

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

HARLEY ALMEIDA SOARES DA SILVA

**EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA
SOCIAL E AMBIENTAL: ESTUDO NOS RELATÓRIOS ANUAIS E
NOS SITES DAS EMPRESAS LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA
COMPANHIA” DA BOVESPA.**

**FLORIANÓPOLIS
2008**

HARLEY ALMEIDA SOARES DA SILVA

**EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA
SOCIAL E AMBIENTAL: ESTUDO NOS RELATÓRIOS ANUAIS E
NOS SITES DAS EMPRESAS LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA
COMPANHIA” DA BOVESPA.**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Contábeis, do Centro Sócio-Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.
Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Sandra Rolim Ensslin

**FLORIANÓPOLIS
2008**

HARLEY ALMEIDA SOARES DA SILVA

EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA SOCIAL E AMBIENTAL: ESTUDO NOS RELATÓRIOS ANUAIS E NOS SITES DAS EMPRESAS LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA COMPANHIA” DA BOVESPA.

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de....., atribuída pela banca examinadora constituída pelos professores abaixo mencionados.

Florianópolis, 09 de Junho de 2008.

Prof^a. Dr^a. Valdirene Gasparetto
Coordenadora de Monografia do CCN

Compuseram a banca:

Prof^a. Dr^a. Sandra Rolim Ensslin.
Orientadora - Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^a. Dr^a. Elisete Dahmer Pfitscher
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^o. Dr^o. Hans Michael Van Bellen
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

SILVA, Harley Almeida Soares da. **Evidenciação do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental: Estudo nos Relatórios Anuais e nos Sites das Empresas Listadas no Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa.** 2008. 129f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Graduação em Ciências Contábeis – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

RESUMO

O presente trabalho apresenta os resultados de um estudo sobre a evidenciação voluntária do Capital Intelectual (CI) de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais (RA) /Relatórios de Sustentabilidade de 2006 e nos sites das 39 empresas integrantes do programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. O objetivo do estudo é identificar como é feita a evidenciação do CI de origem social e ambiental, e quais os elementos mais representados nas empresas pesquisadas. Para proceder à análise foi necessária a elaboração de duas matrizes de elementos de capital intelectual, uma voltada para a perspectiva social, e a outra contemplando a abordagem ambiental. Ambas as matrizes foram inspiradas a partir da literatura sobre Responsabilidade Social e Ambiental. A metodologia adotada para a leitura dos dados foi a da análise de conteúdo, o estudo será descritivo e documental, a fonte dos dados será de origem secundária e os relatórios foram extraídos nos sites das empresas. Os resultados apontam para a maior tendência de evidenciação dos elementos de origem ambiental pelas empresas da amostra. Na análise ambiental a Estrutura Interna apresenta-se como a categoria de CI com maior representatividade nas duas fontes de coleta de dados; na análise social dos Relatórios Anuais a Estrutura Interna também foi a categoria com maior representatividade, e por fim na análise social dos sites a Estrutura Externa destaca – se como a categoria com maior percentual de evidenciação.

Palavras-chave: Evidenciação voluntária do Capital Intelectual, Sustentabilidade Ambiental, Responsabilidade Social, Relatórios Anuais, Sites das empresas.

Dedico este trabalho a minha mãe,
Meu exemplo de luta e dignidade.

“O bravo não é quem não sente medo,
mas quem vence esse medo“.

Nelson Mandela

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus,

À minha mãe, por sempre me encorajar a lutar pelos meus sonhos,

Ao meu pai, pelo apoio durante esta caminhada,

À minha irmã Cristiane, ao meu irmão Charles e ao meu sobrinho Willian pelo carinho.

À minha orientadora, professora Sandra pela paciência e dedicação,

A todos os amigos e amigas que eu tive a oportunidade de conviver durante estes quatro anos de graduação, para não esquecer de ninguém o melhor é não listar nomes.

A todos os meus amigos e amigas de infância, principalmente o meu grande amigo Douglas e família.

A todos os professores que contribuíram para a minha formação.

LISTA DE FIGURAS:

Figura 1: Estados e Regiões das sedes das Empresas pesquisadas	22
Figura 2: Natureza do Controle Acionário	23
Figura 3: Propostas para Categorias de CI	35
Figura 4: Percentual total de evidenciação por fonte de pesquisa na análise social. 56	
Figura 5: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise social dos RA.....	57
Figura 6: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise social dos Sites.	58
Figura 7: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise social dos RAs.....	59
Figura 8: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise social dos sites.	59
Figura 9: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise social dos RAs.....	61
Figura 10: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise social dos sites.	61
Figura 11: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise social dos RAs.....	64
Figura 12: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise social dos Sites	66
Figura 13: Percentual total de evidenciação por fonte de pesquisa na análise ambiental.....	81
Figura 14: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise ambiental dos RAs.....	82
Figura 15: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise ambiental dos Sites.	83
Figura 16: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise ambiental dos RAs.....	84
Figura 17: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise ambiental dos sites.....	84
Figura 18: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise ambiental dos RAs.....	85
Figura 19: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise ambiental dos sites.....	86
Figura 20: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise ambiental dos RAs	88
Figura 21: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise ambiental dos sites	90
Figura 22: Percentual total de evidenciação por análise nos RAs.	96
Figura 23: Percentual total de evidenciação por análise nos sites.....	97

LISTA DE QUADROS:

Quadro 1: Amostra da Pesquisa	21
Quadro 2: Áreas de atuação das empresas que integram a amostra	25
Quadro 3: Modelo de Relatório analisado por empresa.....	26
Quadro 4: Sites das Empresas e datas de acessos	27
Quadro 5: Resultados atingidos pelo estudo	103

LISTA DE TABELAS:

Tabela 1: Matriz de elemento de CI de origem social	29
Tabela 2: Matriz de elemento de CI de origem Ambiental.....	30
Tabela 3: Comparação entre os resultados obtidos na análise social.....	53
Tabela 4: Resultados da Análise dos Elementos de CI de origem Social	55
Tabela 5: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise social dos RAs.	63
Tabela 6: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise social dos Sites.	65
Tabela 7: Comparação entre os resultados obtidos na análise ambiental.	78
Tabela 8: Resultados da Análise dos Elementos de CI de origem Ambiental na análise ambiental	80
Tabela 9: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise ambiental dos RAs.....	87
Tabela 10: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise ambiental dos sites	89
Tabela 11: Análise de predominância entre os resultados dos RAs.....	98
Tabela 12: Análise de predominância entre os resultados dos sites	99

LISTA DE SIGLAS:

BA – Bahia

CE – Ceará

CI – Capital Intelectual

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

DF – Distrito Federal

ES – Espírito Santo

GRI – Global Reporting Initiative

ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial

ISR – Investimento Socialmente Responsável

MG – Minas Gerais

PR – Paraná

RA – Relatório Anual

RAs – Relatórios Anuais

RJ – Rio de Janeiro

RS – Rio Grande do Sul

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

SC – Santa Catarina

SGA – Sistemas de Gestão Ambiental

SP – São Paulo

Sumário

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	15
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	17
1.3 JUSTIFICATIVAS.....	17
1.4 METODOLOGIA	19
1.4.1 Enquadramento Metodológico	19
1.4.2 Análise de Conteúdo.....	20
1.4.3 População e Amostra.....	21
1.4.4 Fonte de Coleta dos Dados	25
1.4.5 Procedimentos para registro e análise dos dados	28
1.5 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA	31
1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	32
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	33
2.1 CAPITAL INTELECTUAL (CI).....	33
2.1.1 Componentes do Capital Intelectual	34
2.1.1.1 Competência dos Funcionários ou Capital Humano.....	35
2.1.1.2 Estrutura Interna ou Capital Estrutural.....	38
2.1.1.3 Estrutura Externa ou Capital de Clientes.....	40
2.1.2 Gestão Estratégica do Capital Intelectual	42
2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).....	43
2.2.1 Responsabilidade Social.....	44
2.2.2 Responsabilidade Ambiental	46
2.2.2.1 Gestão Ambiental	48
2.2.3 Divulgação da Sustentabilidade Sócio – Ambiental no âmbito empresarial	50
3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.	52
3.1 EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE ORIGEM SOCIAL NOS SITES E NOS RELATÓRIOS ANUAIS (RAs).....	52
3.1.1 Evidenciação do CI de Natureza Social por Empresas.....	52
3.1.2 Evidenciação dos Elementos de Natureza Social na Amostra	54
3.1.3 Evidenciação dos Elementos de Natureza Social por Categoria de CI.....	62
3.1.4 Natureza da Evidenciação dos Elementos de CI de Origem Social.....	67
3.1.4.1 Natureza da Evidenciação na Categoria Competência do Funcionário na Matriz de Elementos de CI de Origem Social	67
3.1.4.2 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Interna na Matriz de Elementos de CI de Origem Social.....	70
3.1.4.3 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Externa na Matriz de Elementos de CI de Origem Social.....	73
3.2 EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE ORIGEM AMBIENTAL NOS SITES E NOS RELATÓRIOS ANUAIS (RAs).....	77
3.2.1 Evidenciação do CI de Natureza Ambiental por Empresas	77
3.2.2 Evidenciação dos Elementos de Natureza Ambiental na Amostra	79
3.2.3 Evidenciação dos Elementos de Natureza Ambiental por Categoria de CI	86

3.2.4	Natureza da Evidenciação dos Elementos de CI de Origem Ambiental	91
3.2.4.1	Natureza da Evidenciação na Categoria Competência do Funcionário na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental	91
3.2.4.2	Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Interna na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental.....	93
3.2.4.3	Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Externa na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental.....	94
3.3	PROCEDIMENTO PARA COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS NA EVIDENCIAÇÃO DOS ELEMENTOS DE CI DE ORIGEM SOCIAL E AMBIENTAL.	96
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
4.1	RESULTADOS DA PESQUISA	102
4.2	LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	103
	REFERENCIAS:	105
	APÊNDICES:	109

1 INTRODUÇÃO

A evidenciação do valor das empresas por meio das tradicionais perspectivas tangíveis, de capital físico e capital financeiro, apresenta-se limitativa diante das atuais exigências competitivas impostas as empresas, não observando os demais componentes formadores de valor nas entidades, como o Capital Intelectual. (KLEIN, 1998).

Sobre esta visualização restrita decorrente da evidenciação de natureza tangível, Edvinsson e Malone (1998), enfatizam uma preocupação diante da defasagem das informações apresentadas pelos demonstrativos contábeis voltados para a evidenciação tangível, e identificam outro tipo de capital de natureza intangível ou invisível, o Capital Intelectual. Assim, o Capital Intelectual juntamente com o capital físico e financeiro compõem, na atualidade, o capital de uma organização. (BRENNAN, 2001; CHEN GOH, PHENG LIM, 2004; ENSSLIN, CARVALHO, 2007).

No prefácio de seu livro Stewart (1998, p. XIII) define Capital Intelectual como sendo “a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva”. O Capital Intelectual identifica-se como sendo razão de uma economia orientada pelo conhecimento, além de promover vantagens competitivas. (SVEIBY, 1998; STEWART, 1998; EDVINSSON, MALONE, 1998; KLEIN, 1998).

Para Kaplan e Norton (2004), esta vantagem competitiva originada por meio da gestão estratégica dos ativos intangíveis pode ser responsável em média por 75% do valor de mercado de uma empresa. Observe-se que na literatura a terminologia Capital Intelectual (CI) tem sido utilizada, intercambiavelmente, com a terminologia Ativo Intangível (AI); entretanto observa-se uma tendência de se utilizar o termo AI quando a pesquisa focalizar a Contabilidade Financeira e de se utilizar CI quando a pesquisa focalizar a Contabilidade Gerencial. Neste contexto, esta monografia adotará a terminologia Capital Intelectual (CI), uma vez que aborda questões de cunho gerencial.

Entre as inúmeras possibilidades de utilização dos elementos formadores de Capital Intelectual dentro do gerenciamento estratégico das entidades, estes se destacam também como sendo um mecanismo eficiente de gestão e evidenciação

de ações ligadas a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), uma vez que permitem a identificação, correlação e a posterior prestação de contas em relação à postura das entidades perante a sociedade.

Modelos que adotam perspectivas intangíveis como os propostos pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), e do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, constituem-se como mecanismos comprovadamente eficientes de evidenciação e prestação de contas, principalmente quando se trata de questões sociais e ambientais, onde a perspectiva integralmente tangível não contempla a abordagem exigida para atender a temática voltada para a responsabilidade e sustentabilidade empresarial.

As questões relacionadas à Responsabilidade Social Empresarial (RSE), apresentam-se cada vez mais freqüentes no cotidiano corporativo, conseqüentemente a realização dessas ações tende a ser incorporada e desenvolvida conjuntamente com os demais componentes da estrutura gerencial das entidades. A interação entre a proposta da Responsabilidade Social Empresarial com o conceito de Capital Intelectual consolidaria as ações sociais e ambientais desenvolvidas pelas empresas como elementos integrantes da esfera da gestão estratégica destas entidades.

A incorporação do ideal responsável ao modelo de gestão apresenta-se como uma realidade bastante desenvolvida em algumas entidades, sendo perceptível pela vasta aceitação por parte destas empresas de uma postura consciente em relação aos aspectos sociais e ambientais de maneira ampla, considerado os múltiplos grupos de interessados nas suas atividades.

Esta postura pode ser identificada em diversos casos por meio do constante investimento das empresas para desenvolver suas ações responsáveis, e pelos maciços esforços para divulgar estes investimentos e seus resultados. Um bom exemplo de grupo de empresas que aderiram à postura de enquadrar suas ações de Responsabilidade Social Empresarial como ativos do conhecimento capazes de gerar vantagens competitivas e benefícios futuros são aquelas vinculadas ao programa desenvolvido pela Bovespa (Bolsa de Valores de São Paulo) denominado "Em Boa Companhia". No site do programa as 39 empresas integrantes expõem suas políticas e projetos voltados às questões sociais e ambientais, além de evidenciarem para o mercado suas práticas que visam criar ou desenvolver Capital Intelectual de origem social e ambiental.

1.1 TEMA E PROBLEMA

As práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) agregam valores muitas vezes invisíveis, sendo que sua observação apenas pelos enfoques financeiros e físicos não consegue representar com fidelidade os resultados decorrentes destas ações. Portanto a abordagem do Capital Intelectual reuniria um conjunto de fatores que permitiriam a evidenciação dos elementos relacionados com a RSE, como a possibilidade de uma abordagem qualitativa e o reconhecimento de componentes que apesar de não serem visíveis agrega valor à entidade ou a sociedade em geral.

A evidenciação destas ações de RSE por meio dos Relatórios Anuais (RA), Relatórios de Sustentabilidade (RS), ou por meio dos sites das empresas apresenta-se como mecanismos de divulgação deste tipo de Capital Intelectual, de tal forma que não exponha demasiadamente os processos relacionados à gestão estratégica das entidades.

Sobre a gestão e divulgação desses processos sociais Kaplan e Norton (2004) identificam quatro dimensões distintas: (i) Meio Ambiente; (ii) Segurança e Saúde; (iii) Práticas Trabalhistas; e (iv) Investimentos na Comunidade.

As políticas sociais comprovadamente apresentam benefícios dentro das empresas e para as comunidades que desfrutam destas ações, desenvolve-las de forma consciente, como parte integrante da estratégia gerencial da empresa identifica-se como uma excelente alternativa para as entidades que objetivam construir uma boa imagem perante a sociedade.

A reputação de excelente desempenho nas dimensões regulatórias e sociais ajudam as empresas a atrair e a reter empregados de alta qualidade, tornando os processos de recursos humanos mais eficazes e eficientes. Além disso, a redução dos acidentes ambientais e a melhoria da segurança e saúde dos empregados aumentam a produtividade e reduzem os custos operacionais. Por fim, as empresas com reputação notável geralmente desfrutam de ótima imagem perante os clientes e os investidores socialmente conscientes. (KAPLAN e NORTON, 2004, p.49).

A presente pesquisa se propõe a analisar os Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade de 2006 e os sites das 39 empresas integrantes do programa “Em Boa Companhia” da Bovespa, neste programa estão listadas empresas que desenvolvem projetos de RSE. No site do programa são apresentadas as ações

desenvolvidas por essas empresas em nove áreas de atuação distintas: Ambiental, Capacitação Profissional, Cidadania, Comunidade, Cultural, Educação, Esporte, Saúde e outras categorias. Uma das justificativas expostas no site da Bovespa relacionadas à importância da evidenciação das ações empresariais voltadas a responsabilidade social e ambiental é a seguinte:

Ao estimular a transparência e a cidadania empresarial, o site vai ao encontro da tendência do mercado financeiro de valorizar ações socialmente responsáveis. Além disto, a divulgação de “**ativos não-financeiros**” tende a aumentar o valor de mercado de uma companhia, uma vez que a prática afeta positivamente a forma como o mercado vê a instituição e valoriza suas ações. (Site da Bovespa, Em Boa Companhia em 20/10/2007, grifo do autor).

Ao enfatizar a questão dos “**ativos não – financeiros**” em função do aumento do valor de mercado de uma companhia e de sua relação com a evidenciação das práticas de caráter responsável, a partir da noção do Capital Intelectual, apresenta-se oportuno responder a seguinte questão: **Como é feita a evidenciação do Capital Intelectual de natureza social e ambiental em empresas que realizam projetos de Responsabilidade Social Empresarial, e quais os elementos intangíveis mais representados nos Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade, e nos sites das companhias pesquisadas?**

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos do presente estudo apresentam-se, nesta seção, divididos em objetivo geral da pesquisa, e objetivos específicos. O primeiro tece a finalidade central que o estudo visa atingir, enquanto o segundo identifica os procedimentos específicos adotados para alcançar o objetivo geral.

1.2.1 Objetivo Geral

Para responder à pergunta de pesquisa proposta neste trabalho, o objetivo geral da investigação pode ser definido da seguinte forma: Analisar a evidenciação voluntária dos elementos de responsabilidade social e sustentabilidade ambiental de

origem intangível, evidenciados nos sites e Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade de 2006 das 39 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para que o objetivo geral da pesquisa seja atingido, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- Extrair dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade, de 2006, e dos sites das empresas, que compõem a amostra, a evidenciação das informações relativas aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, por meio da técnica da análise de conteúdo;
- Identificar os elementos mais representativos da amostra, e como esses são evidenciados pelas empresas;
- Investigar a natureza da evidenciação do CI de natureza social e ambiental; e,
- Cotejar os resultados de divulgação dos elementos de natureza social com os de natureza ambiental.

1.3 JUSTIFICATIVAS

A observação das questões pertinentes a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) cada vez mais se faz presente na gestão estratégica das entidades. As empresas ao reconhecerem que suas atividades usufruem os recursos naturais (água, ar, solo, reservas minerais, reservas florestais, etc.), e recursos sociais (mão-de-obra, tecnologia, conhecimento, capital, etc.), devem gerenciar suas ações de tal forma a minimizar/evitar os possíveis danos a esses recursos, ou até mesmo prestar alguma contrapartida a sociedade.

Em relação à utilização desses recursos Schenini (2005) ressalta o aspecto de sua escassez e o fato dos indivíduos apresentarem-se menos tolerantes a políticas empresariais nocivas a sociedade e ao meio ambiente.

A empresa utiliza recursos disponibilizados pela natureza e sociedade, através de suas atividades produtivas, e retorna produtos e serviços para a mesma. Mas estes processos produtivos, além de riquezas, geram custos sociais e ambientais. (SCHENINI, 2005, p.36).

A partir da noção desses custos sociais e ambientais decorrentes das atividades empresariais, a sociedade em geral age por meio de pressões externas que atuam sobre as empresas, tendo como uma de suas finalidades induzirem as entidades a se adequarem aos processos de gestão responsáveis, voltados para as questões sociais, éticas e ambientais (ASHLEY, 2005; SOARES, 2002). Para Soares (2002) o juízo público da empresa é definido por meio destas pressões, sendo que muitas vezes a imagem da empresa pode se sobrepor à marca.

Sobre esta boa imagem almejada pelas empresas Ashley (2005, p. 147), faz a seguinte ponderação:

Como é de esperar, em geral a boa imagem empresarial a ser conquistada deve atingir públicos diferenciados de formas específicas. Daí ser cada vez mais comum a vinculação entre o que se entende como uma abordagem avançada da ação social e termos como investimento social, diferencial competitivo e oportunidade de negócios.

Analisar a evidenciação de elementos considerados estratégicos - portanto diretamente vinculados aos processos gerenciais das entidades, por exemplo, o Capital Intelectual – configura-se como um passo importante para o reconhecimento dos ganhos oriundos das ações voltadas a RSE, pois permitem identificar quais os mecanismos utilizados pelas empresas para vincular estas informações e de que forma estas se apresentam aos diversos grupos interessados (*Stakeholders*).

Portanto, um aspecto relevante no presente estudo é que o mesmo pretende identificar a postura das empresas integrantes do programa “Em Boa Companhia” em relação à divulgação de seu Capital Intelectual de natureza sócio-ambiental, e como este é evidenciado para os usuários externos da entidade. Justifica-se, assim, este estudo uma vez que as empresas pesquisadas, segundo dados da Bovespa, seriam referências na execução de programas de Responsabilidade Social e Sustentabilidade Ambiental. Sendo assim, uma maior evidenciação a respeito desses programas deveria ser uma prática comum.

1.4 METODOLOGIA

Nesta seção, apresenta-se o enquadramento metodológico da pesquisa, a técnica utilizada para verificação da evidência voluntária dos elementos de natureza social e ambiental nos Relatórios e sites: técnica de "análise de conteúdo"; a população e amostra; a fonte de coleta de dados; e, os procedimentos para registro e análise dos dados da pesquisa.

1.4.1 Enquadramento Metodológico

O presente trabalho, quanto aos seus objetivos classifica-se como descritivo, pois se propõe a ressaltar a observação dos componentes do fenômeno estudado, onde o autor não manipula os dados, mas os descreve, registra, analisa e os correlaciona (CERVO e BERVIAN, 1983). Ou seja, a presente pesquisa irá buscar nos Relatórios Anuais/Sustentabilidade e nos sites das empresas os elementos de CI relacionados à natureza social e ambiental e irá analisar a representatividade de sua evidência.

A presente pesquisa faz uso de uma abordagem qualitativa, pois a análise realizada procura identificar os elementos de CI de natureza social e ambiental. Segundo Richardson (1999), por meio das técnicas qualitativas, é possível interpretar os resultados e ampliar o conhecimento; o que será feito nesta pesquisa ao identificar qual elemento e qual categoria é mais evidenciado; observe-se, assim, que os objetivos específicos formulados nesta pesquisa são analisados sob a perspectiva qualitativa.

As fontes utilizadas no estudo são de origem secundária (RICHARDSON, 1999), uma vez que os dados são extraídos dos sites das empresas pesquisadas e dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade.

O procedimento técnico utilizado será a Pesquisa Documental, já que a análise dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade e dos sites das empresas apresentam-se como fontes para a posterior identificação dos elementos de Capital Intelectual de natureza Social e Ambiental evidenciados pelas empresas integrantes da amostra.

A pesquisa documental corresponde a toda informação de forma oral, escrita ou visualizada. Ela consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda espécie de informações, compreendendo também as técnicas e os métodos que facilitam a sua busca e a sua identificação. (FACHIN, 2005, p.136).

Para realizar a coleta e interpretação dos dados nos relatórios e nos sites pesquisados faz-se necessária à utilização da técnica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), apresentada, sucintamente, a seguir.

1.4.2 Análise de Conteúdo

Para Bardin (2004, p.33), “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Bardin (2004, p. 34) afirma que “a intenção da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativo ou não)”. No caso do presente estudo, esta inferência apresenta-se por meio da identificação de elementos que representaram por meio de freqüências de evidenciação a sua representatividade para pesquisa.

Puglisi e Franco (2005) afirmam que para se proceder a análise de conteúdo, necessariamente, deve-se identificar a unidade de registro que se irá investigar. Essa identificação “é indispensável para a necessária análise e interpretação dos textos a serem decodificados (...) e, principalmente, para que se possa estabelecer a necessária diferenciação resultante dos conceitos de significado e sentido” (ibid., p. 43). Nesta monografia a unidade de registro selecionada foi à sentença. Sendo assim, as sentenças/frases dos relatórios e sites foram lidas e quando a mensagem estivesse vinculada a um dos elementos integrantes das Tabelas 1 e 2, esta mensagem seria considerada na pesquisa.

A subseção, a seguir, apresenta a população e a amostra desta monografia.

1.4.3 População e Amostra

A população da pesquisa abrange as empresas listadas na Bovespa, e a amostra que será utilizada no trabalho compõe-se pelas 39 empresas integrantes do programa “Em Boa Companhia” também da Bovespa. O Quadro 1 identifica as empresas integrantes da amostra, assim como o estado e o município da sede de cada entidade.

	Empresas	UF	Município
1	ALL - América Latina Logística	PR	Curitiba
2	Aracruz Celulose	ES	Aracruz
3	Banco Bradesco	SP	Osasco
4	Banco do Brasil	DF	Brasília
5	Braskem	BA	Camaçari
6	Cataguazes - Leopoldina	MG	Cataguazes
7	CCR - Companhia de Concessões Rodoviárias	SP	São Paulo
8	Celesc	SC	Florianópolis
9	Celulose Irani	RS	Porto Alegre
10	Cemig	MG	Belo Horizonte
11	Coelce	CE	Fortaleza
12	Companhia Vale do Rio Doce	RJ	Rio de Janeiro
13	Copel	PR	Curitiba
14	CPFL Energia	SP	São Paulo
15	CSU Cardsystem	SP	Barueri
16	Cyrela Brazil Realty	SP	São Paulo
17	Diagnósticos da América	SP	Barueri
18	Dixie Toga	SP	São Paulo
19	Duke Energy	SP	São Paulo
20	Duratex	SP	São Paulo
21	Energias do Brasil	SP	São Paulo
22	Gerdau	RS	Porto Alegre
23	Grupo Pão de Açúcar	SP	São Paulo
24	Invepar	RJ	Rio de Janeiro
25	Itaú	SP	São Paulo
26	MAHLE Metal Leve	SP	Mogi Guaçu
27	Natura Cosméticos	SP	Itapeverica da. Serra
28	OHL Brasil	SP	São Paulo
29	Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais	SP	São Paulo
30	Sabesp	SP	São Paulo
31	Sanepar	PR	Curitiba
32	Souza Cruz	RJ	Rio de Janeiro
33	Suzano Papel e Celulose	BA	Salvador
34	Suzano Petroquímica	SP	São Paulo
35	TAM Linhas Aéreas	SP	São Paulo
36	Ultrapar Participações	SP	São Paulo
37	Unibanco	SP	São Paulo
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	SP	São Paulo
39	WEG	SC	Jaraguá do Sul

Quadro 1: Amostra da Pesquisa

Fonte: Dados da Pesquisa

A maior parcela das empresas da amostra encontra-se sediada na região Sudeste do país, um total de 28 empresas, sendo que destas em sua maioria (22 empresas) localizam-se no estado de São Paulo. A região Norte é a única que não possui representantes na amostra, e a região Centro-Oeste possui 1 empresa analisada. A região Sul é representada por 7 empresas, portanto, caracteriza-se como a segunda região com maior contribuição para a amostra, e por fim a região Nordeste apresenta 3 empresas analisadas. Conforme mostra a Figura 1:

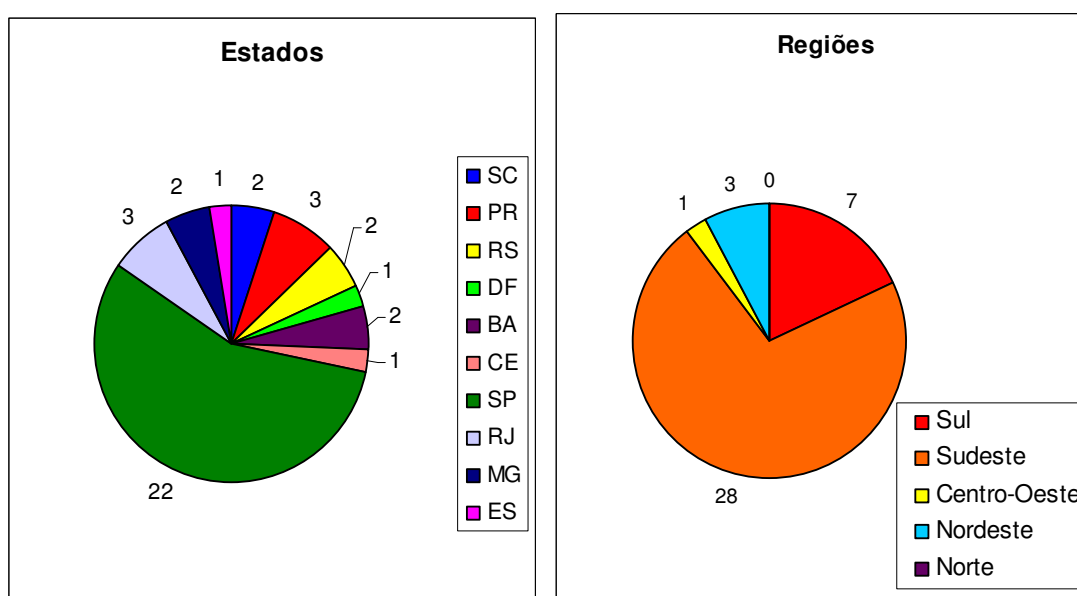


Figura 1: Estados e Regiões das sedes das Empresas pesquisadas

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à Natureza do Controle Acionário das empresas, a classificação apresentada foi extraída do site da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), esta classificação estabelece seis categorias de controle acionário: (i) Privada Nacional; (ii) Estrangeira; (iii) Estatal Holding; (iv) Estatal; (v) Nacional Holding¹; (vi) Estrangeira Holding.

