadista Catarinense.

Logo, com base nos resultados encontrados com o SICOGEA, verificou-se que dos 6 critérios abordados, 3 foram classificados como adequados, 1 deles como mediano, e 2 a serem melhorados, por encontrar-se em situação deficitária. Sendo estes critérios incluídos no plano resumido de gestão sócio-ambiental, buscando desta forma, um melhor destas medidas para o seu futuro.

Os critérios que ficaram com pior conceito foram “Contabilidade e Auditoria Ambiental” com 21,05% de sustentabilidade sócio-ambiental e “Disponibilidade de Capital” com 50% de sustentabilidade. Critérios estes que podem ser considerados deficitários, pois podem estar trazendo algum risco à sociedade.

O cálculo de sustentabilidade sócio-ambiental demonstrou-se adequado, pois obteve um rendimento de 64,63% que caracteriza como benéficas à sociedade quanto à redução de impactos sócio-ambientais provocados durante suas atividades.

Dentre os resultados, geral e os específicos, pode-se apontar como atendidos por este estudo, pois cumpriu o objetivo esperado, apontando os resultados através do índice de Sustentabilidade Empresarial, além de buscar solucionar os pontos falhos executados pela rede de supermercados Imperatriz, através de recomendações.

REFERÊNCIAS

AMBIENTE BRASIL: Sistema de Gestão Ambiental. Disponível em: <
<http://www.ambientebrasil.com.br>> Acesso em 24 de jul 2007.

- BEUREN, Ilse Maria (org) Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2003.
- BRONDANI, Gilberto; TRINDADE, Larissa de Lima. A Contabilidade e sua Responsabilidade Social. 1º Simpósio de iniciação científica dos cursos de Ciências Contábeis de Santa Maria. Disponível em:
<<http://coralx.ufsm.br/revistacontabeis/artigos/vIInEspecial/a14vIInesp.pdf> > Acesso em 09 de Jun de 2007.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991.
- GONZALO. Cestas do Bem. Disponível em:
<<http://www.gonzalo.com.br/index.php?codwebsite=&codpagina=00015144>> Acesso em 18 Fev 2008.
- INSTITUTO IBASE. Indicadores Sociais. Disponível em: < <http://www.ibase.br>> Acesso em 07 Jun 2007.
- INSTITUTO ETHOS. Indicadores Sociais. Disponível em: < <http://www.ethos.org.br> > Acesso em 08 Jun 2007.
- LEAL, Douglas Tavares Borges, *et al.* O processo logístico de serviço ao cliente favorecido pela Internet e sistemas de informação digitais. Disponível em:<
www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos32006/590.pdf > Acesso em 24 de jul 2007.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. Contabilidade Ambiental: Relatório para um futuro sustentável, responsável e transparente. Disponível em: <
<http://www.ambientebrasil.com.br>>. Acesso em 24 de jul 2007.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Contabilidade e Gestão Ambiental. São Paulo: Atlas, 2004.
- NETO MELO, Francisco P de; FROES, César. Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O caso brasileiro. Da filantropia Tradicional à Filantropia de Alto Rendimento e ao Empreendedorismo Social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- NUNES, João Paulo de Oliveira. A Contabilidade Ambiental Como Forma de Gestão - Estudo de Caso em um Hospital. Florianópolis, 2006. 84f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- Oi São José. Cestas do Bem. Disponível em:
<http://www.oisaojose.com.br/abr06/socialabr06.htm>. Acesso em < 18 Fev 2008>.
- PFISTER, Elisete Dahmer. Gestão e sustentabilidade através da contabilidade e contabilidade ambiental: estudo de caso na cadeia produtiva de arroz ecológico. 2004. 252 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2004.
- RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia de pesquisa aplicável às ciências sociais. In BEUREN, Ilse Maria (org) Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2003.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa Social: métodos e técnicas. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SCHENINI, Pedro Carlos. *et al* (Org.). Responsabilidade Social Corporativa: Balanço Social *in* Gestão empresarial sócio ambiental. Florianópolis: Nupegema, 2005, p. 35-60.
- SFIEC: O Novo Contexto Econômico e a Responsabilidade Social das Empresas. Disponível em: http://www.sfiec.org.br/artigos/social/responsabilidade_social_empresarial.htm > Acesso em 07 Jun 2007.
- VICHROSKI, Tatiane da Silva Ferreira. A Contabilidade e o Valor Real do Cliente no Processo de CRM no Setor de Varejo Supermercadista. Florianópolis, UFSC, 2006.