Das 39 empresas integrantes da amostra, a maior parte, 26 das empresas analisadas constitui-se como Privada Nacional, 4 empresas possuem controle acionário Estrangeiro, 3 empresas apresentam-se classificadas como Nacional Holding, 5 empresas da amostra são de controle acionário Estatal, e 1 empresa

¹ Segundo Schimdt e Santos (2002), holding seria a sociedade não operacional que possui como objetivo central a participação permanente em outras sociedades, em vez de exercer de forma direta a atividade em questão.

identifica – se como Estatal Holding. Somente então a composição acionária Estrangeira Holding não possui representantes na presente pesquisa

A Figura 2 demonstra o número de empresas que se enquadra em cada uma das categorias de controle acionário propostos pela CVM:

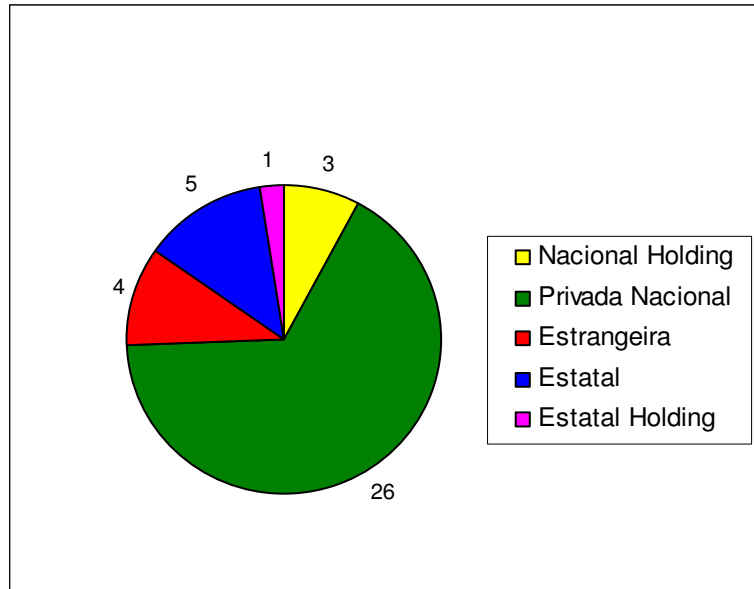


Figura 2: Natureza do Controle Acionário

Fonte: Dados da Pesquisa

O Quadro 2 demonstra a atividade central de atuação das empresas que compõe a amostra, assim como o enquadramento da natureza do controle acionário da cada empresa:

	Empresas	Atividade Principal	Natureza do Controle Acionário
1	ALL	Transporte Ferroviário.	Nacional Holding
2	Aracruz Celulose	Produção de Celulose de Fibra Branqueada de Eucalipto.	Privada Nacional
3	Banco Bradesco	Operações Bancárias, inclusive câmbio.	Privada Nacional
4	Banco do Brasil	Todos os serviços autorizados para banco comercial.	Estatal
5	Braskem	Indústria Petroquímica.	Privada Nacional
6	Cataguazes-Leopoldina	Distribuição de Energia Elétrica.	Privada Nacional
7	CCR	Participação em Sociedades, Concessões de rodovias.	Privada Nacional
8	Celesc	Holding no Setor de Energia Elétrica.	Estatal
9	Celulose Irani	Fabricação de Papel e Celulose e seus Derivados.	Privada Nacional
10	Cemig	Energia Elétrica, Industrial, Comercial e outras.	Estatal
11	Coelce	Venda de Energia Elétrica.	Privada Nacional
12	Companhia Vale do Rio Doce	Extração, beneficiamento e comércio de minério de ferro.	Privada Nacional
13	Copel	Geração, Transmissão, Comercialização e Distribuição de Energia Elétrica.	Estatal Holding
14	CPFL Energia	Energia Elétrica, Gestão de Participações Societárias (Holding)	Privada Nacional
15	CSU Cardsystem	Processamento de cartões de crédito.	Privada Nacional
16	Cyrela Brazil Realty	Incorporação Imobiliária.	Privada Nacional
17	Diagnósticos da América	Análises Clínicas e Medicina Diagnóstica.	Privada Nacional
18	Dixie Toga	Produção de Embalagens Rígidas e Flexíveis.	Estrangeira
19	Duke Energy	Produção e Comercialização de Energia Elétrica.	Privada Nacional
20	Duratex	Fabricação Comercialização e Exploração de Produtos Derivados da Madeira.	Privada Nacional
21	Energias do Brasil	Holding setor energia elétrica.	Estrangeira
22	Gerdau	Empresa Metalúrgica e Siderúrgica.	Privada Nacional
23	Grupo Pão de Açúcar	Comércio Varejista.	Privada Nacional
24	Invepar	Participação em Sociedades, Concessões de rodovias.	Privada Nacional
25	Itaú	Operações Bancárias e Gestão de Participações Societárias (holding).	Privada Nacional
26	MAHLE Metal Leve	Indústria e comércio de peças e componentes para motores a combustão.	Privada Nacional
27	Natura Cosméticos	Comércio Atacadista de Comércio e Produtos de Perfumaria.	Privada Nacional
28	OHL Brasil	Gerenciamento de Concessões Públicas rodoviárias.	Estrangeira

29	Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais	Seguradoras e Corretoras - Gestão de Participações Societárias (holding).	Privada Nacional
30	Sabesp	Planejar executar e operar serviços de saneamento básico.	Estatal
31	Sanepar	Captação, Tratamento e Distribuição de Água e Coleta e Tratamento de Esgoto.	Estatal
32	Souza Cruz	Fabricação de cigarros e Exportação de fumo.	Estrangeira
33	Suzano Papel e Celulose	Fabricação e Comercialização de Celulose e outros produtos de essências Florestais.	Privada Nacional
34	Suzano Petroquímica	Produção e comércio de produtos petroquímicos.	Privada Nacional
35	TAM Linhas Aéreas	Transporte aéreo de Passageiros e Cargas.	Privada Nacional
36	Ultrapar Participações	Petróleo e Gás - Industrial, Comercial e outras.	Nacional Holding
37	Unibanco	Bancária - Banco Múltiplo.	Privada Nacional
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	Fabricação de papel e celulose.	Privada Nacional
39	WEG	Fabricação de Máquinas, Equipamentos, e Peças - Gestão de Participações Societárias (holding).	Nacional Holding

Quadro 2: Áreas de atuação das empresas que integram a amostra

Fonte: Dados da Pesquisa

A seguir, apresenta a fonte de coleta dos dados da pesquisa.

1.4.4 Fonte de Coleta dos Dados

A coleta dos dados dos elementos de CI de natureza social e ambiental apresenta – se basicamente dividida em duas etapas distintas: (i) Coleta dos dados nos Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade; e (ii) Coleta dos dados nos sites das empresas.

Na primeira etapa os dados foram coletados nos Relatórios Anuais, identificaram-se casos que a empresa possuía apenas Relatório de Sustentabilidade, e nas situações que a empresa apresentou os dois formatos de relatório ambos foram analisados. Este estudo se reportará aos dois formatos de relatórios por meio da classificação Relatório Anual (RA).

O Quadro 3 expõe o tipo de relatório que foi analisado em cada uma das 39 empresas integrantes da amostra.

	Empresas da Amostra	Relatório de Sustentabilidade	Relatório Anual	Relatório da Administração
1	ALL - América Latina Logística		x	
2	Aracruz Celulose	x		
3	Banco Bradesco		x	
4	Banco do Brasil		x	
5	Braskem	x	x	
6	Cataguazes-Leopoldina		x	
7	CCR - Companhia de Concessões Rodoviárias	x	x	
8	Celesc		x	
9	Celulose Irani	x		
10	Cemig	x	x	
11	Coelce	x	x	
12	Companhia Vale do Rio Doce	x		
13	Copel		x	
14	CPFL Energia		x	
15	CSU Cardsystem		x	
16	Cyrela Brazil Realty		x	
17	Diagnósticos da América		x	
18	Dixie Toga			x
19	Duke Energy		x	
20	Duratex		x	
21	Energias do Brasil		x	
22	Gerdau		x	
23	Grupo Pão de Açúcar		x	
24	Invepar		x	
25	Itaú		x	
26	MAHLE Metal Leve			x
27	Natura Cosméticos		x	
28	OHL Brasil		x	
29	Porto Seguro		x	
30	Sabesp			x
31	Sanepar		x	
32	Souza Cruz		x	
33	Suzano Papel e Celulose	x		
34	Suzano Petroquímica	x		
35	TAM Linhas Aéreas		x	
36	Ultrapar Participações		x	
37	Unibanco		x	
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	x		
39	WEG			x

Quadro 3: Modelo de Relatório analisado por empresa

Fonte: Dados da pesquisa

Na segunda etapa da coleta os elementos foram extraídos nos sites das empresas, a observação dos sites estende – se inclusive aos sites dos institutos ou fundações que pertençam a alguma empresa que componha o estudo.

Os sites pesquisados e as datas dos acessos apresentam-se no Quadro 4:

	Empresas da Amostra	Sites	Data
1	ALL - América Latina Logística	www.all-logistica.com	27/11/07
2	Aracruz Celulose	www.aracruz.com.br	29/11/07
3	Banco Bradesco	www.bradesco.com.br	23/01/08
4	Banco do Brasil	www.bb.com.br	25/01/08
5	Braskem	www.braskem.com.br	19/01/08
6	Cataguazes-Leopoldina	www.cataguazes.com.br	20/01/08
7	CCR - Companhia de Concessões Rodoviárias	www.ccrnet.com.br	25/01/08
8	Celesc	www.celesc.com.br	26/01/08
9	Celulose Irani	www.irani.com.br	26/01/08
10	Cemig	www.cemig.com.br	27/01/08
11	Coelce	www.coelce.com.br	02/02/08
12	Companhia Vale do Rio Doce	www.cvrld.com.br	28/01/08
13	Copel	www.copel.com	28/01/08
14	CPFL Energia	www.cpfl.com.br	29/01/08
15	CSU Cardsystem	www.csu.com.br	01/02/08
16	Cyrela Brazil Realty	www.cyrela.com.br	01/02/08
17	Diagnósticos da América	www.diagnosticosdaamerica.com.br	05/02/08
18	Dixie Toga	www.dixietoga.com.br	02/02/08
19	Duke Energy	www.duke-energy.com.br	03/02/08
20	Duratex	www.duratex.com.br	03/02/08
21	Energias do Brasil	www.energiasdobrasil.com.br	04/02/08
22	Gerdau	www.gerdau.com.br	04/02/08
23	Grupo Pão de Açúcar	www.gpari.com.br	09/02/08
24	Invepar	www.invepar.com.br	07/02/08
25	Itaú	www.itaui.com.br	09/02/08
26	MAHLE Metal Leve	www.mahle.com.br	09/02/08
27	Natura Cosméticos	www.natura.net	09/02/08
28	OHL Brasil	www.ohlbrasil.com.br	12/02/08
29	Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais	www.portoseguro.com.br	10/02/08
30	Sabesp	www.sabesp.com.br	10/02/08
31	Sanepar	www.sanepar.com.br	10/02/08
32	Souza Cruz	www.souzacruz.com.br	10/02/08
33	Suzano Papel e Celulose	www.suzano.com.br	11/02/08
34	Suzano Petroquímica	www.suzanopetroquimica.com.br	13/02/08
35	TAM Linhas Aéreas	www.tam.com.br	12/02/08
36	Ultrapar Participações	www.ultra.com.br	13/02/08
37	Unibanco	www.unibanco.com.br	14/02/08
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	www.vcp.com.br	14/02/08
39	WEG	www.weg.net	15/02/08

Quadro 4: Sites das Empresas e datas de acessos

Fonte: Dados da Pesquisa

A subseção, a seguir, apresenta os procedimentos para registro e análise dos dados.

1.4.5 Procedimentos para registro e análise dos dados

Para o alcance do objetivo específico - extrair dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade, de 2006, e dos sites das empresas, que compõem a amostra, a evidenciação das informações relativas aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, por meio da técnica da análise de conteúdo - proposta, esta pesquisa foi desenvolvida com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006). Os autores utilizaram um sistema de quatro códigos numéricos: 0 = Item não apareceu no relatório anual; 1 = Item apareceu no relatório anual em forma narrativa; 2 = Item recebeu um valor numérico no relatório anual; 3 = Item recebeu um valor monetário no relatório anual. Entretanto, a presente monografia apresenta, apenas, do código 0 para apontar a inexistência da evidenciação do elemento e 1 para apontar a existência de evidenciação do elemento.

Para o registro e posterior tabulação dos dados foi utilizada a classificação de Sveiby (1998 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006) no que diz respeito às categorias: competência dos funcionários, estrutura interna e estrutura externa.

No que tange a classificação dos elementos, como a proposta de Sveiby (1998) não contempla a perspectiva do CI pelo ponto de vista da Responsabilidade Social e Ambiental, o autor, do presente estudo, construiu 2 tabelas de elementos, a partir da literatura relacionada à RSE. A primeira tabela contempla a perspectiva de Capital Intelectual de origem Social; e, a segunda tabela contempla a perspectiva de Capital Intelectual de origem Ambiental, conforme Tabela 1 e 2 abaixo.

Tabela 1: Matriz de elemento de CI de origem social

	Elementos de Capital Intelectual Social	Empresa 1		Empresa 2		Empresa ...		Empresa 39	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário								
1	Educação ou aprendizado social								
2	Conhecimento de práticas responsáveis								
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social								
4	Conscientização Social (Voluntariado)								
5	Atividades Esportivas								
6	Atividades Culturais								
7	Atividades Artísticas								
8	Atividades de Lazer								
9	Qualificação vocacional								
	Estrutura Interna								
10	Cultura Organizacional Responsável								
11	Código de Ética ou de Conduta								
12	Integração dos colaboradores								
13	Segurança e saúde no trabalho								
14	Práticas trabalhistas								
	Estrutura Externa								
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social								
16	Conscientização social dos Clientes								
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais								
18	Integração e parcerias com a Comunidade								
19	Participação em Comunidades Carentes								
20	Atividades com povos indígenas								
21	Projetos e ações de inclusão social								
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial								
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas								
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais								
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas								
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais								
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer								
	Total								

Fonte: Elaborada pelo autor

Conforme Tabela 1 verifica-se que 27 elementos de natureza social serão investigados nos relatórios e sites das empresas. A Tabela 2 apresenta os elementos de CI de origem ambiental considerados para o presente estudo.

Tabela 2: Matriz de elemento de CI de origem Ambiental

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Empresa 1		Empresa 2		Empresa ...		Empresa 39	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário								
1	Educação ou aprendizado ambiental								
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental								
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental								
4	Conscientização Ambiental								
	Estrutura Interna								
5	Processos de Gestão Sustentáveis								
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)								
	Estrutura Externa								
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental								
8	Conscientização ambiental dos Clientes								
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais								
10	Integração e parcerias com a Comunidade								
11	Postura sustentável								
	Total								

Fonte: Elaborada pelo autor

A análise de conteúdo procederá da seguinte forma: Quando algum dos elementos for detectado nos Relatórios Anuais/Sustentabilidade, passa a ser sinalizado na matriz correspondente com o número 1; este procedimento é adotado para todas as 39 empresas que compõem a amostra para a posterior identificação dos elementos mais evidenciados nas empresas pesquisadas. O mesmo procedimento é adotado para a identificação dos elementos nos sites das empresas.

Para o alcance do objetivo específico - identificar os elementos mais representativos da amostra, e como esses são evidenciados pelas empresas - após o processo de atribuição dos valores (0:1), faz-se um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação de cada empresa, com vistas a identificar quais

elementos a organização evidenciou, tanto na tabela dos elementos sociais como na tabela dos elementos ambientais. Ainda será realizado um somatório no eixo horizontal para verificação do número total de ocorrência de cada elemento, o que informa quantas organizações evidenciou o elemento em análise. Na seqüência calcula-se a freqüência, em termos percentuais, com que cada elemento foi divulgado. Após esse cálculo, fez-se o somatório dos percentuais de cada grupo, dividindo esse valor pelo total dos percentuais dos três grupos, a fim de identificar a categoria mais representativa de CI (capital externo, interno ou competência dos funcionários), tanto em termos sociais quanto ambientais.

Para o alcance do objetivo específico - Investigar a natureza da evidenciação do CI de natureza social e ambiental – analisa-se se a natureza da evidenciação do CI remete a um tom narrativo, por meio de produção textual ou se a evidenciação é de forma quantitativa.

Finalmente, para o alcance do quarto e último objetivo específico - Cotejar os resultados de divulgação dos elementos de natureza social com os de natureza ambiental – analisa-se o comportamento dos elementos de natureza social versus os de natureza ambiental nos Relatórios Anuais, e sites, em termos de freqüência total e por empresa.

1.5 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA

Analisa-se, por meio da técnica da análise de conteúdo, a evidenciação nos Relatórios e sites, no ano de 2006, das 39 empresas integrantes do programa “Em Boa Companhia” Bovespa. Sendo assim, os resultados obtidos não podem ultrapassar outros anos e a conclusão é limitada ao exercício analisado.

Outra limitação a ser observada é o fato de a análise da evidenciação nas empresas ser exposta de acordo com a quantidade de sentenças apresentadas nos Relatórios Anuais das mesmas no período analisado. A análise foi pré-estabelecida considerando a quantidade de sentenças (frases) divulgadas sobre o assunto em estudo, não examinando a qualidade das informações evidenciadas nestas sentenças.

1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho apresenta-se dividido em quatro seções, organizadas da seguinte forma:

A Seção 1 apresenta a parte introdutória do estudo, com as considerações iniciais, o tema e problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa, assim como as justificativas, e o enquadramento metodológico adotado durante o estudo, além das delimitações da pesquisa.

A Seção 2 constitui a Fundamentação Teórica e divide-se em duas partes, que apresentam respectivamente: (i) Capital Intelectual e, (ii) Responsabilidade Social Empresarial.

A seção 3 abrange os desdobramentos da Pesquisa Documental, assim como a Análise de Conteúdo dos Sites, e Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade de 2006 das empresas pesquisadas, além das demais análises necessárias para identificar os elementos de Capital Intelectual de origem social e ambiental evidenciados pelas empresas observadas.

A seção 4 contempla as Considerações Finais, com as conclusões alcançadas pelo estudo, assim como as reflexões e faz sugestões para futuras pesquisas, a partir das limitações do estudo atual, além dos apêndices da pesquisa, bem como as referências utilizadas durante o estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta o embasamento teórico utilizado no presente trabalho, dividido em duas partes: (i) a primeira parte fará uma breve conceituação a respeito de Capital Intelectual (CI); (ii) a segunda parte contemplará a perspectivas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) adotada neste estudo.

2.1 CAPITAL INTELECTUAL (CI)

A Contabilidade durante maior parte de sua trajetória ao longo da história dedicou-se quase que exclusivamente à observação dos componentes patrimoniais tangíveis, estes por sua vez dividem-se em capital físico e capital financeiro. No que diz respeito à evidenciação do real valor das entidades, esta perspectiva demonstra-se ultrapassada, pois deixa de observar componentes que atualmente agregam mais valor as empresas, como por exemplo, identificam – se o conhecimento e as informações.

Sempre existiram lacunas ocasionais e temporárias entre a percepção do mercado e a realidade contábil. Mas, atualmente, esta lacuna está se tornando um abismo. E isso, por sua vez sugere que não estamos examinando uma aberração temporária, mas uma falha sistêmica na maneira como medimos o valor. Trata – se de uma discrepância fundamental entre a história contada nos balanços patrimoniais das corporações e o desempenho real que ocorre diariamente nas próprias organizações. (EDVINSSON e MALONE, 1998, p.2).

Ao descrever a economia no passado em comparação ao contexto atual, Stewart (1998), lembra o crescimento e os avanços decorrentes da Era Industrial, onde as principais formas de riquezas possuíam a forma ou a procedência física, e as organizações direcionavam seus negócios para atrair capital financeiro, porem atualmente na Era da Informação, as principais riquezas são produtos do conhecimento.

Este é um fator definitivo sobre as organizações da Era da Informação: O conhecimento e a informação assumem sua própria realidade que pode ser dissociada do movimento físico dos bens e serviços. Essa divergência gera pelo menos duas implicações. Primeiro, o conhecimento e os ativos que o

criam e distribuem podem ser administrados, da mesma forma que os ativos físicos e financeiros. Na verdade os ativos intelectuais e físicos/financeiros podem ser gerenciados um com relação ao outro. Segundo, se o conhecimento é a maior fonte de riqueza, os indivíduos, as empresa e os países devem investir nos ativos que produzem e processam conhecimento.(STEWART, 1998, p.28)

Uma maior preocupação em relação ao investimento e ao gerenciamento do CI pode representar um indício relevante em defesa da concepção teórica que reconhece o CI como sendo o tipo de capital mais importante dentro de uma organização (EDVINSSON e MALONE, 1998), no entanto isto não justificaria um retrocesso na observação dos componentes tangíveis, e sim em uma abordagem que levasse em consideração as duas perspectivas. Diante disto Stewart (1998, p.15) ressalta que “a nova economia transformará a antiga e reduzirá sua importância relativa, mas não a matará”.

Na economia do conhecimento, a função do capital físico e financeiro será o de libertar o potencial humano e elevar a produtividade dos trabalhadores e não a de se tornar o elemento primordial da produção. Na era industrial, o trabalho foi organizado em torno do capital físico. O trabalho, em relação à mudança e à natureza das tarefas, era especialmente projetado para maximizar a produção da usina de aço; o capital físico era básico e o trabalho humano era secundário. (CRAWFORD, 1994, p.119)

O CI apresenta – se como fruto da Era da Informação, pois o conhecimento em seu aspecto inovador, capaz de agregar valor representa esta categoria de capital, que não apresenta forma material, identificando - se intangível. Apesar desta característica de ser invisível, o CI pode ser encarado como uma verdadeira revolução, como sugere Stewart (1998), pois através de sua formação as empresas poderão alcançar vantagens competitivas, além de elevar significativamente seu valor. Para Sveiby (1998, p.21) “a diferença entre o valor de mercado de uma empresa de capital aberto e o seu valor contábil líquido oficial é o valor de seus ativos intangíveis”.

2.1.1 Componentes do Capital Intelectual

Em relação às formas básicas de capital que compõe o CI, as propostas de Sveiby (1998), Stewart (1998) e Edvinsson e Malone (1998), apresentam – se

fundamentalmente semelhantes, sendo que as maiores distinções seriam as classificações adotadas pelos autores.

Para Sveiby (1998) o CI divide-se em três componentes: (i) Competência do Funcionário; (ii) Estrutura Interna; e (iii) Estrutura Externa. Esta classificação proposta por Sveiby (1998) será a adotada neste trabalho.

A classificação de Edvinsson e Malone (1998) fragmenta o Capital Intelectual nas seguintes categorias: (i) Capital Humano; e (ii) Capital Estrutural, sendo que o último se ramifica em Capital Organizacional e Capital de Clientes.

No ponto de vista de Stewart (1998) a classificação dos componentes de CI apresenta-se dividida em: (i) Capital Humano; (ii) Capital Estrutural; e (iii) Capital de Clientes.

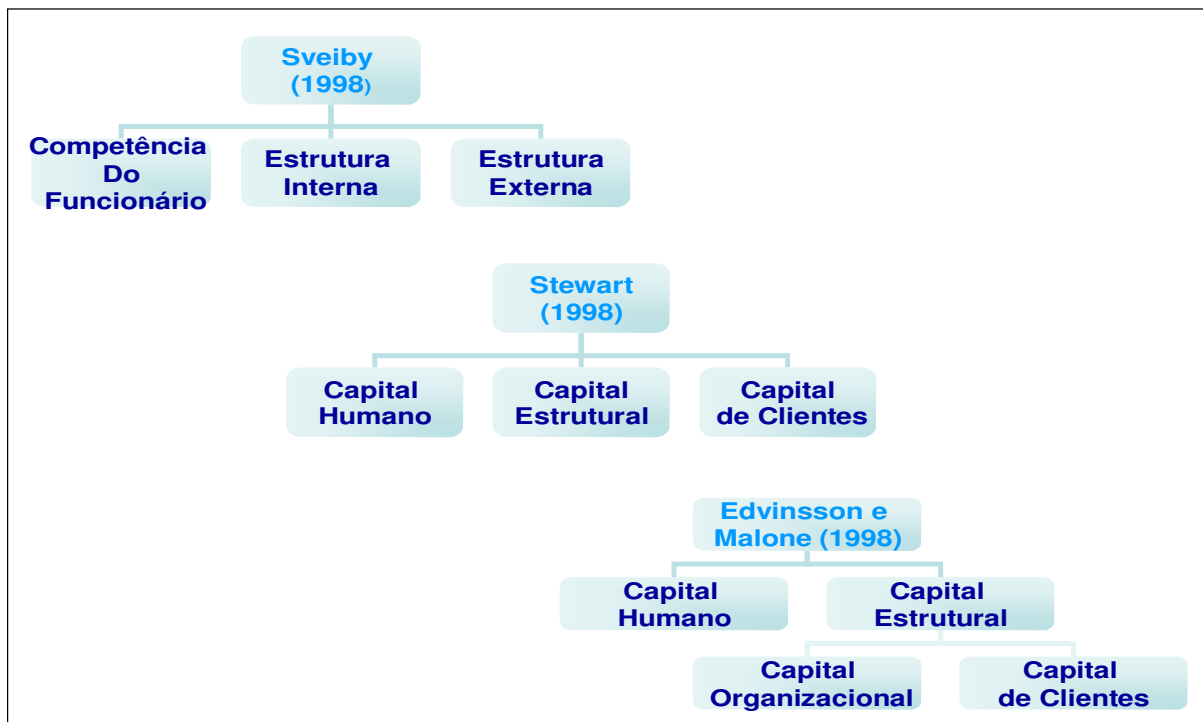


Figura 3: Propostas para Categorias de CI

Fonte: Sveiby (1998), Stewart (1998), Edvinsson e Malone (1998)

2.1.1.1 Competência dos Funcionários ou Capital Humano

Segundo Sveiby (1998) esta primeira forma de CI compreende basicamente a competência, o conhecimento e a capacidade de ação e criação dos funcionários e gestores. O autor ainda ressalta que embora este capital não seja de propriedade da

empresa, os funcionários que possuem estas competências as disponibilizam voluntariamente a organização.

Para Edvinsson e Malone (1998, p.31) o Capital Humano abrange:

Toda capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual dos empregados e gerentes estão incluídos no termo capital humano. Mas ele precisa ser maior do que simplesmente a soma dessas medidas, devendo, de preferência, captar igualmente a dinâmica de uma organização inteligente em um ambiente competitivo em mudança.

O Capital Humano para Stewart (1998) seria entre todas as formas de capital o mais importante, uma vez que demonstra – se fruto das idéias, sendo que ter idéias constitui uma das características humanas mais básicas, presentes em qualquer indivíduo independente de treinamento ou educação. Portanto o desafio das entidades voltadas para o conhecimento apresenta – se no desenvolvimento e na organização de idéias construtivas.

[...] o desafio da gerência é orquestrar a transformação de material intelectual bruto gerado por indivíduos em capital intelectual – conhecimento embalado em formas passíveis de serem investidas diretamente, no mesmo espírito em que são os ativos tangíveis da empresa. (KLEIN, 1998, p.3).

Alem de ser constituído através das idéias a Competência do Funcionário caracteriza-se pela formação de conhecimento e pela disseminação de informações no meio organizacional. Segundo Sveiby (1998), basicamente o conhecimento pode ser descrito como sendo a capacidade de agir do indivíduo, já a informação apresenta - se como a utilização da escrita ou da linguagem para articular ou transmitir algum conhecimento para as outras pessoas.

[...] o conhecimento e a informação crescem quando são compartilhados; uma idéia ou habilidade compartilhada com alguém não se perde, dobra. Uma economia baseada no conhecimento e na informação possui recursos ilimitados. (SVEIBY, 1998, p.27).

Para Sveiby (1998) a palavra conhecimento gera diversas conotações, sendo que normalmente seu uso não se demonstra prático, mesmo quando o conhecimento apresenta-se dinâmico, geralmente representado pelo verbo “saber”, portanto a melhor palavra para se reportar ao assunto segundo o autor seria competência.

Sveiby (1998, p.42) identifica a competência de um indivíduo dividida em cinco elementos interligados:

- Conhecimento Explícito. O conhecimento explícito envolve conhecimento dos fatos e é adquirido principalmente pela informação, quase sempre pela educação formal.
- Habilidade. Esta arte de “saber fazer” envolve uma proficiência prática – física e mental e é adquirida, sobretudo por treinamento e prática.
- Experiência. A experiência é adquirida principalmente pela reflexão sobre erros e sucessos passados.
- Julgamentos de valor. Os julgamentos de valor são percepções do que o indivíduo acredita estar certo. Eles agem como filtros conscientes e inconscientes para o processo de saber de cada indivíduo.
- Rede social. A rede social é formada pelas relações do indivíduo com outros seres humanos dentro de um ambiente uma cultura transmitidas pela tradição.

Diante deste ponto de vista, justifica-se a classificação Competência do Funcionário, pois esta reportar-se a prática destes cinco elementos, sendo que para estes elementos se enquadrarem efetivamente como CI, seria necessário que estes fossem desenvolvidos pelas organizações, e transmitido pelos indivíduos dentro de um ambiente onde a inteligência identifica-se como um ativo.

A inteligência torna – se um ativo quando se cria uma ordem útil a parti da capacidade intelectual geral – ou seja, quando assume uma forma coerente (uma mala direta, um banco de dados, uma agenda para uma reunião, a descrição de um processo); quando capturada de uma forma que permite que seja descrita, compartilhada e explorada; e quando pode ser aplicada a algo que não poderia ser realizado se continuasse fragmentado como moedas em um bueiro. O capital intelectual é o conhecimento útil em nova embalagem. (STEWART, 1998, p.61).

Porem para que o conhecimento possa ser desenvolvido e propagado, torna-se imprescindível à formação de canais internos capazes de impulsionar a transmissão do capital gerado a parti da Competência do Funcionário. A Estrutura Interna (SVEIBY, 1998) ou Capital Estrutural (EDVINSSON e MALONE, 1998; STEWART, 1998) apresenta-se como a segunda forma de CI e caracteriza-se justamente por desenvolver os meios para que a disseminação do conhecimento seja possível dentro da estrutura organizacional.

A distinção entre capital humano e capital estrutural é fundamental para a gerencia do conhecimento. O capital humano é importante porque é a fonte de inovação e renovação, seja em decorrência de *brainstorming* em um laboratório ou de novas dicas no caderno de anotações do representante de

vendas. Mas indivíduos inteligentes não são sinônimos de empresas inteligentes. (STEWART, 1998, p.68).

O Capital Estrutural ou Estrutura Interna tem origem no Capital Humano, além do que este proporciona maneiras para que o Capital Humano possa aumentar o valor da organização. O Capital Humano geralmente apresenta – se instável, já que não pode ser possuído pela empresa, no caso do Capital Estrutural em termos competitivos identifica – se com maior estabilidade, pois pode ser possuído ou até mesmo negociado pelas empresas (EDVINSSON e MALONE, 1998).

2.1.1.2 Estrutura Interna ou Capital Estrutural

A cultura organizacional, as patentes, os conceitos, os valores e sistemas administrativos e de computação, apresentam-se como exemplos de elementos que constituem a Estrutura Interna, independentemente destes originarem-se dentro da organização ou terem sido adquiridos em outros lugares. (SVEIBY, 1998).

Compartilhar e transmitir conhecimento – alavanca-lo exige ativos intelectuais estruturais, como sistemas de informação, laboratórios, inteligência corporativa e de mercado, conhecimento dos canais de mercado e foco gerencial, que transformam o know – how individual em propriedade de um grupo. Assim o capital humano, o capital estrutural, só existe no contexto de um ponto vista, uma estratégia, um destino, um propósito. Portanto, o capital intelectual “é a capacidade organizacional que uma organização possui de suprir as exigências de mercado”. (STEWART, 1998, p.68).

Assim como o Capital Humano pode ser identificado por ser a fonte do conhecimento de uma organização, o Capital Estrutural apresenta-se como uma espécie de molde desta arquitetura baseada no conhecimento (STEWART, 1998). No ponto de vista de Edvinsson e Malone (1998, p.32), o Capital Estrutural também caracteriza-se por ser a “capacidade organizacional, incluindo os sistemas físicos utilizados para transmitir e armazenar conhecimento intelectual”.

Portanto as duas funções básicas atribuídas à Estrutura Interna ou ao Capital Estrutural seriam: (i) a transmissão do conhecimento intelectual; e (ii) o armazenamento deste conhecimento na organização.

A transferência espontânea e não estruturada do conhecimento é vital para o sucesso de uma empresa. Embora o termo gestão do conhecimento implique a transferência formalizada, um de seus elementos essenciais é o desenvolvimento de estratégias específicas para incentivar essas trocas espontâneas. Isso é particularmente necessário em organizações cujo papel principal é criar o conhecimento. (DAVENPORT e PRUSAK, 1998, p.108).

A transmissão do conhecimento exigiria das empresas a criação de mecanismos que proporcionassem o livre fluxo deste conhecimento por toda a organização, assim como Sveiby (1998, p.33) afirma: “ao contrário dos recursos físicos, o conhecimento cresce quando é compartilhado”. Para que ocorra a disseminação do conhecimento identifica-se a necessidade de atribuir ao CI à dimensão de capital mais importante que a organização baseada no conhecimento pode possuir.

Um importante primeiro passo foi o reconhecimento que empresas baseadas no conhecimento não podiam ter sucesso se seu mais importante recurso fosse trancado a sete chaves. [...] Obter resultados investindo em conhecimento requer um sistema e uma cultura organizacionais que permitam o livre fluxo do conhecimento, o que significa descartar regras que abafem novas idéias. (STEWART, 1998, p.119).

A disseminação do conhecimento, o estímulo ao aprendizado, e o incentivo ao surgimento de idéias construtivas, constitui uma das funções deste tipo de capital, sendo que medidas nesta direção implicariam no envolvimento de toda a organização. Senge (1998, P.44), ao reportar-se a noção de aprendizado introduz a noção da disseminação da aprendizagem e de organização que aprende:

A aprendizagem em equipe é vital, pois as equipes e não os indivíduos, são a unidade de aprendizagem fundamental nas organizações modernas. Esse é o ponto crucial: se as equipes não tiverem capacidade de aprender a organização não a terá.

A transmissão do conhecimento, portanto implica em uma aceitação por parte dos indivíduos que integram a organização em posicionar-se a favor da construção de uma estrutura baseada em conhecimento, principalmente através do aprendizado compartilhado em equipes.

A realização da estratégia do conhecimento da empresa e o sucesso de suas iniciativas de capital intelectual em nível operacional devem ser possibilitados pelo fomento de uma cultura que valorize e recompense a criação e o compartilhamento de capital intelectual. (KLEIN, 1998, p. 7).

No que diz respeito à armazenagem do conhecimento, esta etapa resumi-se ao fato da organização incorporar aos seus processos gerenciais e a sua cultura organizacional, parte do conhecimento até então compartilhados pelos indivíduos que a compõe.

Porem nem todo conhecimento gerado através da Competência dos Funcionários e transmitido através da Estrutura Interna tendem a permanecer dentro da empresa, parte deste conhecimento destina – se atender os interesses de usuários externos a entidade, principalmente aos clientes.

A Estrutura Externa (SVEIBY, 1998) ou o Capital de Clientes (EDVINSSON e MALONE, 1998; STEWART, 1998), constitui a terceira forma de CI. Esta por sua vez, conforme o ponto de vista de Stewart (1998) representaria o valor do relacionamento da empresa com seus clientes, além do grau de satisfação destes em relação à organização, sendo que este relacionamento não se restringe apenas aos clientes, mas estendem-se aos demais grupos de interessados externo a organização. Assim a nomenclatura que na concepção do presente estudo melhor representaria este tipo de capital, seria Estrutura Externa, uma vez que este tipo de capital tem origem ou destina-se á mais usuários além dos clientes da organização.

2.1.1.3 Estrutura Externa ou Capital de Clientes

A Estrutura Externa, segundo Sveiby (1998), inclui as relações externas a entidade, como a marca, a reputação ou a imagem da empresa. Sendo que este componente do CI possui uma particularidade em relação à observação do valor que efetivamente agrega a entidade:

O valor desses ativos é determinado basicamente pelo grau de satisfatoriedade com que a empresa soluciona os problemas de seus clientes, de modo que, nesse caso, existe sempre um elemento de incerteza. As reputações e as relações podem mudar ao longo do tempo. (SVEIBY, 1998, p.12).

Apesar de apresentar este grau de incerteza os elementos intangíveis enquadrados como estruturas externas abrangem justamente a parcela do valor gerado pela organização que visa suprir os anseios dos grupos externos a entidade interessados em sua atuação no mercado, ou na sociedade, ou ainda no

conhecimento que esta empresa disponibiliza geralmente através de sua marca, imagem ou reputação.

Este valor originado através da satisfação dos grupos externos à entidade identifica-se com maior ênfase nas situações onde uma organização é negociada, onde a diferença entre o valor contábil e o valor pago pelo mercado geraria um fator denominado Goodwill. O Goodwill apresenta-se como uma espécie de ágio que o mercado se dispõe a pagar pela entidade levando em consideração o retorno futuro sobre o investimento inicial e o potencial de geração de capitais não evidenciados pelo valor contábil.

O conceito de *goodwill* é conhecido, nas normas brasileiras, por ágio na aquisição de investimentos, que corresponde à diferença entre o valor pago e o valor contábil, proporcional ao patrimônio líquido adquirido na compra de um investimento que será avaliado pelo método da equivalência patrimonial. Tal ágio é registrado separadamente do valor de equivalência patrimonial nas demonstrações financeiras individuais da investidora. (SCHMIDT e SANTOS, 2002, p. 56).

Edvinsson e Malone (1998) ressaltam que pelas regras contábeis o Goodwill apresenta-se como um valor a ser amortizado, reduzido, portanto o saldo registrado no Balanço Patrimonial provocaria uma contradição com a idéia de geração de valor futuro para a organização proposta pela concepção teórica do Capital Intelectual. A principio este estudo não discutirá os procedimentos adotados pela Contabilidade Financeira em relação aos Ativos Intangíveis, devendo se concentrar apenas nos fatores que contribuem para a formação deste tipo de capital.

Entre os fatores que atuam na formação da Estrutura Externa, possivelmente o intercambio de conhecimento apresenta-se como um dos mais eficientes. Para Stewart (1998, p. 70): “O conhecimento compartilhado é a forma máxima do capital de clientes”.

O intercambio de conhecimento entre os indivíduos que integram uma organização, com os seus clientes, fornecedores ou até mesmo com a comunidade, pode proporcionar redes de relacionamento e de satisfação que atuam potencializando o valor atribuído a este tipo de capital, além de proporcionar a troca de experiências entre os funcionários e gestores da organização com os grupos externos (SVEIBY, 1998).

Os clientes oferecem treinamento aos funcionários; eles podem ser utilizados como referencias; conversam uns com os outros e, com isso,

fazem a propaganda e a imagem de uma organização, além de incentivar o desenvolvimento da competência com suas exigências. A escolha da empresa do conhecimento no que diz respeito a clientes, portanto, tem um significado estratégico vital porque o tipo de clientes com os quais uma empresa do conhecimento trabalha determina tanto a qualidade quanto a quantidade de suas receitas intangíveis do conhecimento. Além disso, em última instância, o fluxo de conhecimento gerado pelos clientes acaba se transformando em uma fonte de receita visível. (SVEIBY, 1998, p.140).

Uma receita gerada através do Capital Intelectual pode apresentar parcelas de contribuição entre as três categorias que o compõe, como Stewart (1998, p.70) afirma: “O Capital Intelectual não é crido a parti de partes distintas de capital humano, estrutural e de clientes, mas do intercâmbio entre eles”. Portanto o CI apresenta-se como resultado da gestão estratégica conjunta destas três categorias.

2.1.2 Gestão Estratégica do Capital Intelectual

A geração de ganhos futuros (EDVINSSON e MALONE, 1998) apresenta-se como uma das características centrais do CI. Para que as expectativas destes ganhos sejam conduzidas de forma consciente, a gestão do CI deve alinhar-se com os demais objetivos estratégicos a organização.

A gestão estratégica do capital intelectual envolve repensar como a organização cria valor a parti de uma perspectiva centrada em conhecimento e o reprojeto e a orquestração do papel dos ativos intelectuais na estratégia e nas operações da empresa. (KLEIN, 1998, p.10).

Para Alday (2000, p. 15) o Planejamento Estratégico “contém decisões antecipadas sobre a linha de atuação a ser seguida pela organização no cumprimento de sua missão”.

Estratégia não é um processo gerencial isolado; é uma das etapas de um processo contínuo lógico que movimenta toda a organização desde a declaração de missão de alto nível até o trabalho executado pelos empregados de linha de frente e suporte. (KALAN e NORTON, 2004, p. 34).

Em relação ao entendimento do conceito de estratégia diante das práticas gerenciais, Beal (2004) aborda o assunto por duas perspectivas: a da definição dos objetivos organizacionais globais em relação a um determinado período de tempo, e a identificação dos meios mais adequados para atingir estes objetivos.

Alday (2000) ressalta ainda que o Planejamento Estratégico relaciona-se à capacidade da empresa de tomar decisões no presente que possibilitem a modelagem de opções para o futuro.

O ato de planejar os objetivos organizacionais para o futuro, assim como delimitar os meios para se atingir estes objetivos através dos processos gerenciais apresenta-se como motivos para estimular a execução do Planejamento Estratégico do Capital Intelectual, por parte das companhias que visam estabelecer mecanismos sustentáveis, e que proporcionam diferencial competitivo, tendo como origem o conhecimento criado e desenvolvido dentro da organização.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

A observação das questões relacionadas à postura responsável através das perspectivas sociais e ambientais apresenta-se como uma das preocupações centrais para as organizações que almejem crescer em harmonia com a sociedade e a natureza. (ASHLEY, 2005). O reflexo disto no âmbito empresarial identifica-se mais evidente, segundo Campos e Lemes (2007), as carteiras de investimentos do mercado de capitais cada vez mais incorporam o conceito de Investimento Socialmente Responsável (ISR), no caso brasileiro a Bovespa possui o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), este é composto por empresas que se comprometem com a responsabilidade social e ambiental e a sustentabilidade empresarial.

O ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro. (Site da Bovespa em 10/03/2007).

No entanto a concepção de responsabilidade social requer especialidades se tomando como exemplo entidade que possuem fins lucrativos, pois a ambição meramente focada em auferir lucro pode ser prejudicial para o desenvolvimento do ideal de responsabilidade social.

Para Gonçalves (1980 *apud* ASHLEY, 2005, p70):

Para que responsabilidade social exista é necessário, antes de tudo que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas, que o fim social não seja massacrado pelo desejo de lucro - lucro este que não deve ser o fim em si, e sim o viabilizador de uma atitude mais ética e responsável por parte das empresas.

Para Ashley (2005) os fins sociais relacionam-se ao propósito das empresas de adotar uma postura voltada às questões éticas, de cidadania, bem estar, responsabilidade social e ambiental. O conceito de responsabilidade social apresenta-se muito amplo, contemplando diversos aspectos, sobretudo os que dizem respeito à realização e a perpetuação de uma postura consciente em relação à preocupação com aspectos da cidadania, e dos anseios de ética e justiça social, além das noções de preservação e sustentabilidade ambiental. Por isto destaca-se como fator indispensável para a adoção da postura social por parte das entidades, que estas estabeleçam os meios para se adequar às dimensões de empresa socialmente responsável, para então buscar os fins sociais.

Ser socialmente responsável implica para a empresa valorizar seus empregados, respeitar os direitos dos acionistas, manter relações de boa conduta com seus clientes e fornecedores, manter ou apoiar programas de preservação ambiental, atender à legislação pertinente à sua atividade, recolher impostos, apoiar ou manter ações que visem diminuir ou eliminar problemas sociais nas áreas de saúde e educação e fornecer informações sobre sua atividade. Em resumo, a empresa deve ter os conceitos de ética e transparência como os princípios de sua conduta. (ASHLEY, 2005, p.173)

Adequar-se aos quesitos de empresa socialmente responsável, provavelmente pode ser apontada como um dos principais desafios para as entidades atualmente, pois as demandas internas (colaboradores, gestores, entre outros), e externas (comunidade, governo, etc.), as organizações esperam algo a mais que uma postura meramente focada em resultados econômicos, estes almejam também que os resultados sociais façam parte das ações empresariais, e que a criação de componentes por parte das empresas, voltados aos aspectos sociais e ambientais esteja cada vez mais presente em sua gestão.

2.2.1 Responsabilidade Social

O engajamento das organizações em promover ações de cunho social, voltadas para os aspectos éticos e de bem estar e ou de filantropia, além da

preocupação com a cidadania e justiça social, apresentam-se como fatores integrantes da esfera da Responsabilidade Social (ASHLEY, 2005).

Karkotli (2006, p.10) salienta que existem distinções entre a compreensão dos conceitos de Responsabilidade Social e Socialmente Responsável:

Responsabilidade Social não é sinônimo de socialmente responsável, uma vez que a primeira se define quando uma organização ou pessoa física entendê-la com o verbo “ser”, responsável em qualquer momento, atitude, decisão, ou seja, em primeiro lugar esta pessoa física ou jurídica pensará na sua responsabilidade para com a sociedade num todo. Socialmente responsável é o inverso, pois a pessoa jurídica ou física fará algo para o social e como consequência poderá ser, para aquele momento um projeto, uma doação e nunca mais, porém não podemos dizer que naquele momento a pessoa não foi socialmente responsável.

Muitos são os fatores que podem agir sobre as organizações ao ponto de despertar nestas a motivação para desenvolver ações socialmente responsáveis. Ashley (2005, p.71) apresenta o seguinte motivo, como o principal encorajador para que as empresas adotem a postura socialmente responsável:

O principal motivo para uma empresa ser socialmente responsável é que isso proporciona a ela consciência de si mesma e de suas intenções na sociedade. Em um mundo em que a realidade de mercado muda com velocidade cada vez maior, a empresa precisa saber exatamente qual é sua missão, e a busca de um sentido ético para sua existência deve voltar – se tanto às relações de mercado quanto às relações além do mercado.

A função das empresas continuará sendo disponibilizar bens e serviços, no entanto direcionar seus esforços para um caminho onde as suas atividades produtivas possam oferecer algo a mais para a sociedade constitui a relação entre o mercado e a Responsabilidade Social.

Karkotli (2006) complementa ao enfatizar que em decorrência desta mudança de perspectiva, anteriormente voltada aos acionistas majoritários, e atualmente buscando atender as necessidades dos diversos grupos de interesse, as estratégias das organizações tendem a adequar-se às noções de Responsabilidade voltadas para os stakeholders, com o intuito de garantir sua sustentabilidade perante o mercado.

Os *stakeholders* são ‘qualquer grupo ou indivíduo que é afetado ou que afeta o alcance dos objetivos da organização’. Assim, nesta categoria são incluídos todos os grupos de interesse da organização, quais sejam

clientes, funcionários, fornecedores, acionistas, proprietários, governo e comunidade local. (KARKOTLI, 2006, p.16).

Independente dos interesses envolvidos entre os stakeholders, internos e externos a organização, a abrangência das ações de RSE adotadas pelas entidades devem atender múltiplas dimensões relacionadas os conceitos de responsabilidade, ética e sustentabilidade empresarial. Uma destas dimensões que se apresenta pertinente ao presente estudo é a da Responsabilidade Ambiental.

2.2.2 Responsabilidade Ambiental

Dentro do conjunto de temas que abrangem a compreensão de RSE, as questões ambientais certamente destacam-se a ponto de demandarem uma atenção especial, principalmente pelo fato das transformações ambientais (em relação ao clima, a poluição, o desmatamento, e o risco de extinção de espécies animais e vegetais, entre outros fatores) apresentam-se perceptivas para toda a sociedade. Diante deste cenário as organizações tendem a incorporar as suas atividades medidas que procurem atender as políticas no âmbito da responsabilidade ambiental.

A questão primordial que pressiona hoje todo tipo de empresa publica e privada é como permanecer viável e continuar operando de forma amigável com o meio ambiente. A maneira como as organizações irão responder aos muitos desafios decorrentes dessa questão vai determinar, em muito, sua situação competitiva e sua sobrevivência. (KINLAW, 1997, p.XIX).

Seiffert (2005) destaca que fatores como a competitividade, as pressões dos agentes externos as organizações, e a preocupação com a imagem da empresa como ecologicamente correta, apresentam-se como algumas variáveis relevantes para que uma organização almeje adotar práticas direcionadas a responsabilidade ambiental.

Os diversos campos de atuação científica por sua vez, desenvolvem meios que possam proporcionar alternativas eficazes em relação à questão ambiental para a sociedade, e em específico para as empresas, no sentido de desenvolver metodologias, processos e soluções para minimizar os efeitos danosos destas empresas em sua relação com o meio ambiente.

A Contabilidade, por sua vez contribui para a questão, segundo Oliveira *et. al* (2004, p. 219), através da contabilidade ambiental:

A contabilidade ambiental busca conhecer todos os recursos de capital consumidos no processo de produção, incluindo os recursos naturais e evidenciando o montante dos gastos ocorridos para restabelecer o meio ambiente em que operam.

Dessa maneira, a contabilidade pode constituir - se em uma peça muito importante para ajudar na preservação da natureza, pois ela tem em mãos instrumentos de informação que refletem o verdadeiro e real valor do patrimônio das empresas, seus desempenhos, inclusive sob o aspecto ambiental, pois tudo que é feito contra ou a favor da natureza é mensurável e por isso é passível de contabilização e informação a sociedade. Assim, ainda que seja a longo prazo, a contabilidade busca através de suas informações conscientizar a sociedade e o empresariado de que o desenvolvimento econômico presente deve satisfazer as necessidades atuais, mas de forma alguma pode comprometer as gerações futuras.

Diante do amparo científico, as empresas dispõem de meios para promover a junção entre a perspectiva da sustentabilidade ambiental com a necessidade de possuir viabilidade econômica. Neste sentido Valle (1995, p.36), faz a seguinte consideração:

Em virtude do contexto vivenciado por empresa, deve-se buscar assegurar a viabilidade econômica de sua atividade produtiva sem que, entretanto, os desdobramentos ambientais das alternativas tecnológicas e de produção utilizadas apresentem impacto ambiental excessivo. Ou seja, deve-se assegurar que seu desempenho ambiental, no mínimo, seja compatível com as exigências legais de onde está instalada.

Em diversas situações, a postura de apenas atender as imposições legais apresentam-se como medidas relativamente insuficientes, para garantir a aceitação das empresas pela sociedade em geral através do ponto de vista da responsabilidade ambiental. Justamente essa disposição de ir além do obrigatório pode assegurar as organizações vantagens competitivas, e uma maior aceitação dos agentes externos. Porém para que isso possa ser feito de maneira coerente e eficaz pelas entidades faz-se necessária a adoção de sistemas gerenciais voltados para as questões ambientais.

2.2.2.1 Gestão Ambiental

O campo da Responsabilidade Ambiental abrange a postura adotada pelas organizações em desenvolver e conduzir ações que promovam a redução dos impactos ambientais de suas atividades. Portanto a definição de Desenvolvimento Sustentável apresenta-se indispensável para a compreensão da Responsabilidade Ambiental.

Conforme apresentado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1988, APUD GALLON e ENSSLIN, 2007), o desenvolvimento sustentável pode ser definido como a busca de meios que visem atender “[...] as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”.

Desenvolvimento Sustentável significa atender as necessidades da geração atual sem comprometer o direito das futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades. Nessa definição estão embutidos dois conceitos com os quais precisamos doravante conviver. O primeiro é o conceito das necessidades, que podem variar de sociedade para sociedade, mas que devem ser satisfeitos para assegurar as condições essenciais de vida a todos, indiscriminadamente. O segundo conceito é o de limitações, que reconhece a necessidade da tecnologia desenvolver soluções que conservem os recursos limitados atualmente disponíveis e que permitam renova-los na medida em que eles sejam necessários as futuras gerações. (VALLE, 1995, p. 8).

Seiffert (2005) afirma que um dos grandes dilemas enfrentados atualmente pelas organizações apresenta-se na necessidade destas promoverem o desenvolvimento sustentável, ou perder mercado. Para conduzir às ações que procuram promover o Desenvolvimento Sustentável as empresas apresentam a tendência de incorporar a sua estrutura gerencial os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA).

A Gestão Ambiental consiste de um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos e adequadamente aplicados que visem reduzir e controlar os impactos introduzidos por empreendimento sobre o meio ambiente. O ciclo de atuação da Gestão Ambiental, para que essa seja eficaz, deve cobrir, portanto, desde a fase de concepção do projeto até a eliminação efetiva dos resíduos gerados pelo empreendimento depois de implantado, durante sua vida útil. Deve também assegurar a melhoria continua das condições de segurança, higiene e saúde ocupacional de todos os seus empregados em um relacionamento sadio com os segmentos da sociedade que interagem com esse empreendimento e a empresa. (VALLE, 1995, p. 39).

Viterbo Jr. (1998, p.51), apresenta a seguinte definição de Gestão Ambiental: “[...] nada mais é do que a forma como uma organização administra as relações entre suas atividades e o meio ambiente que as abriga, observadas as expectativas das partes interessadas”.

Para Seiffert (2005, p.24) a Gestão Ambiental abrange outros três conceitos:

1. a política ambiental, que é o conjunto consistente de princípios doutrinários que conformam as aspirações sociais e ou governamentais no que concerne a regulamentação ou modificação no uso, controle, proteção e conservação do ambiente;
2. o planejamento ambiental, que é o estudo prospectivo que visa a adequação do uso, controle e proteção do ambiente as aspirações sociais e ou governamentais expressas formal ou informalmente em uma política ambiental, através da coordenação, compatibilização, articulação e implantação de projetos de intervenções estruturais e não estruturais;
3. o gerenciamento ambiental, que é o conjunto de ações destinado a regular o uso, controle, proteção e conservação do meio ambiente, e a avaliar a conformidade da situação corrente com os princípios doutrinários estabelecidos pela política ambiental.

Schenini (2005) aponta a necessidade do alinhamento entre as estratégias ambientais adotadas pelas empresas com a execução do Planejamento Estratégico Sustentável. O autor ainda destaca que através do desenvolvimento destas práticas administrativas voltadas para a sustentabilidade, a empresa poderia identificar seus pontos fortes e fracos internos voltados ao tema, assim como os aspectos externos a entidade que possam gerar ameaças ou oportunidades relacionadas a questões ambientais.

O desenvolvimento ambiental precisa estar plenamente integrado nos sistemas e práticas gerenciais da empresa. Precisa fazer parte do planejamento estratégico, dos sistemas de informação e dos sistemas de administração financeira. O pessoal, em todos os níveis, precisa aprender a ver os cuidados com o meio ambiente como “a coisa certa a fazer”. O desempenho ambiental precisa ser esperado, reconhecido, premiado e comemorado. (KINLAW, 1997, p. 128).

Filho (2007) identifica o exercício da Responsabilidade Sócio - Ambiental como um elemento que se apresenta no centro da esfera de governo da organização, onde a adoção da postura da sustentabilidade, ligada à vontade da preservação do meio ambiente no âmbito interno da organização pode impulsionar o desenvolvimento no âmbito macro-social.

No entanto, apenas a partir do momento em que as organizações passaram a adotar e disseminar os conceitos de garantia de qualidade e de qualidade total, a questão da Gestão Ambiental passou a compor as funções organizacionais em posição de destaque, principalmente por sua contribuição positiva prestada a imagem da empresa, e pelos efeitos danosos que um mau desempenho ambiental pode causar a esta mesma imagem. (VALLE, 1995).

O enquadramento dos processos gerenciais a questão ambiental, visa atender os anseios das demandas internas, e externas a entidade, assim como possibilita a entidade que se submete a esta perspectiva, meios para se destacar competitivamente no mercado.

2.2.3 Divulgação da Sustentabilidade Sócio – Ambiental no âmbito empresarial

Entre os canais habitualmente utilizados pelas empresas para divulgar as suas ações de RSE, destaca-se a utilização dos Relatórios Anuais ou de Administração (RA), uma vez que estes se apresentam também como mecanismo de evidenciação de informações de natureza econômica – financeira. Portanto, os Relatórios Anuais caracterizam-se como um mecanismo que evidencia informações de interesse empresarial, em conjunto com as informações voltadas para as questões de sustentabilidade e responsabilidade social.

A divulgação das práticas do desenvolvimento sustentável em companhias abertas se dá, tipicamente, por meio de sua publicação no Relatório da Administração (RA). Esta divulgação se caracteriza como uma forma de transparência da gestão de tais organizações, uma vez que este é um documento essencial complementar das Demonstrações Contábeis (DC) num determinado exercício, visando oferecer um quadro mais claro das práticas gerenciais, para seus acionistas e usuários em geral. (GALLON e ENSSLIN, 2007, p. 3).

Porem em muitos aspectos a temática adotada pelos Relatórios da Administração não contempla a abordagem da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), no que tange a amplitude e o grau de detalhamento necessário exigidos por grande parte dos usuários deste tipo de informativo. Para suprir este aspecto, uma quantidade cada vez maior de organizações opta por elaborar Relatórios de Sustentabilidade.

Elaborar relatórios de sustentabilidade é a prática de medir, divulgar e prestar contas para *stakeholders* internos e externos do desempenho organizacional visando ao desenvolvimento sustentável. “Relatório de sustentabilidade” é um termo amplo considerado sinônimo de outros relatórios cujo objetivo é descrever os impactos econômicos, ambientais e sociais (*triple bottom line*) de uma organização, como o relatório de responsabilidade social empresarial, o balanço social etc. (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2006, p. 3).

Um modelo de Relatório de Sustentabilidade amplamente reconhecido e utilizado por diversas organizações em todo mundo é o proposto pela Global Reporting Initiative (GRI). A GRI é uma organização não – governamental sediada em Amsterdã na Holanda, sua função apresenta-se em desenvolver diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade, direcionados as empresas que objetivam aderir às perspectivas relacionadas à responsabilidade social e ambiental, e a sustentabilidade econômica.

A Global Reporting Initiative (2006, p.2), apresenta a seguinte justificativa para suas atividades a favor da disseminação da modelo de Relatórios de Sustentabilidade:

A urgência e a magnitude dos riscos e dos danos para a nossa sustentabilidade e a grande disponibilidade de opções e oportunidades tornarão a transparência sobre os impactos econômicos, ambientais e sociais componente fundamental para que haja eficácia nas relações com os *stakeholders* (partes interessadas), nas decisões sobre investimento e em outras relações de mercado. Para dar suporte a essa expectativa e para comunicar de forma clara e transparente o que se refira à sustentabilidade, é necessário compartilhar globalmente uma estrutura de conceitos, uma linguagem coerente e uma métrica. A missão da Global Reporting Initiative (GRI) é satisfazer essa necessidade, oferecendo uma estrutura confiável para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, que possa ser usada por organizações de todos os tamanhos, setores e localidades.

Alem do Relatório Anual ou de Sustentabilidade as organizações dispõem de outros meios para divulgar sua postura nas dimensões abrangidas pela RSE. Em decorrência do imenso horizonte disponibilizado pela Internet, a utilização dos sites das empresas para a divulgação das ações de RSE apresenta-se como um meio eficaz, em virtude de sua facilidade de acesso em grande parte das situações, por parte dos diversos interessados pelas atividades executadas pelas empresas, especificamente no âmbito sócio – ambiental.

A próxima seção apresenta os resultados obtidos pela pesquisa.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.

Os resultados esperados são que este estudo possibilitasse identificar a evidenciação voluntária dos elementos de responsabilidade social e sustentabilidade ambiental de origem intangível evidenciados nos sites e Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade de 2006 das 39 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. Essa evidenciação foi examinada sob 3 (três) perspectivas. Primeiramente, verificou-se a existência de divulgação e quais as empresas que mais divulgaram ou que menos divulgaram. Na segunda perspectiva, avalia-se a freqüência de divulgação desses elementos de capital intelectual e a identificação da categoria mais representativa. Na seqüência, apresenta-se a natureza da evidenciação do capital intelectual, valendo-se de elementos textuais extraídos dos próprios relatórios e sites. Para apresentação dos resultados primeiro são focalizados os elementos de natureza social e depois de natureza ambiental. Após a investigação individualizada da evidenciação dos elementos de CI de origem social e ambiental os resultados encontrados são cotejados.

3.1 EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE ORIGEM SOCIAL NOS SITES E NOS RELATÓRIOS ANUAIS (RAs).

Esta seção do trabalho apresenta as análises realizadas para a obtenção das freqüências de evidenciação apresentadas por elemento de CI de natureza social propostos pelo presente estudo.

3.1.1 Evidenciação do CI de Natureza Social por Empresas

Na amostra pesquisada, praticamente todas as empresas apresentaram evidenciação voluntária de algum tipo de elemento de capital intelectual de origem social. Para facilitar a identificação das empresas, adotou-se uma numeração para cada uma, começando do nº. 1, identificado como a empresa ALL, e indo até o nº. 39, identificado como a empresa WEG, conforme consta na Tabela 3. Do total de 39 empresas da amostra, apenas a empresa 18 – Dixie Toga não evidencia algum elemento de capital intelectual nos RAs, pois no site evidenciou 13 elementos. Essa

postura de evidenciação demonstra que as empresas, embora não exista a obrigatoriedade de divulgação desses elementos, estão tendo a percepção de que a divulgá-los é fator estratégico e de suma importância para as mesmas.

A Tabela 3 apresenta os resultados obtidos por empresa, em termos numéricos e percentuais. Quando o resultado aparecer na cor verde na tabela, significa que obteve uma melhor evidenciação na fonte de pesquisa que estiver diretamente listada (RAs ou site); os resultados em vermelho referem-se a fonte de pesquisa com menor evidenciação; e, os resultados em azul equivalem a obtenção de resultados iguais nos RAs e nos sites.

Tabela 3: Comparação entre os resultados obtidos na análise social.

	Empresas da Amostra	Resultados Matriz Social - RAs	Percentuais Matriz Social - RAs	Resultados Matriz Social - Sites	Percentuais Matriz Social - Sites
1	ALL	12	44%	13	48%
2	Aracruz Celulose	15	56%	11	41%
3	Banco Bradesco	17	63%	14	52%
4	Banco do Brasil	14	52%	15	56%
5	Braskem	15	56%	7	26%
6	Cataguazes-Leopoldina	11	41%	5	19%
7	CCR	15	56%	6	22%
8	Celesc	11	41%	13	48%
9	Celulose Irani	18	67%	8	30%
10	Cemig	14	52%	11	41%
11	Coelce	14	52%	8	30%
12	Companhia Vale do Rio Doce	15	56%	18	67%
13	Copel	18	67%	11	41%
14	CPFL Energia	15	56%	10	37%
15	CSU Cardsystem	11	41%	9	33%
16	Cyrela Brazil Realty	4	15%	1	4%
17	Diagnósticos da América	10	37%	6	22%
18	Dixie Toga	0	0%	13	48%
19	Duke Energy	9	33%	9	33%
20	Duratex	10	37%	8	30%
21	Energias do Brasil	15	56%	16	59%
22	Gerdau	11	41%	13	48%
23	Grupo Pão de Açúcar	14	52%	8	30%
24	Invepar	12	44%	12	44%
25	Itaú	11	41%	10	37%
26	MAHLE Metal Leve	10	37%	7	26%
27	Natura Cosméticos	20	74%	10	37%
28	OHL Brasil	12	44%	4	15%
29	Porto Seguro	11	41%	11	41%
30	Sabesp	13	48%	13	48%
31	Sanepar	8	30%	2	7%
32	Souza Cruz	11	41%	13	48%
33	Suzano Papel e Celulose	17	63%	12	44%

34	Suzano Petroquímica	11	41%	8	30%
35	TAM Linhas Aéreas	8	30%	13	48%
36	Ultrapar Participações	12	44%	8	30%
37	Unibanco	13	48%	10	37%
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	15	56%	11	41%
39	WEG	1	4%	14	52%

Fonte: Elaborada pelo Autor

Das 39 empresas integrantes da amostra, 25 apresentaram uma quantidade maior de elementos evidenciados por meio dos Relatórios Anuais (Aracruz Celulose, Banco Bradesco, Braskem, Cataguazes-Leopoldina, CCR, Celulose Irani, Cemig, Coelce, Copel, CPFL Energia, CSU Cardsystem, Cyrela Brazil Realty, Diagnósticos da América, Duratex, Grupo Pão de Açúcar, Itaú, MAHLE Metal Leve, Natura Cosméticos, OHL Brasil, Sanepar, Suzano Papel e Celulose, Suzano Petroquímica, Ultrapar Participações, Unibanco, VCP - Votorantim Celulose e Papel), demonstrando que esta forma de evidenciação identifica-se como a predominante na análise dos elementos de CI de origem social. A evidenciação através dos sites mostrou-se mais eficiente em 10 empresas (ALL, Banco do Brasil, Celesc, Companhia Vale do Rio Doce, Dixie Toga, Energias do Brasil, Gerdau, Souza Cruz, TAM e WEG); em 4 empresas (Duke Energy, Invepar, Porto Seguro e Sabesp) ocorreu empate no número de elementos evidenciados nas duas fontes de pesquisa.

Passa-se a análise da frequência de divulgação dos elementos de capital intelectual e a identificação da categoria mais representativa.

3.1.2 Evidenciação dos Elementos de Natureza Social na Amostra

Observe-se que a matriz de elementos sociais possui 27 elementos subdivididos nas três categorias que compõe o CI, distribuídos da seguinte forma: 9 elementos na Competência do Funcionário, 5 elementos na Estrutura Interna e 13 elementos na Estrutura Externa, conforme já apresentado na subseção 1.4.5 - Procedimentos para registro e análise dos dados. Caso o total na última linha da matriz social, tanto na análise dos RAs quanto na dos sites, fosse igual a 1053 elementos evidenciados (27 elementos sociais x 39 empresas), corresponderia a 100% de evidenciação de elementos sociais. Os resultados totais por elementos

sociais apresentam-se na tabela 4, assim como o percentual de evidenciação total por elemento:

Tabela 4: Resultados da Análise dos Elementos de CI de origem Social

Elementos de Capital Intelectual Social		Total		%	
		RAs	Sites	RAs	Sites
Competência do funcionário					
1	Educação ou aprendizado social	32	21	82%	54%
2	Conhecimento de práticas responsáveis	9	4	23%	10%
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	12	2	31%	5%
4	Conscientização Social (Voluntariado)	29	23	74%	59%
5	Atividades Esportivas	9	8	23%	21%
6	Atividades Culturais	5	6	13%	15%
7	Atividades Artísticas	1	1	3%	3%
8	Atividades de Lazer	5	5	13%	13%
9	Qualificação vocacional	35	28	90%	72%
Estrutura Interna					
10	Cultura Organizacional Responsável	16	13	41%	33%
11	Código de Ética ou de Conduta	24	22	62%	56%
12	Integração dos colaboradores	13	5	33%	13%
13	Segurança e saúde no trabalho	33	26	85%	67%
14	Práticas trabalhistas	8	0	21%	0%
Estrutura Externa					
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	6	2	15%	5%
16	Conscientização social dos Clientes	29	28	74%	72%
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	9	2	23%	5%
18	Integração e parcerias com a Comunidade	36	37	92%	95%
19	Participação em Comunidades Carentes	21	23	54%	59%
20	Atividades com povos indígenas	5	2	13%	5%
21	Projetos e ações de inclusão social	22	25	56%	64%
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	3	3	8%	8%
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	13	12	33%	31%
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	31	28	79%	72%
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	22	19	56%	49%
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	37	37	95%	95%
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	8	9	21%	23%
Total		473	391		

Fonte: Elaborada pelo Autor

O total obtido na coluna dos RAs foi de 473 elementos, correspondendo a 45% de evidenciação total dos elementos de origem social (473 elementos identificados / 1053 elementos possíveis). No caso dos sites o total identificado foi

de 391 elementos, equivalente a 37% de evidenciação total dos elementos de origem social (391 elementos identificados / 1053 elementos possíveis), conforme a Figura 4.

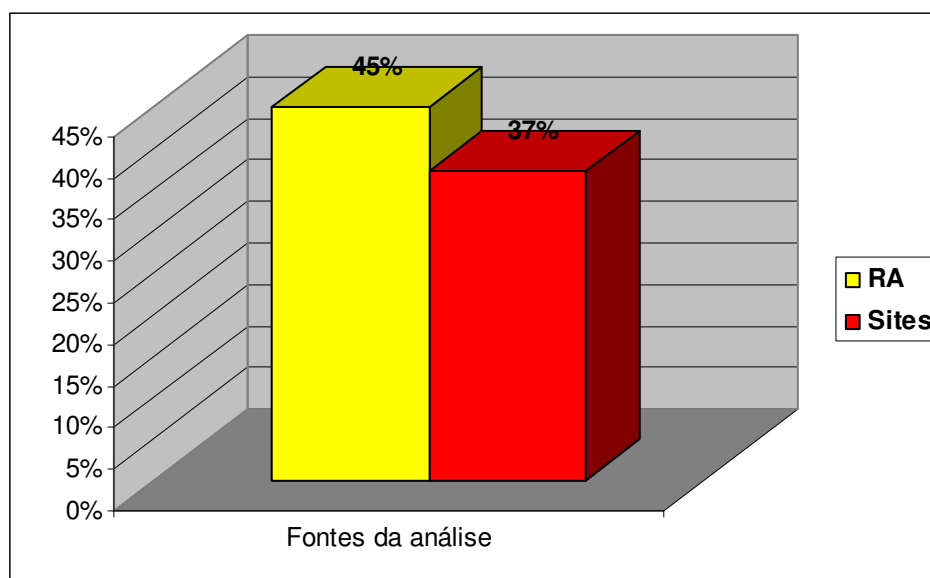


Figura 4: Percentual total de evidenciação por fonte de pesquisa na análise social.

Fonte: Elaborada pelo Autor

Observe-se que a evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza social pelas empresas não é expressiva em relação aos elementos delineados, uma vez que a evidenciação não contempla 50% dos elementos. No que tange a fonte de evidenciação – RAs e sites - pode-se inferir que a evidenciação por meio dos RAs apresentou-se como a mais utilizada pelas empresas. Essa atitude causa estranheza, uma vez que se acredita que os sites são fontes de informações mais utilizadas pela comunidade em geral do que os RAs. Neste contexto exemplifica-se com a menor evidenciação dos elementos ‘Ligação da Marca com a Responsabilidade Social’ e ‘Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais’ nos sites em relação a evidenciação nos RAs . Apesar de a menor evidenciação ter sido nos sites, verifica-se que 5 dos 27 elementos foram mais evidenciados nos sites do que os RAs, quais sejam: (i) Atividades Culturais; (ii) Integração e Parcerias com a Comunidade; (iii) Participação em Comunidades Carentes; (iv) Projetos e ações de inclusão social; e (v) Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer.

Em linhas gerais, verifica-se que o elemento mais evidenciado foi **‘Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais’**, seguindo pelo elemento

‘**Integração e parcerias com a Comunidade**’. Os elementos menos evidenciados são ‘Atividades Artísticas’ e ‘Projetos e ações de valorização da diversidade racial’.

Focalizando-se a categoria Competência do funcionário, verifica-se que o elemento **Qualificação Vocacional** destaca-se como o mais evidenciado nas duas análises, presente em 35 empresas segundo os RAs, e em 28 empresas conforme consta na análise dos sites. Outros elementos que se apresentaram com uma elevada frequência de evidenciação foram: (i) **Educação e aprendizado social**, presente nos RAs de 32 empresas e nos sites de 21 empresas; (ii) e também o elemento **Conscientização Social (Voluntariado)**, sendo evidenciado nos RAs de 29 empresas e nos sites de 23 empresas. O elemento com a menor frequência de identificações em ambas as análises foi Atividades Artísticas, com apenas 1 evidenciação em cada análise.

A Figura 5 apresenta a contribuição percentual de cada elemento na análise dos RAs para o total obtido pela categoria, e os números apresentados nas legendas das Figuras 5 e 6 representam os elementos da categoria, obedecendo à mesma seqüência da Tabela 4.

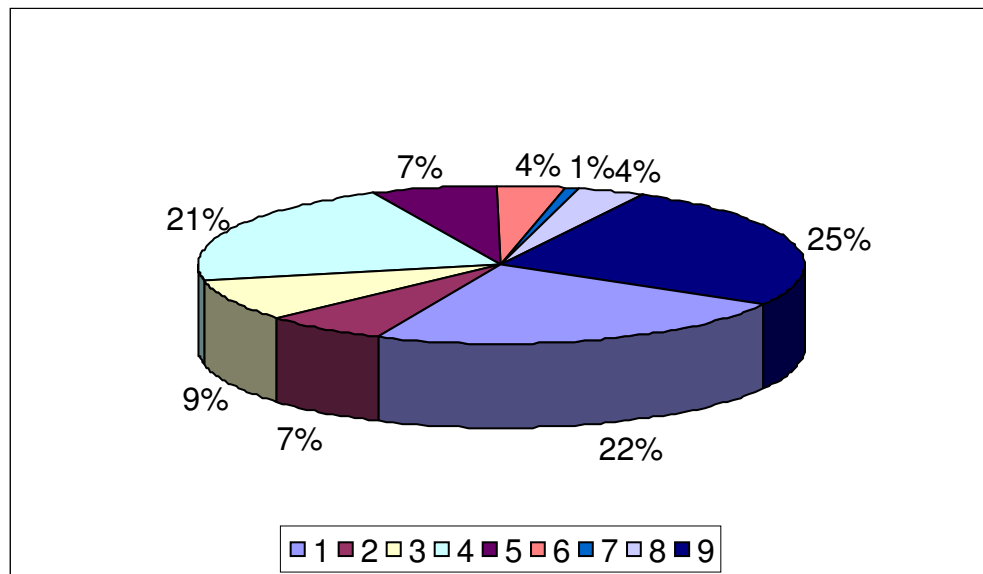


Figura 5: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise social dos RA.

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 6 ilustra a contribuição por elemento da categoria de CI Competência do Funcionário na análise dos sites das empresas que compõe o presente estudo.

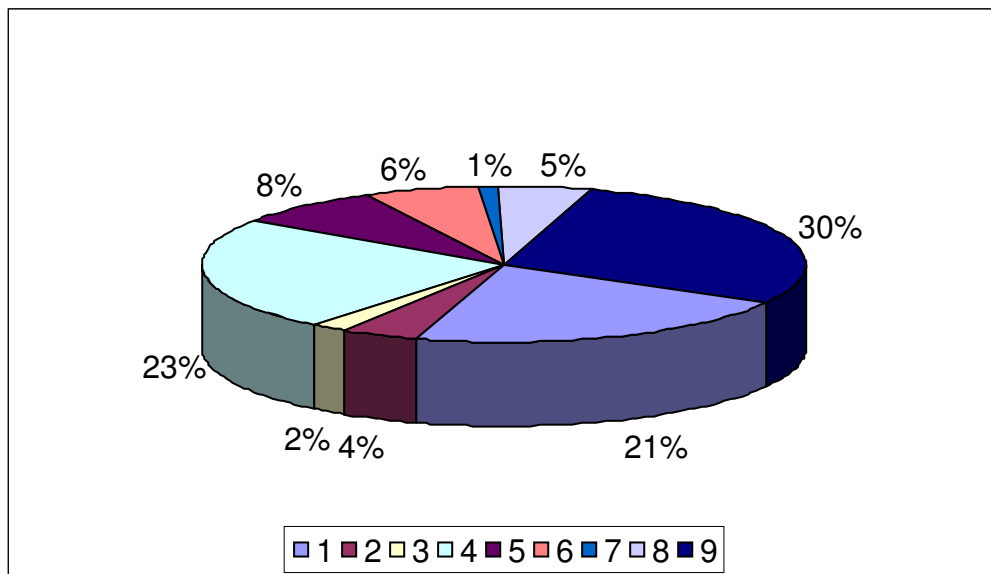


Figura 6: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise social dos Sites.

Fonte: Elaborada pelo Autor

Na análise pontual da categoria Estrutura Interna constata-se que a evidenciação por meio dos RAs destaca-se com maiores freqüências de elementos identificados em todos os 5 elementos que integram a categoria.

A exemplo da tendência observada na categoria anterior, o elemento com maior evidenciação da Estrutura Interna é o mesmo nas duas análises, sendo o elemento **Segurança e Saúde no trabalho**, identificado nos RAs de 33 empresas, e nos sites de 26 empresas. Da mesma forma o item que obteve a menor freqüência de evidenciação da categoria nas duas análises foi o elemento Práticas Trabalhistas, presente nos RA de 8 empresas e não identificado nos sites.

A Figura 7 ilustra a parcela representada por cada elemento em relação ao total da evidenciação constatada na categoria de CI Estrutura Interna na análise dos RAs, a numeração das legendas das Figuras 7 e 8 correspondem a cada elemento da categoria obedecendo à mesma seqüência da Tabela 4.

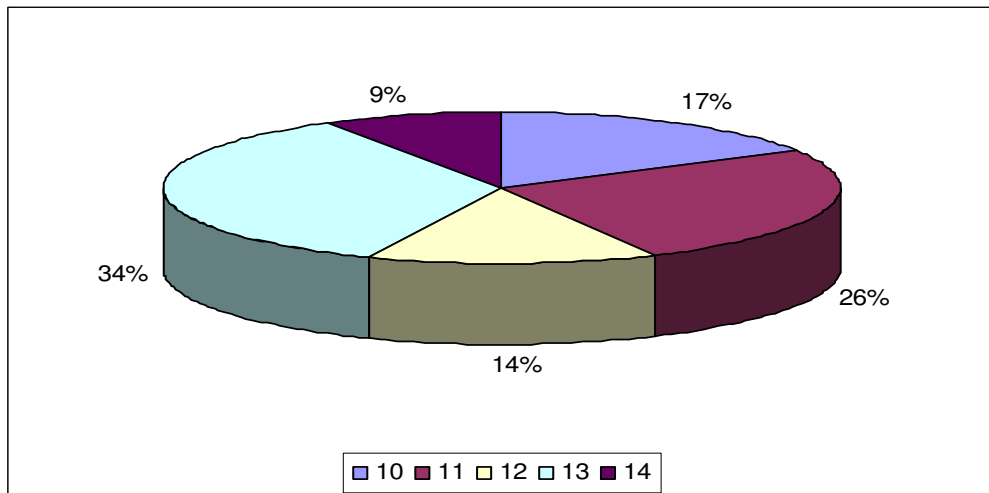


Figura 7: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise social dos RAs.

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 8 discrimina os percentuais de evidenciação obtidos por elemento da categoria de CI Estrutura Interna na análise social dos sites das empresas.

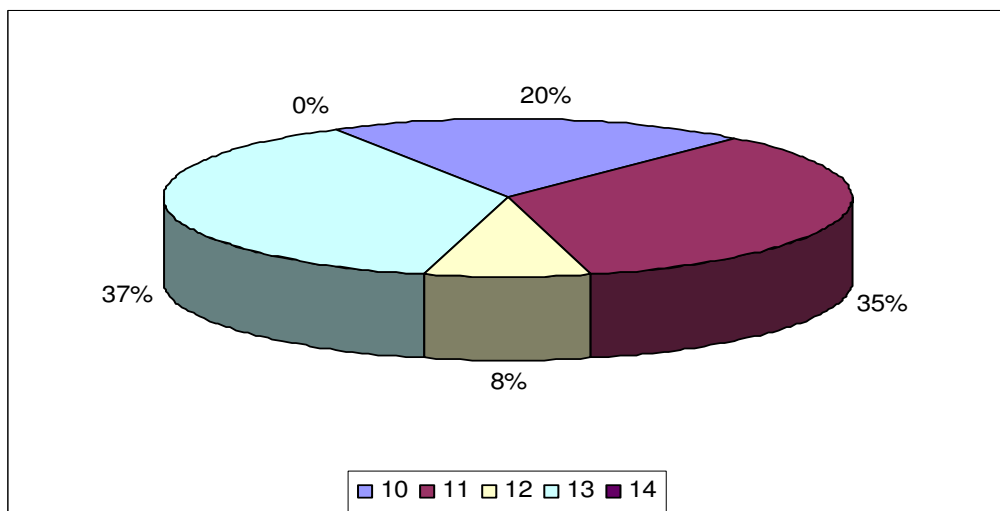


Figura 8: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise social dos sites.

Fonte: Elaborada pelo Autor

No que diz respeito à análise da categoria Estrutura Externa da matriz de elementos sociais vale salientar que essa se caracteriza por ser a que possui o maior número de elementos do presente estudo, possuindo 13 elementos no total, sendo, portanto maior que a matriz de elementos ambientais, que possui em sua totalidade 11 elementos. Tal situação justifica-se pelo fato do autor do presente estudo considerar interessante identificar os desdobramentos das ações realizadas

pelas empresas voltadas para a comunidade, que são representados pelos seguintes elementos: Integração e parcerias com a Comunidade, e suas ramificações voltadas para seguimentos específicos da sociedade, Participação em Comunidades Carentes, Atividades com povos indígenas e Projetos e ações de valorização da diversidade racial, além do elemento Projetos e ações de inclusão social; outro desdobramento refere-se à área específica cuja empresa buscava se integrar com a comunidade representada pelos elementos Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas, Projetos e ações de incentivo a práticas culturais, Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas, Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais, Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer.

A Estrutura Externa identificou-se como sendo a categoria mais representativa na análise dos elementos de CI de origem social nos sites, e a segunda com maior participação na análise dos RAs, sendo que neste caso apresentou-se praticamente empatada com a Estrutura Interna, com uma diferença de apenas 1% de representatividade total.

Nesta categoria a análise dos sites atingiu resultados superiores aos coletados nos RAs em apenas quatro elementos: (i) Integração e Parcerias com a Comunidade; (ii) Participação em Comunidades Carentes; (iii) Projetos e ações de Inclusão Social; e (iv) Projetos e ações de Incentivos a práticas de Lazer.

Os dois elementos com maior frequência de evidenciação da categoria nas duas análises, também destacam – se como os mais representativos de toda matriz social: (i) o primeiro colocado foi o elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais**, identificado nos RAs de 37 empresas, e também nos sites de 37 empresas; (ii) o segundo foi o elemento **Integração e parcerias com a Comunidade**, presente nos RAs de 36 empresas, e nos sites de 37 empresas.

A parcela de contribuição por elemento para o total evidenciado pela categoria de CI Estrutura Externa na análise dos RAs identifica-se representada na Figuras 9, os e números que constam nas legendas da Figuras 9 e 10 equivalem aos elementos da categoria, segundo a ordenação da Tabela 4.

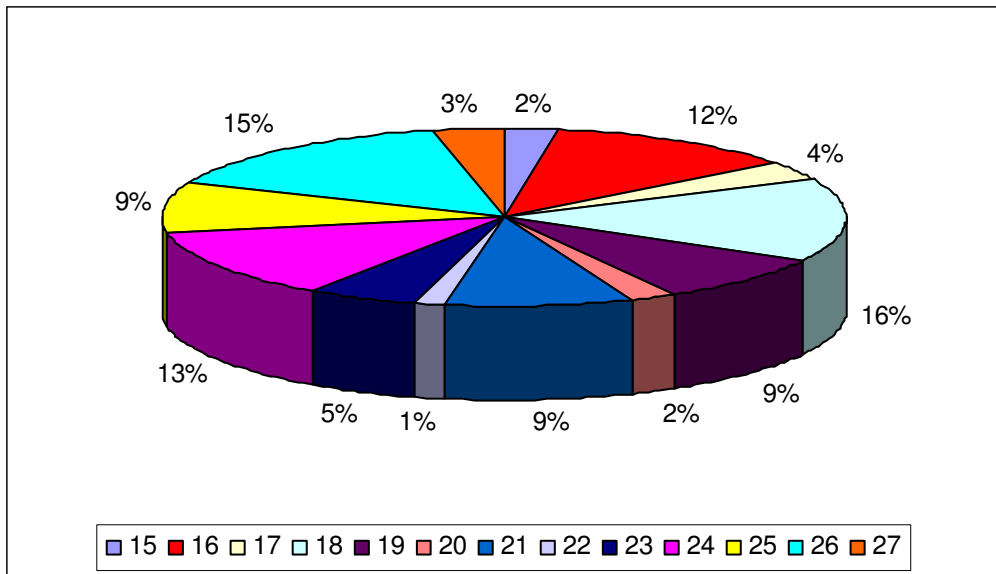


Figura 9: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise social dos RAs.

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 10 ilustra a parcela de representatividade atingida por elemento da categoria de CI Estrutura Externa na análise social dos sites.

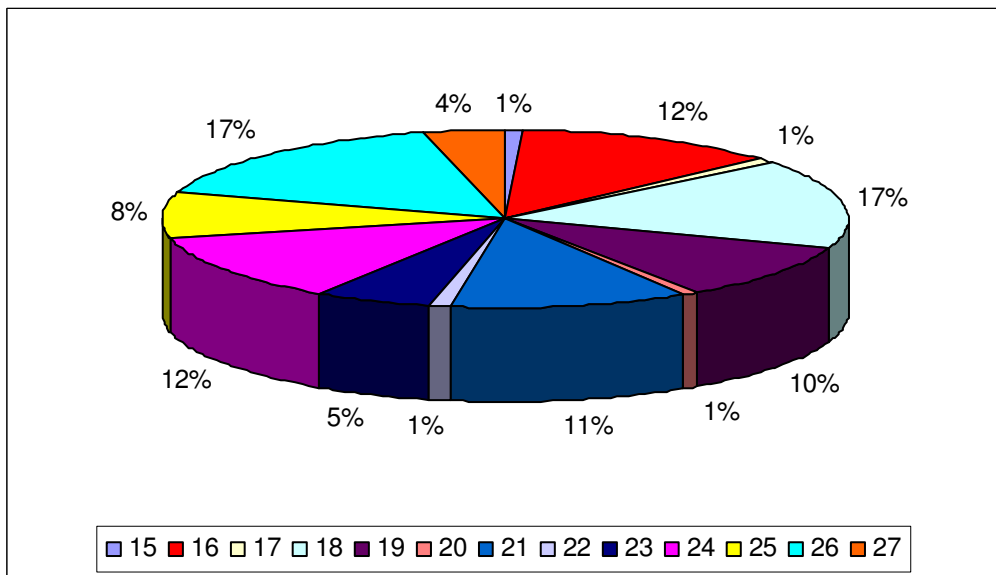


Figura 10: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise social dos sites.

Fonte: Elaborada pelo Autor

Passa-se, agora, a identificação da categoria CI mais representativa.

3.1.3 Evidenciação dos Elementos de Natureza Social por Categoria de CI

Cada categoria de CI apresentada na matriz possui quantidades diferentes de elementos, para proceder à comparação dos dados fez-se necessário a ponderação dos valores. A seguir apresenta-se os procedimentos adotados para a ponderação dos resultados obtidos nas análises dos RAs na matriz de CI de elementos de natureza social:

Na categoria Competência dos Funcionários a quantidade total possível no caso de atingir 100% de evidenciação seria 351 elementos (39 empresas x 9 elementos da categoria), a análise identificou 137 elementos evidenciados, o valor obtido foi dividido pelo total possível (137 elementos evidenciados / 351 elementos possíveis de serem evidenciados na categoria) resultando em 0,39, ou 39% da evidenciação na categoria.

A Estrutura Interna na situação de apresentar uma evidenciação total de 100%, registraria 195 elementos (39 empresas x 5 elementos da categoria), e o estudo apontou a evidenciação de 94 elementos, a divisão do resultado evidenciado pelo total possível (94 elementos evidenciados / 195 elementos possíveis de serem evidenciado na categoria) acabou resultando em 0,48 ou 48% da evidenciação na categoria.

No caso da Estrutura Externa a evidenciação que seria equivalente a 100% apresentaria o total de 507 elementos (39 empresas x 13 elementos da categoria), a análise identificou a evidenciação de 242 elementos, portanto o resultado obtido foi de 0,48 (242 elementos evidenciados / 507 elementos possíveis de serem evidenciados na categoria), ou 48% da evidenciação da categoria.

Os resultados obtidos por categoria foram somados (0,39 + 0,48 + 0,48), chegando ao fator 1,35. Esse fator apresenta-se como denominador que foi dividido por cada resultado identificado nas três categorias. Desta forma encontram-se os percentuais ponderados por categoria, que por sua vez permite a comparação ente os resultados. As etapas do cálculo de ponderação apresentam-se detalhadas na Tabela 5:

Tabela 5: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise social dos RAs.

	Número de elementos identificados nos RAs		Número de elementos equivalentes a 100% de evidência nos RAs		Resultado		Percentual em relação ao total evidenciado nos RAs
Competência do funcionário	137	/	351	=	0,39	x 100	39%
Estrutura Interna	94	/	195	=	0,48	x 100	48%
Estrutura Externa	242	/	507	=	0,48	x 100	48%
Fator							
(0,39+0,48+0,48)					=	1,35	
	Resultado		Fator		Resultado ponderado por Categoria nos RAs		Percentual ponderado por Categoria nos RAs
Competência do funcionário	0,39	/	1,35	=	0,29	x 100	29%
Estrutura Interna	0,48	/	1,35	=	0,36	x 100	36%
Estrutura Externa	0,48	/	1,35	=	0,35	x 100	35%

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Estrutura Interna apresenta-se como a categoria de CI mais representativa na evidência dos elementos de origem social nos RAs, com 36% do total identificado, ressaltando que a Estrutura Externa apontou uma evidência de 35%, caracterizando praticamente um empate entre as duas categorias. A Competência dos Funcionários ficou em terceiro lugar com 29% dos elementos evidenciados na análise social dos RAs.

A parcela de representatividade obtida por categoria de CI obtida na análise social dos RAs apresenta-se ilustrada na Figura 11:

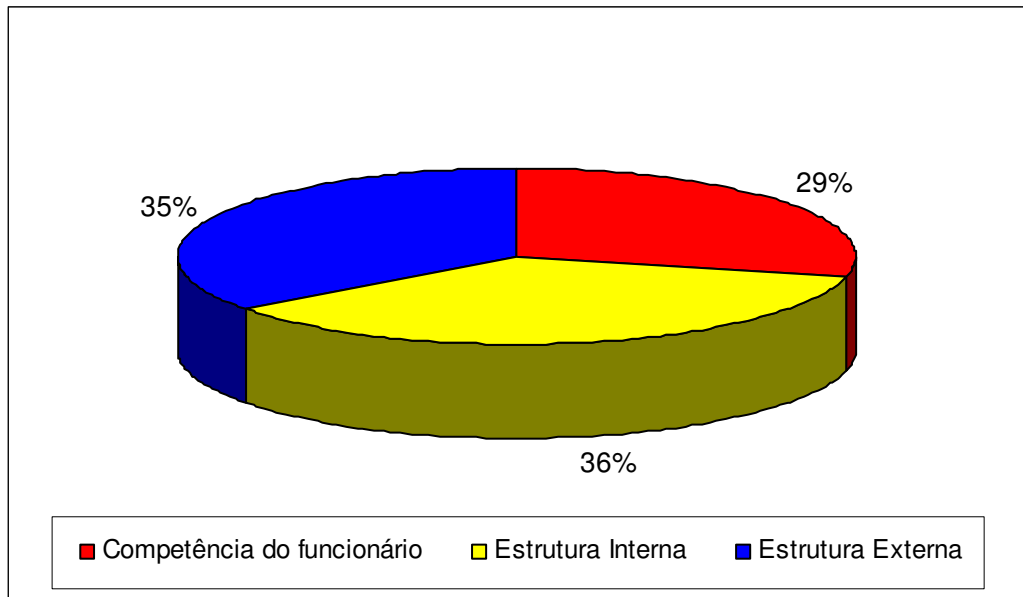


Figura 11: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise social dos RAs

Fonte: Elaborada pelo Autor

No caso da ponderação dos resultados obtidos na evidenciação nos sites da matriz de elementos de CI de natureza social, utilizou-se o mesmo procedimento anteriormente descrito na ponderação dos resultados da análise social dos RAs. Cabe ressaltar que este mesmo procedimento é aplicado também na ponderação dos resultados das análises ambientais.

A Tabela 6 demonstra as etapas do cálculo para obter os percentuais ponderados por categoria na evidenciação dos elementos de CI de origem social nos sites:

Tabela 6: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise social dos Sites.

	Número de elementos identificados nos sites		Número de elementos equivalentes a 100% de evidência nos sites		Resultado		Percentual em relação ao total evidenciado nos sites
Competência do funcionário	98	/	351	=	0,28	x 100	28%
Estrutura Interna	66	/	195	=	0,34	x 100	34%
Estrutura Externa	227	/	507	=	0,45	x 100	45%
Fator (0,28+0,34+0,45) = 1,07							
	Resultado		Fator		Resultado Ponderado por Categoria nos Sites		Percentual ponderado por Categoria nos sites
Competência do funcionário	0,28	/	1,07	=	0,26	x 100	26%
Estrutura Interna	0,34	/	1,07	=	0,32	x 100	32%
Estrutura Externa	0,45	/	1,07	=	0,42	x 100	42%

Fonte: Elaborada pelo Autor

Na evidência dos elementos de CI de origem social por meio dos sites, a Estrutura Externa caracteriza-se como a categoria mais representativa com 42% do total identificado; seguida pela categoria Estrutura Interna com 32% do total da evidência; ocasionando a inversão das posições identificadas na análise dos RAs. A Competência dos Funcionários manteve-se em terceiro lugar com 26% dos elementos evidenciados, indicando ainda uma perda de representatividade em comparação a análise anterior.

A parcela de representatividade obtida por categoria de CI obtida na análise social dos sites apresenta-se ilustrada na Figura 12:

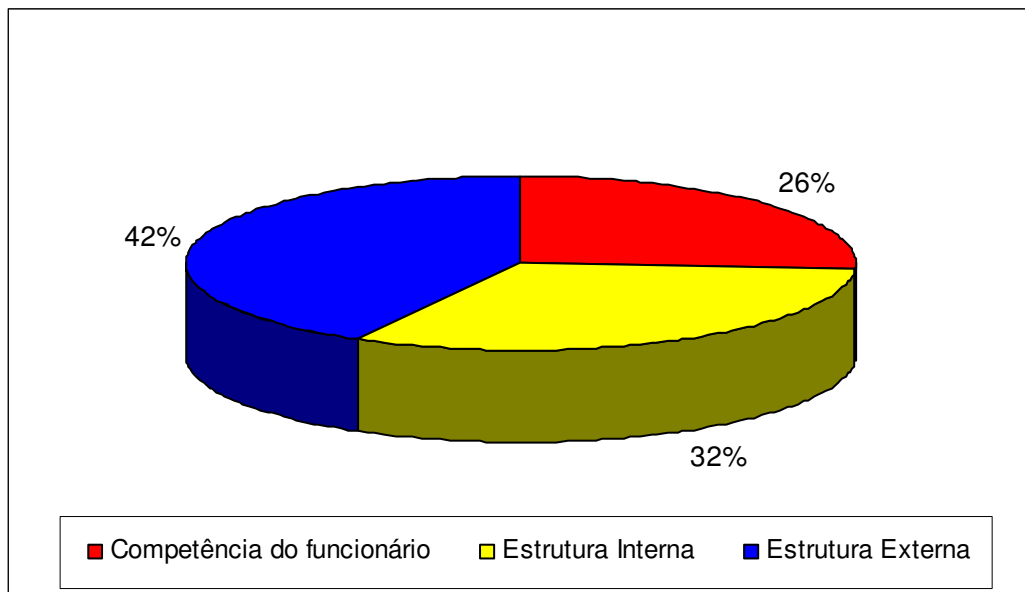


Figura 12: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise social dos Sites

Fonte: Elaborada pelo Autor

A análise da evidenciação dos elementos de CI de natureza social por categorias de CI nos RAs, na observação por empresa, apontou um número de 17 empresas com um maior percentual de evidenciação da Estrutura Interna (ALL, Aracruz, Bradesco, Cataguazes-Leopoldina, CCR, Celulose Irani, Cemig, Copel, CSU Cardsystem, Diagnósticos da América, Duke Energy, Energias do Brasil, Itaú, Sabesp, Suzano Petroquímica, TAM, e Ultrapar), já a Estrutura Externa apresentou-se predominante em 15 empresas da amostra (Banco do Brasil, Braskem, Celesc, Coelce, Companhia Vale do Rio Doce, CPFL Energia, Gerdau, Invepar, MAHLE Metal Leve, OHL Brasil, Porto Seguro, Sanepar, Souza Cruz, Unibanco, WEG), no caso da Competência do Funcionário 5 empresas indicaram maior tendência a evidenciar esta categoria de CI (Cyrela Brazil Realty, Duratex, Grupo Pão de Açúcar, Suzano Papel e Celulose, e Votorantim Celulose e Papel), e 1 empresa obteve um empate entre a Estrutura Externa e a Competência do Funcionário (Natura), além de 1 empresa que não apresentou evidenciação dos elementos sociais na análise dos RAs (Dixie Toga).

Os resultados da evidenciação por categoria de CI nos sites por empresa identifica-se com a maior parte da amostra, 19 empresas com percentual superior de evidenciação da Estrutura Externa (ALL, Banco do Brasil, Braskem, Cataguazes-Leopoldina, CCR, Celulose Irani, Cemig, Duratex, Gerdau, Grupo Pão de Açúcar, Invepar, MAHLE Metal Leve, Natura, OHL Brasil, Porto Seguro, Sabesp, Unibanco, e

WEG), nesta análise a Estrutura Interna apresentou-se como a segunda categoria mais evidenciada, sendo a categoria de CI predominante em 13 empresas (Bradesco, Celesc, Copel, CSU Cardsystem, Diagnósticos da América, Energias do Brasil, Itaú, Souza Cruz, Suzano Papel e Celulose, Suzano Petroquímica, TAM, Ultrapar, e Votorantim Celulose e Papel), e a Competência do Funcionário a exemplo da análise anterior ficou com a menor parcela da amostra com 7 empresas (Aracruz, Companhia Vale do Rio Doce, CPFL Energia, Cyrela Brazil Realty, Dixie Toga, Duke Energy, e Sanepar) .

Na seqüência, apresenta-se a natureza da evidenciação do capital intelectual.

3.1.4 Natureza da Evidenciação dos Elementos de CI de Origem Social

A natureza da evidenciação do capital intelectual será apresentada por categorias: Competência do funcionário, Estrutura Interna e Estrutura Externa.

3.1.4.1 Natureza da Evidenciação na Categoria Competência do Funcionário na Matriz de Elementos de CI de Origem Social

Ao proceder a pesquisa, o autor da pesquisa observou durante a organização da amostragem em sua totalidade, utilizaram-se da produção textual (narrativa) para evidenciar o seu CI. Para ilustrar esta constatação, reproduzem, a seguir, alguns exemplos de divulgação do Capital Intelectual extraídos dos Relatórios Anuais e dos sites da amostra investigada. O objetivo é ilustrar a natureza das divulgações do CI e a forma como o autor realizou a leitura dos RAs e dos sites, e procedeu a análise das informações e a conseqüente associação destas ao respectivo elemento com o qual estavam correlacionadas.

O elemento **Educação ou aprendizado social** compõe-se basicamente das ações voltadas para o desenvolvimento educacional dos funcionários em todos os níveis do ensino formal, assim como a realização de projetos que visem estimular o aprendizado voltado para as questões sociais, em relação a este elemento a **Companhia Vale do Rio Doce** expressou a seguinte menção:

A partir do entendimento de que a **educação sustentável** envolve o estímulo à autogestão da aprendizagem, a Vale investe na formação cidadã, capacitando as pessoas para continuarem a se desenvolver nos âmbitos pessoal, social e profissional. (Relatório de Sustentabilidade 2006, p. 112, grifo do autor).

O elemento **Conhecimento de práticas responsáveis** abrange o Incentivo ao surgimento e a disseminação do conhecimento dos colaboradores em pró da execução de práticas e noções de responsabilidade social, a **Souza Cruz** ao expor as atividades de um de seus projetos fez a seguinte citação:

Participação Cidadã: A promoção de atividades relacionadas à cidadania engajou a participação da Souza Cruz em seminários relacionados à Governança Corporativa, Responsabilidade Social Corporativa, Ética Organizacional, e Empreendedorismo Rural. **Os funcionários da Souza Cruz participam destas atividades como difusores dos conceitos de cidadania corporativa e civil**, buscando aprimorar o nível das questões mencionadas acima. (Site da Companhia em 10/02/2008, grifo do autor).

Em relação ao elemento **Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social**, este abrange o conjunto de competências que vinculam a execução do trabalho com as práticas ou noções de responsabilidade social, a **Duke** fez a seguinte menção neste quesito:

Iniciativas participativas envolvendo diversas áreas da empresa continuaram em desenvolvimento e propiciaram integração entre as mesmas. Podem-se destacar: · implementação do Programa Fale Comigo, **desenvolvendo os trabalhadores nas habilidades de liderança, comunicação** e abordagem de saúde e segurança. (Relatório Anual de 2006, p. 9, grifo do autor).

O elemento **Conscientização Social (Voluntariado)** abrange as ações realizadas pelas empresas que visam estimular os colaboradores a realizarem ou participarem de ações socialmente corretas, de bem-estar social ou de filantropia, exercitando a consciência social ou a prática do voluntariado, o Banco **Itaú** veiculou em seu site a seguinte narrativa em relação ao assunto:

O **Programa Itaú Voluntário reflete um esforço que envolve os funcionários** do Banco Itaú, apoiando e estimulando o seu engajamento em ações sociais. Procura fortalecer o exercício da cidadania e reforçar o comprometimento do Grupo com as ações comunitárias. (Site da Empresa em 09/02/2008, grifo do autor).

O elemento **Atividades Esportivas** reporta-se a realização e ao incentivo a práticas de atividades esportivas, e de exercícios físicos, voltadas para o público interno da entidade, o **Grupo Pão de Açúcar** fez a seguinte menção a respeito:

Para aqueles que desejam incluir uma **atividade física** na sua rotina diária, a Empresa mantém uma academia de ginástica instalada no prédio-sede, freqüentada por mais de 200 pessoas diariamente. E, desde 2005, 99 lojas Pão de Açúcar, 136 do CompreBem e 7 Centrais de Distribuição dispõem do Espaço Viva Melhor, áreas temáticas destinadas aos momentos de descanso, lazer e relaxamento dos colaboradores. (Relatório Anual de 2006, p.59, grifo do autor).

O elemento **Atividades Culturais** abrange a realização e o incentivo de projetos voltados para as questões culturais ou que tenha relação com o patrimônio histórico ou folclórico direcionadas ao público interno da entidade, neste quesito a **TAM** expressou em seu site a seguinte menção:

Iniciativas que criam oportunidades de ampliar a rede de relações, incentivando a inclusão, convívio social e familiar a partir do reconhecimento da importância que cada indivíduo tem na vida das pessoas. Estas atividades disseminam opções para o aproveitamento do tempo livre, propiciando a **troca e a interação cultural entre os empregados**. Estimulam a expressão e o desenvolvimento de competências sociais e complementares às profissionais, além de incentivar a aquisição de informações, a ampliação de cultura e o contato com a diversidade cultural. (Site da Companhia em 12/02/2008, grifo do autor).

As ações que visam estimular práticas artísticas, musicais, e de danças, voltadas para o público interno à organização, estão expressas no elemento **Atividades Artísticas**, a menção feita pela **Celulose Irani** foi a seguinte:

Irani Cultural - Desde 2004, a Empresa organiza o **concurso de artes IRANI Cultural**. A proposta é estimular a criatividade dos colaboradores e seus dependentes e valorizar o papel Kraft, material oferecido para compor a criação dos trabalhos artísticos. (Relatório de Sustentabilidade de 2006, p.39, grifo do autor).

O elemento **Atividades de Lazer** compreende as ações de visam promover eventos recreativos e de entretenimento com o objetivo de proporcionar momentos de lazer aos funcionários no ambiente organizacional, em relação a este elemento a **Cyrela Brazil Realty** expõe a seguinte narrativa em seu Relatório Anual:

Baseando-se no resultado da pesquisa de clima que identificou a **qualidade de vida como um importante fator para o funcionário**, a Cyrela criou o

programa “Você em Equilíbrio”, por meio do qual realizou, em parceria com a empresa de assistência médica com a qual mantém convênio, um mapeamento para traçar o perfil da saúde de seus colaboradores, identificando os principais problemas e, dessa forma, direcionando as ações a serem tomadas. O programa proporciona informações e atividades periódicas relacionadas à qualidade de vida, como saúde, **lazer**, bem-estar, entre outros. (Relatório Anual 2006, p. 9, grifo do autor).

No site do **Bradesco**, foi exposta a seguinte menção relacionada a **Atividades de Lazer** direcionadas aos funcionários:

Atividades de Lazer: Estrutura especial na Cidade de Deus - sede do Bradesco - disponibilizada a todos os funcionários e dependentes. Conta com piscinas, campo de futebol e quadras poli - esportivas. (Site da Empresa em 23/01/2008, grifo do autor).

Em relação ao elemento **Qualificação vocacional** que abrange as práticas que visam o aprimoramento vocacional dos empregados, assim como o incentivo ao desenvolvimento de novas habilidades relacionadas ao trabalho, como treinamentos voltados aos colaboradores, a **ALL** apresentou a seguinte menção:

A Companhia desenvolve uma série de **programas de treinamento de valorização profissional**, realizados na Universidade Corporativa ALL (UniALL). Criada com o objetivo de disseminar e multiplicar o conhecimento entre os colaboradores, a instituição oferece educação contínua focada em resultados. É a única no País a ministrar treinamento técnico para a profissão de maquinista. Em 2006, foram destinados R\$5 milhões ao desenvolvimento de 4.692 colaboradores, num total de 446,6 mil horas de treinamento. (Relatório Anual on-line 2006, grifo do autor).

A natureza da evidenciação na categoria de CI Estrutura Interna na análise dos elementos de natureza social apresenta-se a seguir.

3.1.4.2 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Interna na Matriz de Elementos de CI de Origem Social

O elemento **Cultura Organizacional Responsável** retrata o comprometimento com as questões sociais e ambientais através da cultura ou filosofia organizacional da empresa, a **CCR** apresentou a seguinte narrativa:

O estímulo ao desenvolvimento socioeconômico, ambiental e cultural das comunidades localizadas ao longo das rodovias administradas pela CCR faz parte das diretrizes da Companhia desde sua criação. Tal prática tem **relação direta com a filosofia empresarial** da CCR e, conseqüentemente, com sua estratégia para o crescimento sustentável e a geração de valor

para os públicos envolvidos. (Relatório de Sustentabilidade 2006, p. 38, grifo do autor).

Em relação ao elemento **Cultura Organizacional Responsável a Sabesp** apresentou a seguinte menção:

Na Sabesp, a responsabilidade social é mais do que o somatório de ações sociais e ambientais. É, um amplo conjunto de compromissos e práticas incorporados à sua **cultura organizacional**, às estratégias de seu negócio e ao modo ético de conduzir as suas operações, sempre com foco na sustentabilidade. (Relatório da Administração de 2006, p.40, grifo do autor).

A divulgação por parte da empresa através de seu site ou Relatório Anual de seu Código de Ética, corresponde ao elemento **Código de Ética ou de Conduta**, uma vez que o enquadramento da postura dos integrantes da organização dentro de um conjunto de princípios éticos identifica-se como um importante fator para a consolidação da Responsabilidade Social Empresarial. No Relatório Anual da **Braskem** identificou - se a seguinte menção sobre o assunto:

Os instrumentos de controle de gestão foram aprimorados com a ampliação dos poderes do Conselho Fiscal, conforme determinação da SOX², e a criação de um Comitê de Ética, cuja função é avaliar denúncias de desvios de conduta recebidas através da Linha de Ética – um canal de comunicação sigiloso aberto a críticas e sugestões. O **Código de Conduta da Companhia** foi ampliado e revisto, valorizando o papel fiscalizador dos integrantes em relação ao cumprimento das exigências legais e éticas. (Relatório Anual de 2006, p.39, grifo do autor).

O elemento **Integração dos colaboradores** corresponde aos canais e mecanismos internos desenvolvidos pela organização para promover a cooperação e o convívio harmonioso além da integração entre os colaboradores. A companhia **Diagnósticos da América** ao relatar seus processos de aquisições de novas marcas fez a seguinte observação em relação à integração das novas equipes que se formaram:

Presença nos maiores mercados de saúde no Brasil, com manutenção da identidade das marcas de acordo com a percepção local dos clientes. O processo de aquisição de novas empresas e marcas procura **a integração das equipes existentes**, valorizando o conhecimento médico e o relacionamento com a comunidade regional. (Relatório Anual de 2006, p.20, grifo do autor).

² A sigla SOX refere - se à lei norte - americana Sarbanes - Oxley.

Outro exemplo de evidênciação do elemento **Integração dos colaboradores** pode ser constatado no seguinte fragmento do site da **Duratex**:

A Duratex, desde 2003, desenvolve o **Programa Embarque Nessa**, que tem por objetivo a **integração de seus colaboradores** através de programas de visitas dirigidas às unidades industriais e florestais da Empresa. Paralelamente, é estimulado o engajamento desses colaboradores em ações de voluntariado através de gincanas de cunho social. (Site da Empresa em 03/02/2008, grifo do autor).

No caso do elemento **Segurança e saúde no trabalho**, explica-se o fato destes dois componentes organizacionais internos apresentam-se agrupados em um único elemento no presente trabalho, por inspiração na Norma OHSAS 18001 – Sistema de Gestão da Saúde e Segurança do Trabalhador. O elemento diz respeito à estrutura que a organização dispõe, além dos projetos direcionados para garantir as condições necessárias de saúde e segurança no trabalho. A **Suzano Petroquímica** apresenta a seguinte menção voltada a esta temática:

A Suzano Petroquímica busca utilizar as melhores práticas para proteger e promover a **saúde e a segurança de seus colaboradores** efetivos e contratados. A Companhia parte do princípio de que todo acidente pode ser evitado, e que os seus colaboradores devem contribuir para isso. Em 2001, a Companhia implementou o Sistema Integrado de Gestão em Saúde, Segurança, Conservação Ambiental e Qualidade, que foi certificado pelas normas ISO 9001 – Sistema de Gestão da Qualidade, ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental e OHSAS 18001 – Sistema de Gestão da Saúde e Segurança do Trabalhador. (Site da Empresa em 13/02/2008, grifo do autor).

O elemento **Práticas Trabalhistas** abrange a noção de uma estrutura disponibilizada pela organização a favor do respeito aos direitos trabalhistas de seus colaboradores, que no ponto de vista do autor do presente estudo, indique ações que vão além do que é obrigatório perante a lei. A **Cemig** apresenta o seguinte vínculo entre busca da melhoria das práticas trabalhistas com o seu Planejamento Estratégico:

Refletindo a gestão do clima organizacional, a Cemig foi classificada entre as 150 melhores empresas para trabalhar no Brasil, segundo o Guia Exame – Você S.A. A pesquisa levou em conta fatores como o índice de felicidade no trabalho, a qualidade do ambiente de trabalho, a opinião dos empregados sobre a empresa e o que é oferecido em termos de remuneração, carreira profissional, saúde e responsabilidade social, dentre outros. **Ser uma das melhores empresas para trabalhar faz parte do Planejamento Estratégico da Cemig.** (Relatório Anual de 2006, p.144, grifo do autor).

As menções que ilustram a natureza da evidenciação dos elementos que compõe a categoria de CI Estrutura Externa apresentam-se a seguir.

3.1.4.3 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Externa na Matriz de Elementos de CI de Origem Social

A menção por parte da organização que identifica um vínculo entre a marca da entidade e a concepção de Responsabilidade Social, adotada no presente estudo, estão retratadas pelo elemento **Ligação da Marca com a Responsabilidade Social**. Em seu Relatório Anual a **Energias do Brasil** salienta o vínculo de sua logomarca com a questão social.

A **logomarca do Grupo**, criada internacionalmente em 2005, reflete a personalidade e os valores de uma empresa que tem sua estratégia baseada na sustentabilidade. É representada por um sorriso aplicado sobre fundo vermelho, que **simboliza a proximidade com os clientes e o compromisso com a construção de uma sociedade mais inclusiva, que promova o bem-estar da população**. (Relatório Anual de 2006, p.56, grifo do autor).

A questão da difusão do conceito de Responsabilidade Social e Ética por meio da companhia, objetivando conscientizar seu público externo, constituem o elemento **Conscientização social dos Clientes**. A preocupação em conscientizar seus clientes apresenta-se da seguinte forma no Relatório Anual da **Sabesp**:

Além do compromisso de responsabilidade social intrínseco à sua missão a Sabesp procura fornecer produtos e serviços dentro de parâmetros de justiça social, com respeito irrestrito aos direitos do consumidor e **uma preocupação permanente em informar e educar as pessoas para o consumo consciente** da água. Vale lembrar que a Companhia não cobra pela água em si, que é um bem público, mas sim pelos serviços tratamento e distribuição, e também pela coleta e tratamento do esgoto. (Relatório da Administração de 2006, p.44, grifo do autor).

O elemento **Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais** abrange as menções expostas pelas empresas que permitem identificar a existência de um laço entre o nome da companhia, e ou a sua imagem como sendo diretamente relacionada com a noção de Responsabilidade Social. A **Coelce** apresenta a seguinte menção ao relacionar os seus projetos sociais e educacionais a sua imagem:

Como forma de identificar seu foco de atuação social nos projetos sociais a serem desenvolvidos para as comunidades de sua área de concessão, em 2006 a COELCE realizou uma pesquisa de **imagem** institucional junto aos seus clientes/ consumidores com o objetivo de focar suas ações às demandas desse público. Esta pesquisa foi realizada por uma empresa especializada e os resultados apontaram para a necessidade de iniciativas sociais por parte da Companhia direcionadas para a educação, pois, segundo a pesquisa, o cearense acredita que a educação é um valor essencial para o seu crescimento. (Relatório de Sustentabilidade de 2006, p.156, grifo do autor).

A participação ativa em projetos e ações de Responsabilidade Social, assim como o relacionamento da companhia com a comunidade de seu entorno, abrange o entendimento do elemento **Integração e parcerias com a Comunidade**. A **Duratex** assim manifestou em seu site a relação que possui com a comunidade:

As ações voltadas à responsabilidade social concentram-se em programas direcionados às **comunidades próximas às unidades da Companhia**, tendo como foco a profissionalização de jovens, a educação e o desenvolvimento de consciência ambiental. Ações voltadas aos seus colaboradores buscam estimular as iniciativas de voluntariado através de projetos desenvolvidos em parceria com entidades do Terceiro Setor. (Site da Empresa em 03/02/2008, grifo do autor).

O elemento **Participação em Comunidades Carentes** abrange as ações das empresas direcionadas para as comunidades de baixa renda ou fragilidade social. Em seu Relatório Anual a **Cataguazes-Leopoldina** expôs a seguinte narrativa sobre sua parceria com comunidades carentes:

Programa Comunidades: a iniciativa da SAELPA³ busca criar condições para geração sustentada de renda através da promoção de cursos profissionalizantes e organização do trabalho permitem a inserção social de **comunidades carentes**. (Relatório Anual de 2006, p.59, grifo do autor).

A interação das políticas sociais da companhia, e a realização de programa que visem promover a defesa dos direitos das comunidades indígenas, integram o elemento **Atividades com povos indígenas**. No Relatório Anual da **CPFL** identificou-se a seguinte narrativa sobre a questão das comunidades indígenas:

Gestão da **Questão Indígena** é um dos programas sócio-ambientais do empreendimento e tem por objetivo a compensação aos índios Avá - Canoeiro pela construção da usina em parte de território indígena, que

³ Sociedade Anônima de Eletrificação da Paraíba (SAELPA), empresa sobre a qual a Cataguazes-Leopoldina exerce participação societária.

ocupa 38.000 hectares no alto curso do rio Tocantins. (Relatório Anual de 2006, p.135, grifo do autor).

A questão da inclusão social apresenta - se como uma parceria da empresa com a comunidade, onde o objetivo apresenta – se em promover o acesso de todos os indivíduos, a cidadania, ao trabalho, e a justiça. O elemento **Projetos e ações de inclusão social** reporta-se às políticas inclusivas adotadas e promovidas pela organização. A **Duratex** apresenta a seguinte menção ao tema:

A Duratex tem consciência de seu papel como empresa na sociedade e acredita que a cidadania corporativa e investimentos em projetos de **inclusão social** são os únicos caminhos para a perpetuação e integração de seu negócio à vida das comunidades onde atua. As ações sociais da Duratex representaram investimentos de R\$ 2 milhões em 2006. Essas ações, definidas por todos os funcionários, concentram-se em programas voltados para as comunidades vizinhas às unidades da Empresa. Os dois principais focos são a profissionalização de jovens e a educação ambiental. (Relatório Anual de 2006, 61, grifo do autor).

O elemento **Projetos e ações de valorização da diversidade racial** refere-se às políticas adotadas pelas organizações que visam promover o respeito e a valorização da diversidade étnica. A **Companhia Vale do Rio Doce**, fez a seguinte menção a respeito dos projetos desenvolvidos pela empresa com as comunidades quilombola:

Desde 2005, a Vale também se relaciona com **comunidades quilombolas** em Moju, no Pará, que ficam próximas às operações de bauxita em Paragominas. Diversas ações da Companhia em 2006 beneficiaram 13 comunidades quilombolas: São Bernardino, Santa Luzia do Tracuateua, Nossa Senhora das Graças, Santa Maria do Tracuateua, das Graças, Santa Maria do Tracuateua, Jacundaí, Vila Nova, Ribeira, Centro Ouro Bom Jesus, Santana do Baixo, Santo Cristo, Conceição do Mirindeua, Santa Maria do Mirindeua. (Relatório de Sustentabilidade de 2006, p.86, grifo do autor).

A **Porto Seguros** identifica em seu site o seguinte projeto direcionado ao incentivo de práticas esportivas voltadas as comunidades ao seu entorno, que na seguinte pesquisa esta identificada pelo elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas**.

Esporte em Ação e Ginástica na Praça: Os esportes tornam a aprendizagem mais atrativa e desperta maior interesse em aprender os conceitos básicos de cooperação e cidadania. O Programa é composto por sessões de aprendizado fisicamente ativo dos Esportes e Jogos Cooperativos, visando desenvolver flexibilidade, força e velocidade e

facilitar a integração social da comunidade. (Site da empresa em 10/02/2008, grifo do autor).

O site do **Banco do Brasil** apresenta a seguinte menção do elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas culturais**, que abrange as atividades da empresa em favor da cultura, ao patrimônio histórico, e ao folclore, no ambiente externo a empresa:

O Programa Educativo de visitas orientadas às exposições do Circuito **Cultural** e dos Centros Culturais possibilitou o contato de mais de 209 mil crianças e adolescentes com a arte, em sua maioria proveniente de comunidades carentes. (Site da Empresa em 23/01/2008, grifo do autor).

As ações promovidas pelas empresas a favor da educação e do aprendizado das comunidades de seu entorno, estão englobadas no elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais**. No seu Relatório Anual a **Ultrapar** retrata a questão da educação para as comunidades da seguinte forma:

A atuação social da Ultrapar tem como filosofia colaborar para o aprimoramento e a disseminação da educação, como forma de inclusão social. Além de destinar recursos a ações que impulsionam a melhoria da qualidade de vida das comunidades, a Companhia conta com a adesão de seus funcionários em diversos programas e campanhas que cumprem a **finalidade de melhorar a educação**. (Relatório Anual de 2006, p. 39, grifo do autor).

O incentivo às atividades artísticas, musicais, de dança, de cinema, e teatro voltados aos públicos externos à empresa são os componentes do elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas**. Em relação à promoção de atividades artísticas a **Invepar** reflete a segunda menção ao tema:

Cinemaneiro e Prêmio Talento Cinemaneiro (RJ) Visa o autodesenvolvimento e a profissionalização de jovens em atividades na área audiovisual (linguagem cinematográfica, roteiro, produção, câmera, som e edição), possibilitando a geração de trabalho e renda. Em 2006, foram beneficiados 125 jovens das comunidades do entorno da Linha Amarela. Para estimular a **produção de filmes e o exercício da criatividade**, promoveu-se o 2º Prêmio Talento Cinemaneiro. O concurso teve a inscrição de 18 roteiros de ex-alunos do Cinemaneiro e premiou em dinheiro os 5 melhores curtas-metragens. (Relatório Anual de 2006, p.23, grifo do autor).

O elemento **Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer** que abrange as atividades recreativas, e voltadas para o lazer, e ao entretenimento,

promovidas pela empresa para o seu público externo. O **Unibanco** apresenta a seguinte menção sobre a questão do lazer para os clientes.

Em 2003, o Unibanco criou o Clube A, uma associação civil sem fins lucrativos, que visa promover a valorização de pessoas aposentadas e seu convívio em sociedade, por meio de atividades sociais, **lazer** e cultura, e trabalho solidário, além de oferecer benefícios e descontos em locais conveniados. (Relatório Anual de 2006, p.78, grifo do autor).

Os resultados obtidos na análise dos elementos de CI de natureza ambiental apresentam-se a seguinte.

3.2 EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DE ORIGEM AMBIENTAL NOS SITES E NOS RELATÓRIOS ANUAIS (RAs).

Esta seção do trabalho apresenta as análises realizadas para a obtenção das frequências de evidenciação apresentadas por elemento de CI de natureza ambiental propostos pelo presente estudo.

3.2.1 Evidenciação do CI de Natureza Ambiental por Empresas

Os procedimentos utilizados para detectar a evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza ambiental são os mesmos adotados na análise social. As empresas receberam uma numeração começando do nº. 1, identificado como a empresa ALL, e indo até o nº. 39, identificado como a empresa WEG, conforme consta na Tabela abaixo. Do total de 39 empresas da amostra, apenas a empresa 18 – Dixie Toga não evidencia algum elemento de capital intelectual nos RAs, pois no site evidenciou 5 elementos. Já na análise dos sites das empresas não foram detectados os elementos de natureza ambiental em 4 empresas da amostra, a empresa 6 Cataguazes-Leopoldina, a empresa 7 CCR, a empresa 15 CSU Cardsystem, e a empresa 16 Cyrela Brazil Realty. Apesar da não obrigatoriedade da evidenciação destes elementos por parte das empresas, a postura adotada por estas demonstra que as empresas estão tendo a percepção de que optar pela divulgação pode constituir-se como um fator estratégico importante para as mesmas.

A Tabela 7 apresenta os resultados obtidos por empresa, em termos numéricos e percentuais. Quando o resultado aparecer na cor verde na tabela, significa que obteve uma melhor evidenciação na fonte de pesquisa que estiver diretamente listada (RAs ou site); os resultados em vermelho referem-se a fonte de pesquisa com menor evidenciação; e, os resultados em azul equivalem a obtenção de resultados iguais nos RAs e nos sites.

Tabela 7: Comparação entre os resultados obtidos na análise ambiental.

	Empresas da Amostra	Resultados Matriz Ambiental - RAs	Percentuais Matriz Ambiental - RAs	Resultados Matriz Ambiental - Sites	Percentuais Matriz Ambiental - Sites
1	ALL	5	45%	7	64%
2	Aracruz Celulose	8	73%	7	64%
3	Banco Bradesco	7	64%	7	64%
4	Banco do Brasil	2	18%	3	27%
5	Braskem	7	64%	5	45%
6	Cataguazes-Leopoldina	4	36%	0	0%
7	CCR	8	73%	0	0%
8	Celesc	7	64%	5	45%
9	Celulose Irani	7	64%	5	45%
10	Cemig	6	55%	7	64%
11	Coelce	7	64%	7	64%
12	Companhia Vale do Rio Doce	7	64%	7	64%
13	Copel	7	64%	8	73%
14	CPFL Energia	7	64%	7	64%
15	CSU Cardsystem	2	18%	0	0%
16	Cyrela Brazil Realty	2	18%	0	0%
17	Diagnósticos da América	7	64%	5	45%
18	Dixie Toga	0	0%	5	45%
19	Duke Energy	5	45%	4	36%
20	Duratex	6	55%	7	64%
21	Energias do Brasil	8	73%	6	55%
22	Gerdau	6	55%	7	64%
23	Grupo Pão de Açúcar	5	45%	4	36%
24	Invepar	5	45%	5	45%
25	Itaú	3	27%	6	55%
26	MAHLE Metal Leve	5	45%	5	45%
27	Natura Cosméticos	10	91%	9	82%
28	OHL Brasil	8	73%	2	18%
29	Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais	3	27%	2	18%
30	Sabesp	6	55%	5	45%
31	Sanepar	6	55%	5	45%
32	Souza Cruz	4	36%	6	55%
33	Suzano Papel e Celulose	6	55%	7	64%

34	Suzano Petroquímica	7	64%	5	45%
35	TAM Linhas Aéreas	2	18%	3	27%
36	Ultrapar Participações	4	36%	4	36%
37	Unibanco	4	36%	5	45%
38	VCP - Votorantim Celulose e Papel	7	64%	6	55%
39	WEG	3	27%	5	45%

Fonte: Elaborada pelo Autor

Em 19 empresas da amostra os Relatórios Anuais apresentaram-se como o meio mais utilizado para a evidenciação dos elementos intangíveis de natureza ambiental (Aracruz Celulose, Braskem, Cataguazes-Leopoldina, CCR, Celesc, Celulose Irani, CSU Cardsystem, Cyrela Brazil Realty, Diagnósticos da América, Duke Energy, Energias do Brasil, Grupo Pão de Açúcar, Natura Cosméticos, OHL Brasil, Porto Seguro, Sabesp, Sanepar, Suzano Petroquímica, VCP - Votorantim Celulose e Papel), seguindo a mesma tendência observada na análise social, os Relatórios Anuais foram os mecanismos predominantes para a evidenciação dos elementos de CI de natureza ambiental. Em 13 empresas os sites caracterizam-se como sendo o mecanismo mais utilizado para a evidenciação (ALL, Banco do Brasil, Cemig, Copel, Dixie Toga, Duratex, Gerdau, Itaú, Souza Cruz, Suzano Papel e Celulose, TAM, Unibanco, WEG), e em 7 empresas ocorreu empate entre os dois mecanismos de divulgação analisados (Banco Bradesco, Coelce, Companhia Vale do Rio Doce, CPFL Energia, Invepar, MAHLE Metal Leve, Ultrapar Participações).

Passa-se a análise da frequência de divulgação dos elementos de capital intelectual e a identificação da categoria mais representativa.

3.2.2 Evidenciação dos Elementos de Natureza Ambiental na Amostra

A matriz de elementos ambientais compõe-se de 11 elementos assim distribuídos nas três categorias de CI: 4 elementos na Competência do Funcionário, 2 elementos na Estrutura Interna, e 5 elementos na Estrutura Externa, conforme apresentado anteriormente na subseção 1.4.5 - Procedimentos para registro e análise dos dados. Caso o total na última linha da matriz ambiental, tanto na análise dos RAs quanto na dos sites, fosse igual a 429 elementos (11 elementos x 39 empresas), corresponderia a 100% de evidenciação de elementos ambientais. Os

resultados totais por elementos ambientais apresentam-se na Tabela 8, assim como o percentual de evidenciação total por elemento:

Tabela 8: Resultados da Análise dos Elementos de CI de origem Ambiental na análise ambiental

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Total		%	
		RA s	site	RAs	site
	Competência do funcionário				
1	Educação ou aprendizado ambiental	23	17	59%	44%
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	5	3	13%	8%
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	7	4	18%	10%
4	Conscientização Ambiental	21	17	54%	44%
	Estrutura Interna				
5	Processos de Gestão Sustentáveis	30	31	77%	79%
6	Processos de Captação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	32	31	82%	79%
	Estrutura Externa				
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	2	2	5%	5%
8	Conscientização ambiental dos Clientes	22	26	56%	67%
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	7	0	18%	0%
10	Integração e parcerias com a Comunidade	28	28	72%	72%
11	Postura sustentável	36	33	92%	85%
	Total	213	193		

Fonte: Elaborada pelo Autor

Na análise da evidenciação dos elementos de CI de origem ambiental por meio dos RAs, obteve-se um total de 213 elementos, correspondendo a um percentual de evidenciação de 50% (213 elementos identificados / 429 elementos possíveis de serem identificados). A evidenciação através dos sites identificou-se um total de 193 elementos evidenciados, representando um percentual de evidenciação igual a 45% (193 elementos obtidos / 429 elementos possíveis de serem identificados), conforme Figura 13:

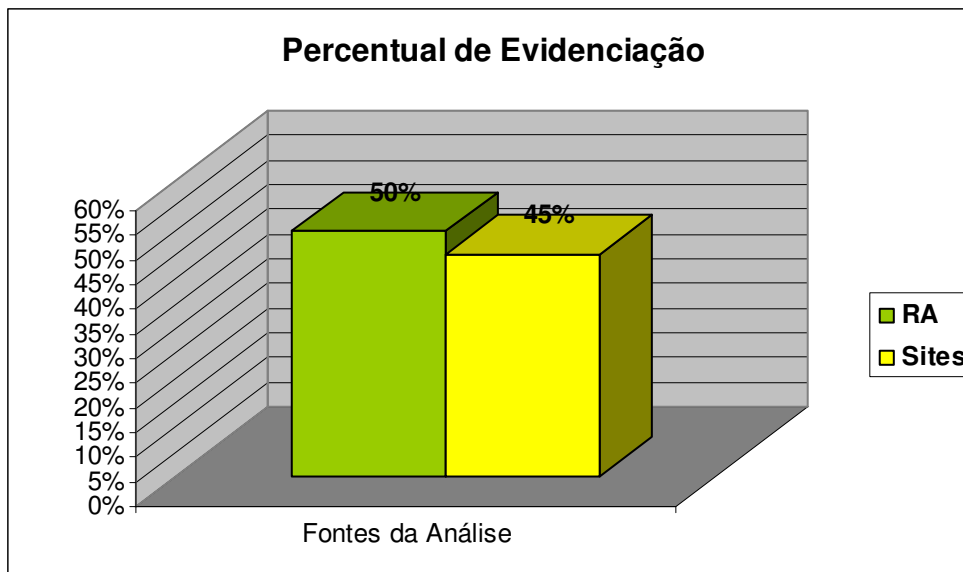


Figura 13: Percentual total de evidenciação por fonte de pesquisa na análise ambiental.

Fonte: Elaborada pelo Autor

Observe-se que a evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza Ambiental pelas empresas apresenta-se regular nos Relatórios Anuais, uma vez que se atingiu a marca de 50% de evidenciação dos elementos propostos pelo estudo, já no que diz respeito à evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza ambiental por meio dos sites, esta se demonstra insatisfatória, uma vez que se detectou apenas 45% de evidenciação. Em relação à fonte de evidenciação – RAs e sites - pode-se inferir que a evidenciação por meio dos RAs apresentou-se como a mais utilizada pelas empresas, assim como o constatado anteriormente na análise dos elementos de natureza social. Observa-se que em apenas 2 elementos dos 11 que compõem a matriz, os sites obtiveram resultados superiores aos detectados nos RAs: (i) Processos de Gestão Sustentável, (ii) e Conscientização ambiental dos Clientes.

O elemento mais evidenciado em ambas as fontes de pesquisa foi '**Postura sustentável**', outro elemento que obteve uma expressiva freqüência de evidenciação foi '**Processos de Captação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)**'. O elemento menos evidenciado nos RAs foi 'Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental', e o elemento 'Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais' não obteve nenhuma menção nos sites.

Especificamente na categoria Competência do Funcionário, verifica-se que o elemento **Educação ou aprendizado ambiental** destaca-se com a maior frequência de evidenciação da categoria nas duas análises, sendo identificado nos RAs de 23 empresas, e nos sites de 17 empresas. O elemento **Conscientização Ambiental** também alcançou resultados relevantes neste componente de CI, com a sua evidenciação nos RAs de 21 empresas, e nos sites de 17 empresas. O elemento com a menor frequência de identificações em ambas as análises foi: Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental, identificado nos RAs de 5 empresas, e nos sites de apenas 3 empresas.

As representações gráficas da contribuição percentual por elemento da categoria de CI Competência do Funcionário da análise ambientais dos RAs apresenta-se na Figura 14. Os números das legendas das Figuras 14 e 15 equivalem à numeração atribuída aos elementos conforme estes foram listados na Tabela 8.

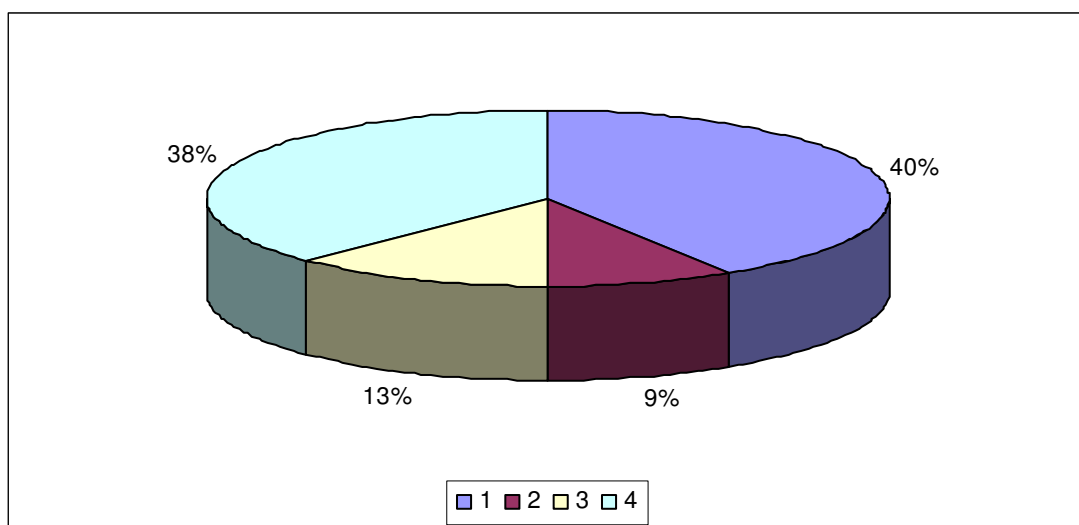


Figura 14: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise ambiental dos RAs.

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 15 apresenta a contribuição percentual obtida por elemento de CI da categoria competência dos funcionários na análise ambiental dos sites:

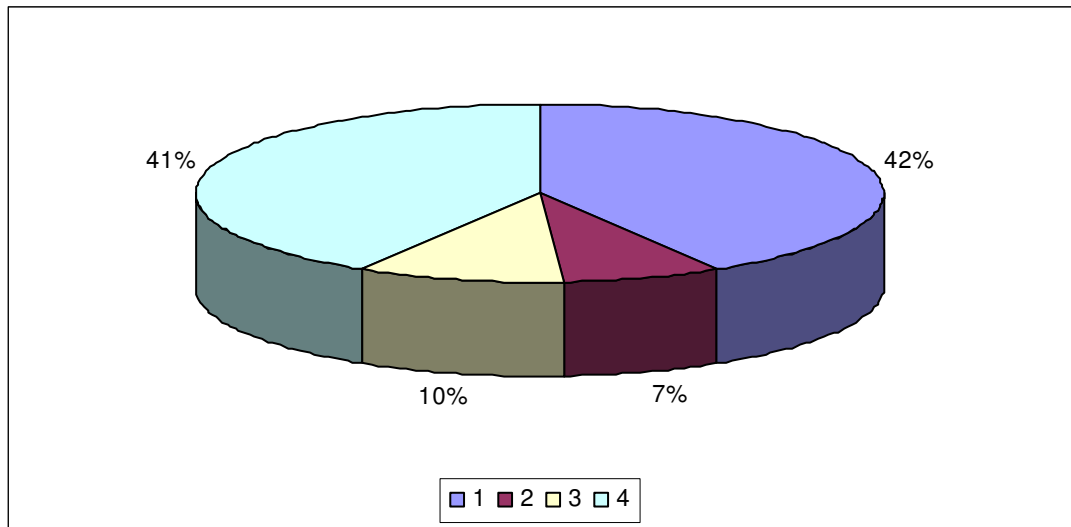


Figura 15: Contribuição percentual por elemento da Competência do Funcionário na análise ambiental dos Sites.

Fonte: Elaborada pelo Autor

Na observação pontual dos elementos que compõe a categoria de CI Estrutura Interna identificaram-se resultados semelhantes nas duas fontes de análise (RAs – sites). O elemento **Processos de Gestão Sustentáveis** na análise dos sites registrou um resultado melhor, sendo identificado em 31 empresas, e o elemento **Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)**, obteve uma melhor evidenciação por meio dos RAs, sendo detectado em 32 empresas. Outro fato importante detectado foi que esta categoria obteve o melhor percentual de evidenciação nas duas análises ambientais

A Figura 16 demonstra o percentual de contribuição por elemento de CI da categoria Estrutura Interna na análise dos RAs, sendo que os números das legendas das Figuras 16 e 17 representam os elementos segundo a seqüência apresentada na Tabela 8.

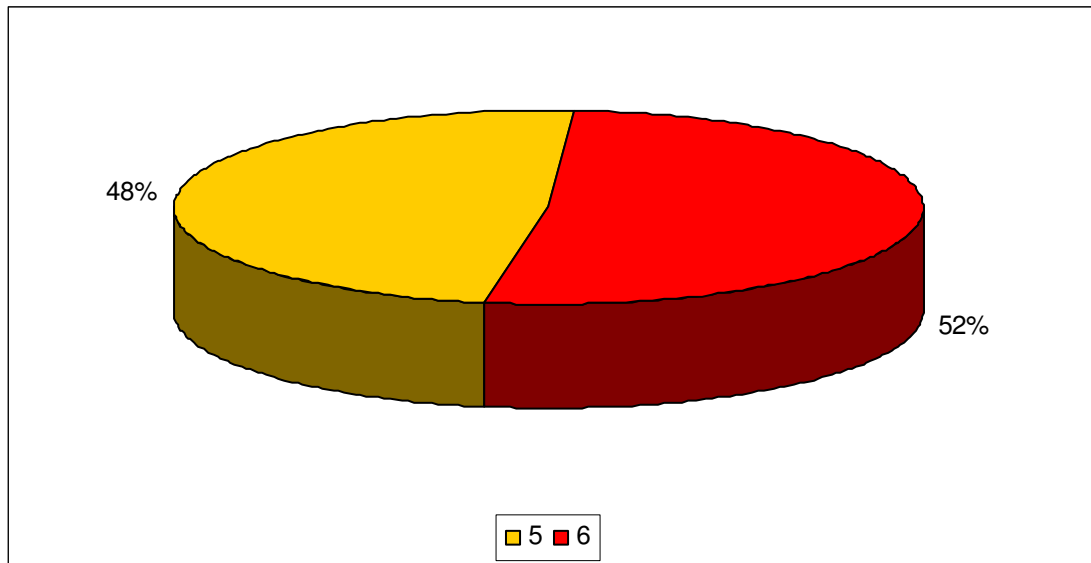


Figura 16: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise ambiental dos RAs

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 17 apresenta os percentuais por elemento que compõe a categoria Estrutura Interna na análise ambiental dos sites:

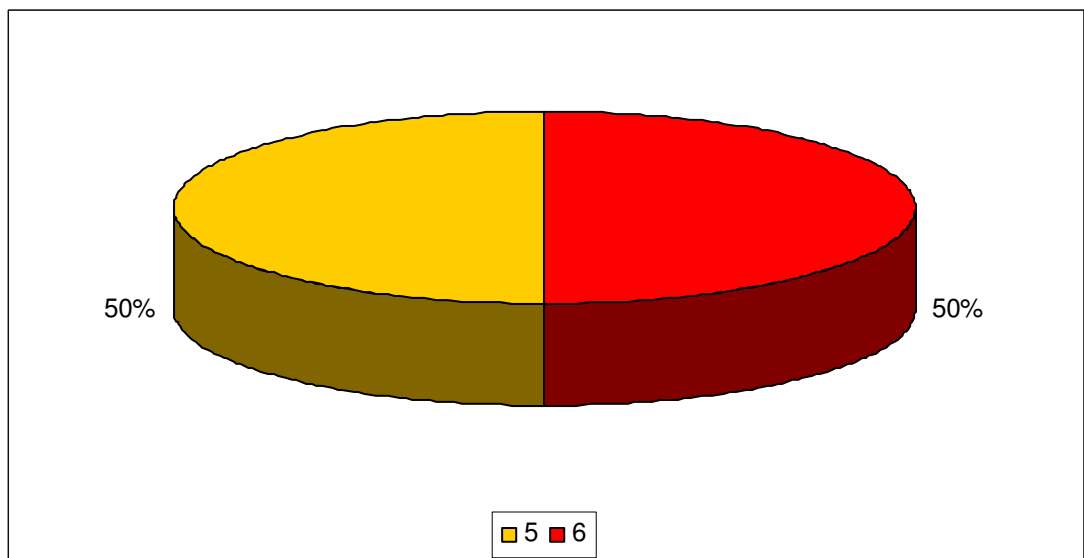


Figura 17: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Interna na análise ambiental dos sites

Fonte: Elaborada pelo Autor

Em relação à Estrutura Externa, nas duas análises ambientais consolidou-se como sendo a segunda categoria de CI com maior percentual de evidenciação, e os resultados obtidos na observação dos RAs apenas não foram superiores aos detectados nos sites no elemento Conscientização Ambiental dos Clientes.

O elemento **Postura Sustentável** obteve a maior freqüência de evidenciação na análise da categoria, e também em toda a análise de elementos ambientais em ambas as fontes do estudo, sendo detectado nos RAs de 36 empresas, e nos sites de 33 empresas. O elemento com menor número de identificações nos RAs foi **Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental**, detectado em 2 empresas, já nos sites o elemento **Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais** não foi identificado em nenhuma das empresas integrantes da amostra.

O percentual de representatividade por elemento em relação ao total de evidenciação detectado na categoria **Estrutura Externa** na análise dos RAs apresenta-se na Figura 18, sendo que cada elemento da categoria que consta nas legendas das Figuras 18 e 19 segue a mesma ordenação proposta na Tabela 8.

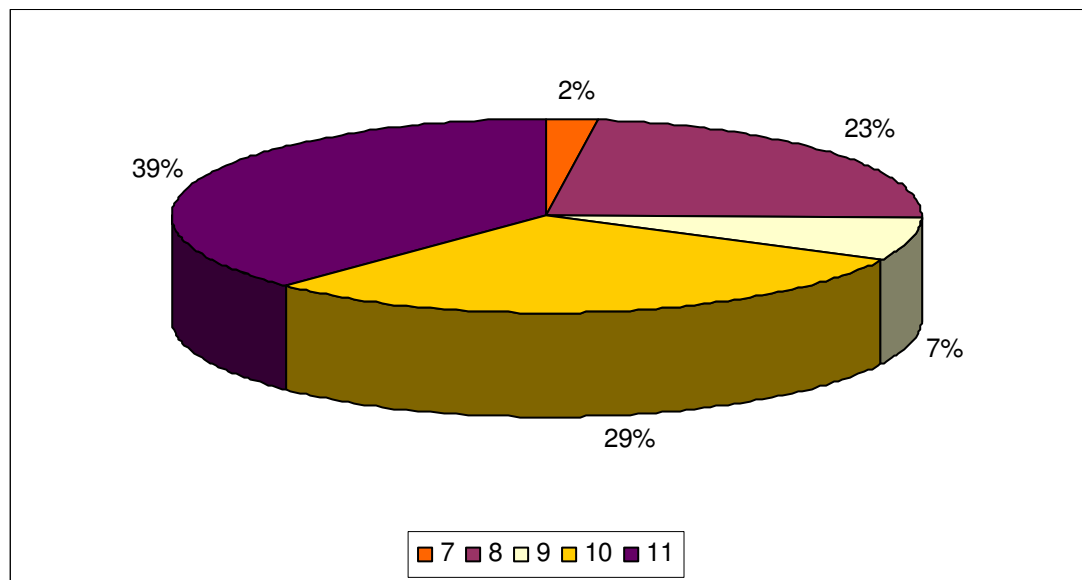


Figura 18: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise ambiental dos RAs

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Figura 19 apresenta os percentuais por elemento da categoria **Estrutura Externa** detectados na análise ambiental dos sites das empresas:

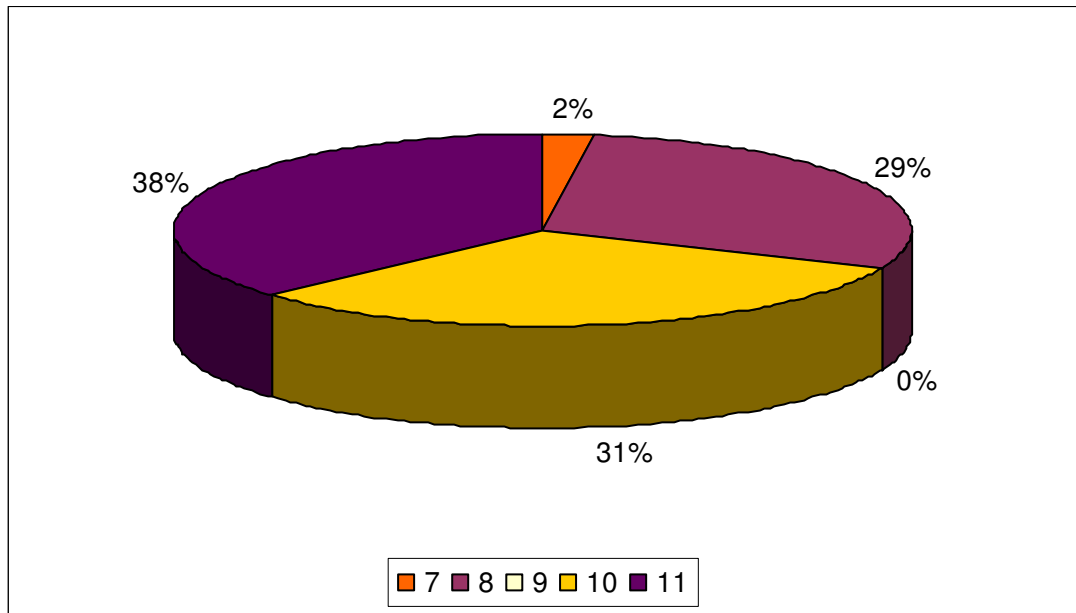


Figura 19: Contribuição percentual por elemento da Estrutura Externa na análise ambiental dos sites

Fonte: Elaborada pelo Autor

Passa-se, agora, a identificação da categoria CI mais representativa.

3.2.3 Evidenciação dos Elementos de Natureza Ambiental por Categoria de CI

Para proceder à análise por categorias de CI de origem ambiental faz-se necessária à utilização dos mesmos procedimentos de ponderação adotados anteriormente na análise por categorias de CI da Matriz de elementos sociais. A seguir apresentam-se as etapas de ponderação dos resultados obtidos na análise ambiental dos Relatórios Anuais.

Na categoria Competência dos Funcionários a quantidade total possível no caso de atingir 100% de evidenciação seria 156 elementos (39 empresas x 4 elementos da categoria), foram identificados durante a análise 56 elementos evidenciados, o valor obtido foi dividido pelo total possível (56 elementos evidenciados / 156 elementos possíveis de serem evidenciados na categoria) tendo como resultado 0,36, ou 36% da evidenciação na categoria.

A Estrutura Interna caso apresenta-se uma evidenciação total de 100%, registraria 78 elementos (39 empresas x 2 elementos da categoria), e o estudo apontou a evidenciação de 62 elementos, ao dividir o resultado evidenciado pelo

total possível (62 elementos evidenciados / 78 elementos possíveis de serem evidenciado na categoria) obteve-se como resultado 0,79 ou 79% de evidenciação na categoria.

Em relação à Estrutura Externa a evidenciação que seria equivalente a 100% apresentaria o total de 195 elementos (39 empresas x 5 elementos da categoria), e identificou-se a evidenciação de 95 elementos (95 elementos evidenciados / 195 elementos possíveis de serem evidenciados na categoria), portanto o resultado obtido foi de 0,49, ou 49% da evidenciação nesta categoria.

Os resultados obtidos por categoria foram somados (0,36 + 0,79 + 0,49), chegando ao fator 1,64. Esse fator apresenta-se como denominador que foi dividido por cada resultado identificado nas três categorias. Assim, como anteriormente nas análises sociais, obtiveram-se os percentuais ponderados por categoria, que por sua vez permite a comparação ente os resultados. As etapas adotadas para o cálculo de ponderação dos resultados detectados na análise ambiental dos RAs apresenta-se com detalhes na Tabela 9:

Tabela 9: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise ambiental dos RAs.

	Número de elementos identificados nos RAs	/	Número de elementos equivalentes a 100% de evidenciação nos RAs	=	Resultado	x	Percentual em relação ao total evidenciado nos RAs
Competência do funcionário	56	/	156	=	0,36	100	36%
Estrutura Interna	62	/	78	=	0,79	100	79%
Estrutura Externa	95	/	195	=	0,49	100	49%
Fator (0,36+0,79+0,49) = 1,64							
	Resultado	/	Fator	=	Resultado ponderado por Categoria nos RAs	x	Percentual ponderado por Categoria nos RAs
Competência do funcionário	0,36	/	1,64	=	0,22	100	22%
Estrutura Interna	0,79	/	1,64	=	0,48	100	48%
Estrutura Externa	0,49	/	1,64	=	0,30	100	30%

Fonte: Elaborada pelo Autor

A Estrutura Interna com 48% de representatividade apresenta-se como o componente de CI mais representativo na análise ambiental dos RAs, em segundo lugar com 30% de representatividade identifica-se a Estrutura Externa. A Competência do Funcionário corresponde aos 22% restantes da evidenciação por categorias da análise dos RAs, conforme apresenta a Figura 20:

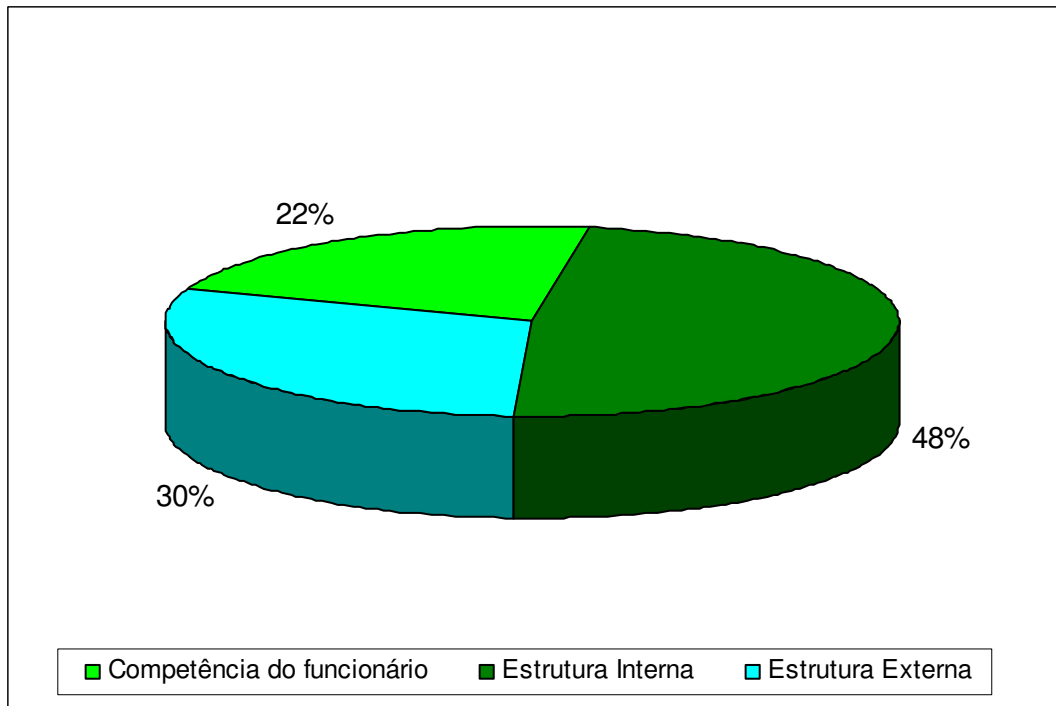


Figura 20: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise ambiental dos RAs

Fonte: Elaborada pelo Autor

Para o cálculo de ponderação dos resultados por categorias de CI na análise ambiental dos sites, foram adotados os mesmos procedimentos descritos anteriormente para os RAs. A Tabela 10 apresenta detalhadamente as etapas do cálculo de ponderação na análise ambiental dos sites:

Tabela 10: Etapas para a obtenção do percentual ponderado na análise ambiental dos sites

	Número de elementos identificados nos sites		Número de elementos equivalentes a 100% de evidência nos sites		Resultado		Percentual em relação ao total evidenciado nos sites
Competência do funcionário	41	/	156	=	0,26	x 100	0,26
Estrutura Interna	62	/	78	=	0,79	x 100	0,79
Estrutura Externa	89	/	195	=	0,46	x 100	0,46
Fator (0,26+0,79+0,46) =					1,51		
	Resultado		Fator		Resultado ponderado por Categoria nos RA		Percentual ponderado por Categoria nos sites
Competência do funcionário	0,26	/	1,51	=	0,17	x 100	17%
Estrutura Interna	0,79	/	1,51	=	0,53	x 100	53%
Estrutura Externa	0,46	/	1,51	=	0,30	x 100	30%

Fonte: Elaborada pelo Autor

Assim como o resultado obtido na observação dos RAs, a Estrutura Interna manteve-se em primeiro lugar como categoria com maior percentual de evidência na matriz de elementos ambientais na análise dos sites das empresas, com uma participação de 53%. Resultado percentual mais expressivo identificado em todas as análises.

A Estrutura Externa obteve o segundo lugar com os mesmos 30% de evidência, e a categoria Competência do Funcionário consolida-se como a menos representativa em todas as análises, sociais e ambientais, com a particularidade identificada nesta análise ambiental feita nos sites, onde o resultado atingido pela Competência do Funcionário foi de 17%, portanto a menor participação percentual de todas as análises, conforme Figura 21:

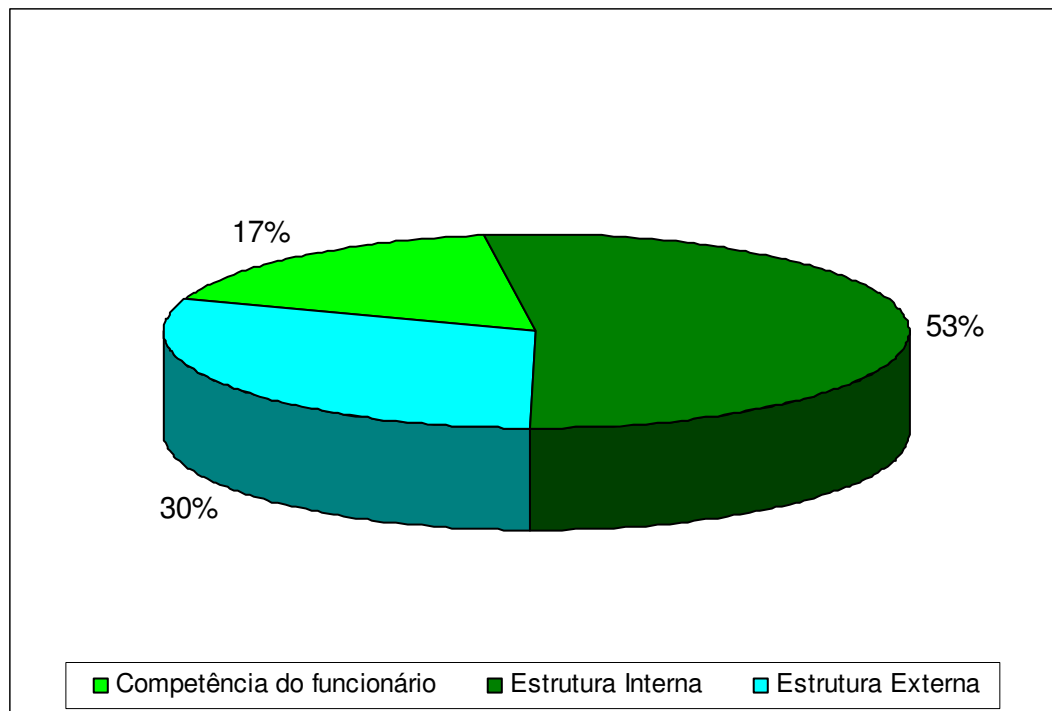


Figura 21: Parcela de representatividade por Categoria de CI na análise ambiental dos sites

Fonte: Elaborada pelo Autor

Na análise individual dos RAs, 29 empresas apresentaram maior percentual de evidência dos elementos da Estrutura Interna (Aracruz, Bradesco, Braskem, Cataguazes-Leopoldina, CCR, Celesc, Celulose Irani, Cemig, Coelce, Companhia Vale do Rio Doce, Copel, CPFL Energia, CSU Cardsystem, Cyrela Brazil Realty, Duratex, Energias do Brasil, Gerdau, Itaú, MAHLE Metal Leve, OHL Brasil, Porto Seguro, Sabesp, Sanepar, Suzano Papel e Celulose, Suzano Petroquímica, Ultrapar, Unibanco, Votorantim Celulose e Papel, e WEG), em 6 empresas obtiveram uma participação melhor na Estrutura Externa (ALL, Duke Energy, Grupo Pão de Açúcar, Invepar, Souza Cruz, e TAM). A Competência do Funcionário foi a categoria mais evidenciada em apenas 1 empresa (Banco do Brasil). Em 1 empresa obteve resultados iguais nas categorias Competência do Funcionário e Estrutura Interna (Diagnósticos da América), assim como 1 empresa também atingiu percentuais iguais entre a Estrutura Interna e Estrutura Externa (Natura). Apenas 1 empresa não obteve elementos identificados da análise ambiental dos RAs (Dixie Toga).

Em relação à investigação dos elementos de CI de origem ambiental nos sites das empresas, nenhuma apresentou maior evidência da categoria

Competência do Funcionário. Assim como na observação anterior, a Estrutura Interna destaca-se como a categoria com maior frequência de evidenciação nos sites de 28 empresas (Aracruz, Bradesco, Banco do Brasil, Braskem, Celulose Irani, Cemig, Coelce, Companhia Vale do Rio Doce, Copel, CPFL Energia, Diagnósticos da América, Dixie Toga, Duratex, Energias do Brasil, Gerdau, Grupo Pão de Açúcar, Invepar, Itaú, MAHLE Metal Leve, Porto Seguro, Sabesp, Sanepar, Souza Cruz, Suzano Papel e Celulose, Suzano Petroquímica, TAM, Ultrapar, e WEG), a estrutura Externa apresenta – se como o componente mais representado em 5 empresas (Celesc, Duke Energy, OHL Brasil, Unibanco, e Votorantim Celulose e Papel). Em 2 empresas a Estrutura Interna e a Competência do Funcionário alcançaram resultados iguais (ALL, Natura), e nas 4 empresas restantes não foi detectado nenhum dos elementos que compõe a matriz de elementos ambientais por meio dos sites (Cataguazes-Leopoldina, CCR, CSU Cardsystem, e Cyrela Brazil Realty).

3.2.4 Natureza da Evidenciação dos Elementos de CI de Origem Ambiental

A natureza da evidenciação do capital intelectual será apresentada por categorias: Competência do funcionário, Estrutura Interna e Estrutura Externa.

3.2.4.1 Natureza da Evidenciação na Categoria Competência do Funcionário na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental

Assim como na análise social, constata-se que a natureza da evidenciação dos elementos de CI da matriz ambiental apresenta-se em sua totalidade por meio de menções textuais (narrativas). Para ilustrar esta tendência apresenta-se a seguir exemplos de menções extraídas nos Relatórios Anuais/ Sustentabilidade e nos sites das empresas, com o propósito de ilustrar a divulgação do CI e como este foi interpretado pelo autor do presente estudo.

As ações providas pelas empresas visando à educação e o aprendizado voltado para as questões ligadas ao meio ambiente, e a sustentabilidade, destinadas aos colaboradores, equivalem ao elemento **Educação ou aprendizado ambiental**. O seguinte fragmento do RA da **Copel** trata sobre o assunto:

A Copel inaugurou mais um espaço destinado à **educação ambiental** com enfoque principalmente à flora nativa da região do médio Iguaçu. Vinculadas às obras de geração e transmissão, foram desenvolvidas, em 2006, atividades de conscientização ambiental com empregados e empreiteiras envolvidas. Os temas abordados foram: gestão de resíduos e preservação da biodiversidade local. (Relatório Anual de 2006, p.68, grifo do autor).

O elemento **Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental** abrange a formação e a disseminação de conhecimento por parte dos funcionários relacionados à responsabilidade ambiental, como noções de ecologia, consumo racional, e sustentabilidade. A **Gerdau** apresentou a seguinte menção relacionada ao elemento:

O Instituto Gerdau, que coordena as diretrizes e políticas em Responsabilidade Social do Grupo Gerdau, capacitou 220 de seus **colaboradores nos conceitos e práticas de consumo consciente, envolvendo temas como sustentabilidade e alimentação, água, energia e minimização de resíduos**. O projeto, realizado em parceria com o Instituto Akatu, tem o objetivo de fazer com que este grupo funcione como multiplicador, ampliando o conhecimento entre os demais colaboradores e em suas próprias comunidades. (Site da Empresa em 04/02/2008, grifo do autor).

O elemento **Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental**, apresenta-se composto pelo conjunto de competências que permitem a junção dos conhecimentos relacionados ao trabalho com a noção de responsabilidade e sustentabilidade ambiental. Ainda nesta linha a **MAHLE Metal Leve**, identifica em seu site a prática de treinamentos direcionados aos colaboradores, tendo como objetivo os fins ambientais:

O SGA⁴ integrado também tem plena consciência da evolução e da necessidade contínua de **treinamento dos seus colaboradores em temas ambientais globais**, entre eles, a mudança climática, a poluição das águas e do ar, a preservação da biodiversidade e a necessidade da racionalização do uso de recursos naturais. (Site da Companhia em 09/02/2008, grifo do autor).

O desenvolvimento de noções voltadas para as questões ambientais, assim como a prática da reflexão dos assuntos pertinentes a sustentabilidade, partindo do princípio da conscientização dos colaboradores, no presente estudo estão retratados no elemento **Conscientização Ambiental**. A **CSU Cardsystem** fez a seguinte menção sobre a questão da conscientização ambiental de seu público interno:

⁴ Sistemas de Gestão Ambiental - SGA

Em razão do tipo de operação da CSU, os impactos ambientais são reduzidos. Por essa razão, a Empresa não está sujeita a nenhuma regulamentação ambiental específica. Ainda assim, a CSU busca **conscientizar seus colaboradores sobre a importância da preservação do meio ambiente** e, dessa forma, reduzir ainda mais aspectos que interferem no meio ambiente. (Relatório Anual de 2006, p.56, grifo do autor).

A seguir apresenta-se a natureza da evidenciação dos elementos de CI da Estrutura Interna na análise ambiental.

3.2.4.2 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Interna na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental

O elemento **Processos de Gestão Sustentáveis** compreende os processos, sistemas e políticas ambientais desenvolvidas como instrumentos de gestão pelas organizações. No site da **Celulose Irani** destaca-se a seguinte descrição do assunto:

Dentro do programa de **Gestão Ambiental**, a IRANI identifica e analisa todos os aspectos e impactos ambientais de sua atividade produtiva. Desenvolve projetos de recuperação de áreas degradadas na área industrial e do aterro antigo. (Site da Empresa em 26/01/2008, grifo do autor).

O elemento **Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)** abrange tanto a questão dos resíduos sólidos, líquidos, e as emissões atmosféricas. A **Cyrela Brazil Realty** salienta em seu Relatório Anual uma preocupação com o impacto dos resíduos gerados em suas atividades:

A Cyrela Brazil Realty preocupa-se com os impactos de suas atividades no meio ambiente tanto nas construções como nas áreas administrativas, aplicando metodologia integrada ao Sistema de Gestão de Qualidade. Nos canteiros de obras, **os resíduos que não podem ser evitados devem estar em condições de reutilização ou reciclagem**. Ao final do processo, o que realmente precisa ser descartado tem destinação adequada. (Relatório Anual de 2006, p. 10, grifo do autor).

A seguir, apresentam-se exemplos relacionados à natureza da evidenciação dos elementos da categoria de CI Estrutura Externa da análise ambiental.

3.2.4.3 Natureza da Evidenciação na Categoria Estrutura Externa na Matriz de Elementos de CI de Origem Ambiental

A menção por parte da organização no sentido de retratar a vinculação de sua Marca com a Responsabilidade Ambiental equivale ao elemento **Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental**. A **Natura** menciona em seu RA a existência deste vínculo entre a responsabilidade sócio-ambiental e a sua marca:

Nosso desejo de disseminar o conceito de Bem Estar Bem e a visão de tornar a Natura uma **marca de expressão mundial**, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor **relação consigo mesmas, com o outro e com a natureza** da qual fazem parte, exigem de nós ousadia e determinação. É com esse espírito que definimos a nossa estratégia de forte crescimento. (Relatório Anual de 2006, p.9, grifo do autor).

A **Suzano Papel e Celulose** apresentou a seguinte menção em relação a este elemento:

No ano passado, o processo de identidade corporativa ganhou ritmo e os alicerces da marca foram implantados. **Desenvolvemos uma nova arquitetura de marca, alinhando a estratégia dos negócios aos produtos, empresas e projetos sócio-ambientais**. A linguagem de marca materializou-se e deu expressão ao nosso posicionamento, aos nossos valores e conduta empresarial. E já iniciamos a disseminação dos conceitos para colaboradores e principais fornecedores por meio de oficinas de linguagem. (Relatório de Sustentabilidade de 2006, p.41, grifo do autor).

O objetivo do elemento **Conscientização ambiental dos Clientes** restringi-se a identificar como as empresas disseminam suas práticas ambientais, tendo como finalidade criar uma noção de sustentabilidade ambiental também com seus Stakeholders externos. Na observação do site do **Grupo Pão de Açúcar** foi identificada a seguinte ponderação sobre o assunto:

O Grupo investe permanentemente em programas de **conscientização ambiental direcionados a todos os públicos com os quais se relaciona**. Entre as mais abrangentes medidas adotadas neste sentido, destacam-se as Estações de Reciclagem, projeto pioneiro no varejo brasileiro. Instaladas nas lojas Pão de Açúcar desde 2001, elas atingiram em 2006 a marca de 98 postos de entrega voluntária, nas quais já foram coletadas ao longo destes anos mais de 14,8 toneladas de resíduos. Ancorado no conceito amplo de responsabilidade compartilhada, o projeto vai muito além da coleta de materiais, funcionando como mecanismo gerador de envolvimento de toda a cadeia – desde a indústria, passando pelas prefeituras das cidades onde as lojas estão presentes, os consumidores e as cooperativas de catadores de

material reciclável –, gerando renda e trabalho. (Site da Empresa em 09/02/08, grifo do autor).

O elemento **Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais** representa os esforços da empresa em criar uma ligação entre o seu nome e ou imagem com as questões ambientais, ou promover sua reputação neste quesito. Nesta linha identifica-se no Relatório de Sustentabilidade da **Aracruz** a seguinte menção:

Sabemos que a forma como a Empresa é percebida pela sociedade é resultado de muitos fatores, e que nosso compromisso com a sustentabilidade contribui diretamente para a formação dessa percepção, na medida em que permite a redução de custos por conta da antecipação e prevenção de conflitos, facilita o acesso ao capital e motiva nossos empregados e fornecedores. São fatores que fazem parte de nossa licença social para operar e contribuem para a manutenção de nossa participação no mercado. **A imagem e a reputação resultantes dessa percepção influenciam diretamente no valor da Empresa.** (Relatório de Sustentabilidade de 2006, p.18, grifo do autor).

As relações firmadas pela organização com a comunidade em seu entorno, visando a defesa das questões da sustentabilidade ambiental, constituem o elemento **Integração e parcerias com a Comunidade** da matriz ambiental. A **Braskem** apresentou a seguinte narrativa em seu Relatório Anual:

A Braskem atua junto às **comunidades próximas de suas unidades, apontando a importância dos conceitos de segurança e saúde e preservação ambiental.** Cabe destacar o Programa de Núcleos de Defesa Comunitária, que promove a consciência ambiental entre habitantes de regiões em que a Companhia atua, além de oferecer cursos de alfabetização. (Relatório Anual de 2006, p. 45, grifo do autor).

As ações promovidas pelas entidades que promovam a interação entre o seu compromisso com a preservação ambiental e com o seu desenvolvimento sócio-econômico, apresenta-se na presente pesquisa através do elemento **Postura Sustentável.** Diante disto, a **Copel** apresenta a seguinte menção:

Pioneira no Brasil em estudos e relatórios de impacto ambiental na construção de usinas hidrelétricas, a Copel vem ao longo dos anos implementando inúmeros programas voltados à conservação do meio ambiente. Atesta, na prática, seu **compromisso com o desenvolvimento sustentável** do Estado do Paraná. Sendo uma das primeiras signatárias do Pacto Global, a Copel deixa explícito seu compromisso sócio-ambiental. Seu relatório anual de sustentabilidade que acompanha o balanço social segue os padrões do Global Reporting Initiative – GRI. Aberta ao diálogo

com todas as partes interessadas, pelas propostas da AA1000, a empresa encaminha-se para a certificação em 2008. Essas iniciativas fazem da Copel uma das 28 empresas brasileiras que possuem as melhores práticas de sustentabilidade empresarial, atestado pela sua participação no ISE Bovespa (Índice de Sustentabilidade Empresarial da bolsa de valores de São Paulo). (Site da empresa em 28/01/2008, grifo do autor).

Na seqüência da pesquisa apresenta-se a comparação entre os resultados obtidos nas análises sociais e ambientais.

3.3 PROCEDIMENTO PARA COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS NA EVIDENCIAÇÃO DOS ELEMENTOS DE CI DE ORIGEM SOCIAL E AMBIENTAL.

As duas matrizes de elementos inicialmente identificam-se como desiguais no quesito numero de elementos, portanto para proceder à comparação entre os resultados identificados nas análises faz-se necessária a conversão dos valores obtidos para percentuais.

Na análise dos RAs em relação ao percentual total de evidenciação dos elementos, a análise ambiental obteve um desempenho de 50% de evidenciação possível, e na análise social constatou-se um percentual de 45%, conforme apresenta a Figura 22:

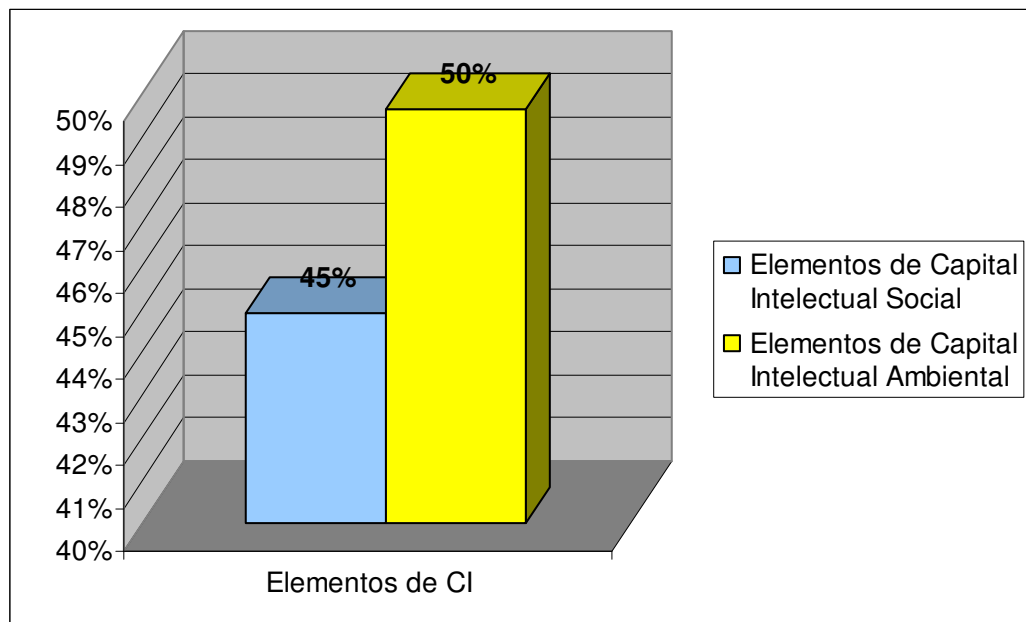


Figura 22: Percentual total de evidenciação por análise nos RAs.
Fonte: Elaborado pelo autor

Assim como na observação anterior, na análise da evidenciação dos sites, o estudo dos elementos ambientais atingiu um melhor resultado com 45% de evidenciação, enquanto a observação dos elementos sociais obteve 37% de evidenciação possível, conforme ilustrado na Figura 23:

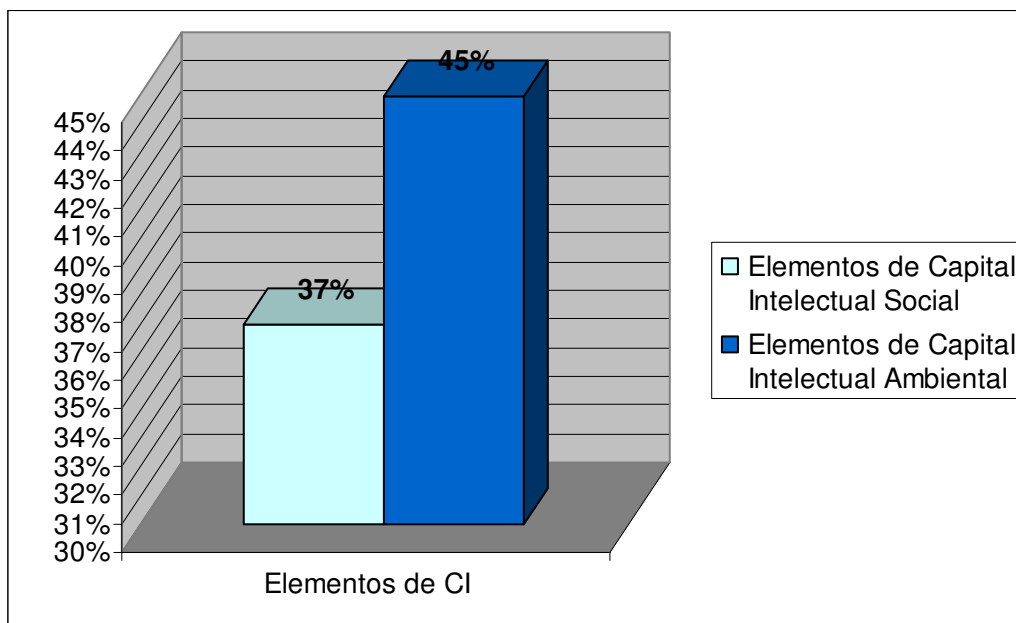


Figura 23: Percentual total de evidenciação por análise nos sites.

Fonte: Elaborado pelo autor

Na observação dos resultados obtidos nos RAs individualmente, 25 empresas da amostra demonstraram percentual superior de evidenciação dos elementos de origem ambiental, 13 empresas apresentaram maior freqüência de identificação de elementos de origem social, e 1 empresa não apresentou nenhum elemento proposto pelo estudo. Os resultados obtidos por empresa nas análises dos RAs apresenta-se discriminados na Tabela 11, assim como a natureza da predominância da evidenciação em cada empresa da amostra.

Tabela 11: Análise de predominância entre os resultados dos RAs

	Empresas	Resultado Obtido na Matriz Social RAs	% Obtido na Matriz Social RAs	Resultado Obtido na Matriz Ambiental RAs	% Obtido na Matriz Ambiental RAs	Predominância
1	ALL	12	44%	5	45%	Ambiental
2	Aracruz Celulose	15	56%	8	73%	Ambiental
3	Banco Bradesco	17	63%	7	64%	Ambiental
4	Banco do Brasil	14	52%	2	18%	Social
5	Braskem	15	56%	7	64%	Ambiental
6	Cataguazes-Leopoldina	11	41%	4	36%	Social
7	CCR	15	56%	8	73%	Ambiental
8	Celesc	11	41%	7	64%	Ambiental
9	Celulose Irani	18	67%	7	64%	Social
10	Cemig	14	52%	6	55%	Ambiental
11	Coelce	14	52%	7	64%	Ambiental
12	Comp. Vale do Rio Doce	15	56%	7	64%	Ambiental
13	Copel	18	67%	7	64%	Social
14	CPFL Energia	15	56%	7	64%	Ambiental
15	CSU Cardsystem	11	41%	2	18%	Social
16	Cyrela Brazil Realty	4	15%	2	18%	Ambiental
17	Diagnósticos da América	10	37%	7	64%	Ambiental
18	Dixie Toga	0	0%	0	0%	Igual
19	Duke Energy	9	33%	5	45%	Ambiental
20	Duratex	10	37%	6	55%	Ambiental
21	Energias do Brasil	15	56%	8	73%	Ambiental
22	Gerdau	11	41%	6	55%	Ambiental
23	Grupo Pão de Açúcar	14	52%	5	45%	Social
24	Invepar	12	44%	5	45%	Ambiental
25	Itaú	11	41%	3	27%	Social
26	MAHLE Metal Leve	10	37%	5	45%	Ambiental
27	Natura Cosméticos	20	74%	10	91%	Ambiental
28	OHL Brasil	12	44%	8	73%	Ambiental
29	Porto Seguro	11	41%	3	27%	Social
30	Sabesp	13	48%	6	55%	Ambiental
31	Sanepar	8	30%	6	55%	Ambiental
32	Souza Cruz	11	41%	4	36%	Social
33	Suzano Papel e Celulose	17	63%	6	55%	Social
34	Suzano Petroquímica	11	41%	7	64%	Ambiental
35	TAM Linhas Aéreas	8	30%	2	18%	Social
36	Ultrapar Participações	12	44%	4	36%	Social
37	Unibanco	13	48%	4	36%	Social
38	Votorantim Cel. e Papel	15	56%	7	64%	Ambiental
39	WEG	1	4%	3	27%	Ambiental

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os resultados constatados na análise dos sites foram bastante semelhantes aos anteriormente detectados, sendo que em 26 empresas ocorreu um maior percentual de evidência dos elementos de origem ambiental, e nas 13 empresas

restantes, os resultados obtidos na intervenção social apresentam-se superiores, conforme Tabela 12:

Tabela 12: Análise de predominância entre os resultados dos sites

	Empresas	Resultado Obtido na Matriz Social Sites	% Obtido na Matriz Social Sites	Resultado Obtido na Matriz Ambiental Sites	% Obtido na Matriz Ambiental Sites	Predominância
1	ALL	13	48%	7	64%	Ambiental
2	Aracruz Celulose	11	41%	7	64%	Ambiental
3	Banco Bradesco	14	52%	7	64%	Ambiental
4	Banco do Brasil	15	56%	3	27%	Social
5	Braskem	7	26%	5	45%	Ambiental
6	Cataguazes-Leopoldina	5	19%	0	0%	Social
7	CCR	6	22%	0	0%	Social
8	Celesc	13	48%	5	45%	Social
9	Celulose Irani	8	30%	5	45%	Ambiental
10	Cemig	11	41%	7	64%	Ambiental
11	Coelce	8	30%	7	64%	Ambiental
12	Comp. Vale do Rio Doce	18	67%	7	64%	Social
13	Copel	11	41%	8	73%	Ambiental
14	CPFL Energia	10	37%	7	64%	Ambiental
15	CSU Cardsystem	9	33%	0	0%	Social
16	Cyrela Brazil Realty	1	4%	0	0%	Social
17	Diagnósticos da América	6	22%	5	45%	Ambiental
18	Dixie Toga	13	48%	5	45%	Social
19	Duke Energy	9	33%	4	36%	Ambiental
20	Duratex	8	30%	7	64%	Ambiental
21	Energias do Brasil	16	59%	6	55%	Social
22	Gerdau	13	48%	7	64%	Ambiental
23	Grupo Pão de Açúcar	8	30%	4	36%	Ambiental
24	Invepar	12	44%	5	45%	Ambiental
25	Itaú	10	37%	6	55%	Ambiental
26	MAHLE Metal Leve	7	26%	5	45%	Ambiental
27	Natura Cosméticos	10	37%	9	82%	Ambiental
28	OHL Brasil	4	15%	2	18%	Ambiental
29	Porto Seguro	11	41%	2	18%	Social
30	Sabesp	13	48%	5	45%	Social
31	Sanepar	2	7%	5	45%	Ambiental
32	Souza Cruz	13	48%	6	55%	Ambiental
33	Suzano Papel e Celulose	12	44%	7	64%	Ambiental
34	Suzano Petroquímica	8	30%	5	45%	Ambiental
35	TAM Linhas Aéreas	13	48%	3	27%	Social
36	Ultrapar Participações	8	30%	4	36%	Ambiental
37	Unibanco	10	37%	5	45%	Ambiental
38	Votorantim Cel. e Papel	11	41%	6	55%	Ambiental
39	WEG	14	52%	5	45%	Social

Fonte: Elaborada pelo autor.

Apesar dos resultados praticamente iguais constatados anteriormente, ao observar as duas tabelas é possível verificar uma alternância entre as empresas que obtiveram predominância entre alguma modalidade de análise. Portanto, indica que dependendo do meio utilizado pelas empresas para evidenciar suas ações responsáveis, podem ocorrer variações entre o enfoque social e o enfoque ambiental. Outro aspecto relevante detectado ao cotejar os resultados das análises sócias e ambientais dos Relatórios Anuais e dos sites, foi que em ambas as fontes de pesquisa a evidenciação dos elementos ambientais obtiveram resultados superiores.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho analisou a evidenciação voluntária dos elementos de responsabilidade social e sustentabilidade ambiental de origem intangível, evidenciados nos sites e Relatórios Anuais ou de Sustentabilidade de 2006 das 39 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. Para o alcance deste objetivo a pesquisa (i) extraiu dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade, de 2006, e dos sites das empresas, que compõem a amostra, a evidenciação das informações relativas aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, por meio da técnica da análise de conteúdo; (ii) identificou os elementos mais representativos da amostra e como esses foram evidenciados pelas empresas; (iii) investigou a natureza da evidenciação do CI de natureza social e ambiental; e, (iv) cotejou os resultados de divulgação dos elementos de natureza social com os de natureza ambiental.

O estudo aponta a predominância da evidenciação através da forma textual com abordagem qualitativa tendo como resultado, narrativas que apresentam os elementos de CI de natureza social e ambiental através de menções explícitas ou implícitas.

Para atingir o objetivo deste estudo, a investigação foi conduzida pela técnica da análise de conteúdo dos Relatórios Anuais e ou de Sustentabilidade e dos sites das empresas pesquisadas, a partir deste procedimento foi possível detectar a predominância da evidenciação de natureza ambiental nos RAs em 25 empresas da amostra, sendo que o Capital Interno foi a subdivisão mais representativas tanto na matriz social com 36 %, quanto na matriz ambiental 48%.

No caso da análise dos sites 26 empresas apresentaram predominância para a evidenciação de elementos de natureza ambiental, na matriz de elementos de origem social a Estrutura Externa com 42% de evidenciação foi a categoria com maior representatividade desta análise, e na análise de elementos ambientais a Estrutura Interna com 53% da evidenciação destaca-se como a mais representativa.

A categoria Competência do Funcionário destaca-se com os menores percentuais de evidenciação em todas as análises procedidas pelo presente trabalho.

A revisão teórica apresentada possibilitou a reflexão entre a perspectiva do conceito de Capital Intelectual através da ótica da Responsabilidade Social,

permitindo conciliar estas duas abordagens diante da atual necessidade competitiva das empresas, onde estas precisam adequar seu desenvolvimento nos aspectos econômicos e de mercado com o desenvolvimento responsável e sustentável, comprometido com as questões sociais e ambientais.

O trabalho permitiu identificar uma evidenciação média nos RAs de 48% em relação ao total possível de evidenciação, sendo que os elementos sociais apresentaram 45 %, e os elementos ambientais 50%. Já nos sites a média da evidenciação total foi de 41%, com 37% de evidenciação dos elementos sociais e 45% dos ambientais. Os elementos mais identificados na pesquisa foram: Projetos e ações de incentivo a prática educacional com 95% de evidenciação tanto nos RAs quanto nos sites, e Integração e Parcerias com a comunidade 92% nos RA e 95% nos sites, ambos na matriz social. Na matriz de elementos de origem ambiental o elemento com maior número de identificações foi Postura sustentável com 92% nos RAs e 85% nos sites.

4.1 RESULTADOS DA PESQUISA

Em relação aos objetivos inicialmente propostos pela pesquisa, apresenta-se os seguintes resultados atingidos, conforme mostra o Quadro 5:

<p>Extrair dos Relatórios Anuais/Sustentabilidade, de 2006, e dos sites das empresas, que compõem a amostra, a evidenciação das informações relativas aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, por meio da técnica da análise de conteúdo;</p>	<p>Para atingir tal objetivo foi necessária a elaboração de duas matrizes de elementos de CI inspiradas na literatura voltada para RSE, uma direcionada para a abordagem social contendo 27 elementos, e a outra contemplando a perspectiva ambiental possuindo um total de 11 elementos.</p>
<p>Identificar os elementos mais representativos da amostra e como esses são evidenciados pelas empresas;</p>	<p>Foi possível identificar o elemento Projetos e ações de incentivo a prática educacional com 95% de evidenciação tanto nos RAs quanto</p>

	<p>nos sites como o mais detectado na análise social, e na matriz de elementos de origem ambiental o elemento com maior número de identificações foi Postura sustentável com 92% nos RAs e 85% nos sites. Sendo que os RAs apresentam-se como os mecanismos mais utilizados pelas empresas da amostra para evidenciar seu CI.</p>
<p>Investigar a natureza da evidenciação do CI de natureza social e ambiental;</p>	<p>Observou-se que em sua totalidade o estudo aponta para a predominância da evidenciação através da forma textual com abordagem qualitativa tendo como resultado, narrativas que apresentam os elementos de CI de natureza social e ambiental através de menções explícitas ou implícitas.</p>
<p>Cotejar os resultados de divulgação dos elementos de natureza social com os de natureza ambiental.</p>	<p>Observou-se que os elementos de origem ambiental apresentam-se predominantes em ambas as fontes pesquisadas (RAs – sites).</p>

Quadro 5: Resultados atingidos pelo estudo

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Como limitações da pesquisa, apontam-se os seguintes aspectos: (i) a diversidade de áreas de atuação apresentada pelas empresas da amostra, dificultou a análise de maneira igualitária; (ii) algumas empresas apresentaram apenas o relatório da administração, sem ter uma versão de relatório anual ou de sustentabilidade; (iii) algumas empresas optam por apenas uma das fontes analisadas (RAs – sites) para evidenciar o seu CI.

A partir das limitações apontadas sugerem-se os seguintes tópicos para futuras pesquisas: (i) proceder à análise com empresas do mesmo seguimento; (ii) utilizar-se de amostras maiores, para que seja possível estabelecer uma inferência estatística da evidenciação; (iii) proceder à análise em mais períodos para detectar a evolução da evidenciação.

REFERENCIAS:

ALDAY, Hernam E. Contreras, **O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica**. Revista FAE. Maio/Ago. 2000 Curitiba, v.3. n.2 . p.9-16.

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: edições 70, 2004.

BEAL, Adriana. **Gestão Estratégica da Informação: Como transformar a informação e a tecnologia em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

BOVESPA. **Bolsa de Valores de São Paulo**. Disponível em :<
<http://www.bovespa.com.br/Principal.asp>>. Acesso em 20 out. 2007.

BRENNAN, Niamh. Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**. Bradford: 2001. Vol. 14, N. 4; p. 423-437

CAMPOS, Fabiana Moreno de; LEMME, Celso Funcia. **Exame da Metodologia dos Índices Internacionais do Mercado Acionário e da Experiência Brasileira Na Área do Investimento Socialmente Responsável**. In: Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - IX Engema. Curitiba, 2007.

CARVALHO, Fernando Nitz de; ENSSLIN, Sandra Rolim; IGARASHI, Deisy Cristina Corrêa. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual no Contexto Brasileiro: Cotejamento com os Contextos Internacional e Australiano**. In: ENANPAD, 30, 2006, Curitiba. Anais... Salvador: ANPAD, 2006. CD-ROM.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 3ª ed. São Paulo: Mc Graw – Hill do Brasil, 1983.

CHEN GOH, P.; PHENG LIM, K.. Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. **Journal of Intellectual Capital**. Bradford: 2004. Vol. 5, N. 3; p. 500-511.

CRAWFORD, Richard. **Na Era do Capital Humano: O talento, a inteligência e o conhecimento como forças econômicas, seu impacto nas empresas e nas decisões de investimentos.** São Paulo: Atlas, 1994.

CVM. **Comissão de Valores Mobiliários.** Disponível em < <http://www.cvm.gov.br/>>, Acesso em 21 out. 2007.

DAVENPORT, Thomas H; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: Como as organizações gerenciam o capital intelectual.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

EDVINSSON, Leif. MALONE, Michael S. **Capital Intelectual: Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos.** São Paulo: Makron Books, 1998.

ENSSLIN, S. R.; CARVALHO, F.N. Voluntary disclosure of intellectual capital in the Brazilian context: an investigation informed by the international context. **Int. J. Accounting, Auditing and Performance Evaluation**, v. 4, n. 4/5, p. 478-500. 2007.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia.** 4ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

FILHO, Francisco Francílio Dourado da Silva. **Responsabilidade Socioambiental como Paradigma Contemporâneo.** In: Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - IX Engema. Curitiba, 2007.

GALLON, Alessandra Vasconcelos; ENSSLIN, Sandra Rolim. **Evidenciação Estratégica dos Pilares da Sustentabilidade Empresarial: Investigação no Relatório da Administração das Empresas que compõem o ISE.** In: Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - IX Engema. Curitiba, 2007.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade.** 2006. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/Portuguese.htm>>. Acesso em 18 fev. 2008.

KAPLAN, Robert S. NORTON, David P. **Mapas Estratégicos: Convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis.** Rio de Janeiro: Campus, 2004.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial.** Petrópolis: Vozes, 2006.

KINLAW, Dennis C. **Empresa competitiva e ecológica: Desempenho sustentado na era ambiental**. São Paulo: Makron Books, 1997.

KLEIN, David A. **A gestão estratégica do capital intelectual: Recursos para a economia baseada em conhecimento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

OLIVEIRA, Luiz Martins de; PEREZ JR, Jose Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria Estratégica**. 2ª ed. São Paulo; Atlas, 2004.

PUGLISI, M.L.; FRANCO, B. **Análise de conteúdo**. 2. ed. Brasília: Líber Livro, 2005.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHENINI, Pedro Carlos (org.). **Gestão empresarial sócio ambiental**. Florianópolis: (s.n), 2005.184p.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

SEFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **ISO 14001 Sistemas de Gestão Ambiental: Implantação objetiva e econômica**. São Paulo: Atlas, 2005.

SENGE, Peter M. **A quinta disciplina: Arte e princípios da organização que aprende**. São Paulo: Best Seller, 1998.

SOARES, Rinaldo Campos. **Empresariedade e Ética: O exercício da Cidadania Corporativa**. São Paulo: Atlas, 2002.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual. A nova vantagem competitiva nas empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações: Gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade Ambiental: Como ser competitivo protegendo o Meio Ambiente (Como se preparar para as Normas ISO 14000)**. São Paulo: Pioneira, 2005.

VITERBO JR, Ênio. **Sistema integrado de gestão ambiental: Como implementar um sistema de gestão que atenda à norma ISO 14001, a parti de um sistema baseado na norma ISO 9000.** São Paulo: Aquariana, 1998.

APÊNDICES:

APÊNDICE A - Resultados obtidos na análise social.

	Elementos de Capital Intelectual Social	All		Aracruz		Bradesco		Banco do Brasil		Braskem	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
2	Conhecimento de práticas responsáveis	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
5	Atividades Esportivas	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
6	Atividades Culturais	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0
11	Código de Ética ou de Conduta	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0
12	Integração dos colaboradores	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	Práticas trabalhistas	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	Total	12	13	15	11	17	14	14	15	15	7

	Elementos de Capital Intelectual Social	Cataguazes-Leopoldina		CCR		Celesc		Celulose Irani		Cemig	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
6	Atividades Culturais	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0
11	Código de Ética ou de Conduta	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1
12	Integração dos colaboradores	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1
14	Práticas trabalhistas	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Total	11	5	15	6	11	13	18	8	14	11

	Elementos de Capital Intelectual Social	Coelce		Vale do Rio Doce		Copel		CPFL Energia		CSU Cardsystem	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1
6	Atividades Culturais	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
11	Código de Ética ou de Conduta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	Integração dos colaboradores	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1
13	Segurança e saúde no trabalho	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
14	Práticas trabalhistas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
19	Participação em Comunidades Carentes	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0
	Total	14	8	15	18	18	11	15	10	11	9

	Elementos de Capital Intelectual Social	Cyrela Brazil Realty		Diagnósticos da América		Dixie Toga		Duke Energy		Duratex	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
6	Atividades Culturais	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
11	Código de Ética ou de Conduta	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
12	Integração dos colaboradores	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0
14	Práticas trabalhistas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Total	4	1	10	6	0	13	9	9	10	8

	Elementos de Capital Intelectual Social	Energias do Brasil		Gerdau		Grupo Pão de Açúcar		Invepar		Itaú	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
6	Atividades Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
11	Código de Ética ou de Conduta	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1
12	Integração dos colaboradores	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0
14	Práticas trabalhistas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1
20	Atividades com povos indígenas	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
	Total	15	16	11	13	14	8	12	12	11	10

	Elementos de Capital Intelectual Social	MAHLE Metal Leve		Natura		OHL Brasil		Porto Seguro		Sabesp	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
6	Atividades Culturais	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
9	Qualificação vocacional	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1
11	Código de Ética ou de Conduta	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
12	Integração dos colaboradores	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1
14	Práticas trabalhistas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
	Total	10	7	20	10	12	4	11	11	13	13

	Elementos de Capital Intelectual Social	Sanepar		Souza Cruz		Suzano Papel e Celulose		Suzano Petroquímica		TAM Linhas Aéreas	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado social	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
6	Atividades Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
9	Qualificação vocacional	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
	Estrutura Interna										
10	Cultura Organizacional Responsável	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1
11	Código de Ética ou de Conduta	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
12	Integração dos colaboradores	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
14	Práticas trabalhistas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa										
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Total	8	2	11	13	17	12	11	8	8	13

	Elementos de Capital Intelectual Social	Ultrapar		Unibanco		Votorantim Celulose e Papel		WEG	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário								
1	Educação ou aprendizado social	1	0	1	1	1	1	0	1
2	Conhecimento de práticas responsáveis	0	0	0	0	1	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	1	1	0	1	0	0	1
5	Atividades Esportivas	0	0	0	0	1	0	0	1
6	Atividades Culturais	0	0	0	0	1	0	0	0
7	Atividades Artísticas	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	0	0	0	0	1	0	0	1
9	Qualificação vocacional	1	1	1	1	1	1	0	1
	Estrutura Interna								
10	Cultura Organizacional Responsável	1	0	0	0	0	1	0	0
11	Código de Ética ou de Conduta	1	1	1	1	1	1	0	0
12	Integração dos colaboradores	0	0	0	0	0	0	0	0
13	Segurança e saúde no trabalho	1	1	0	0	1	1	0	1
14	Práticas trabalhistas	1	0	0	0	0	0	0	0
	Estrutura Externa								
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Conscientização social dos Clientes	0	0	1	1	0	1	0	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	0	0	0	0	1	1	0	0
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	0	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	1	1	0	1	0	0	0
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	1	1	1	1	1	1	0	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	1	0	0	0	0	1
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	0	1	1	1	1	0	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	0	0	1	1	0	0	0	1
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	1	1	0	0	0	1
	Total	12	8	13	10	15	11	1	14

APÊNDICE B - Resultados obtidos na análise ambiental

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	All		Aracruz		Bradesco		Banco do Brasil		Braskem	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Total	5	7	8	7	7	7	2	3	7	5

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Cataguazes-Leopoldina		CCR		Celesc		Celulose Irani		Cemig	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1
11	Postura sustentável	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
	Total	4	0	8	0	7	5	7	5	6	7

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Coelce		Comp. Vale do Rio Doce		Copel		CPFL Energia		CSU Cardsystem	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
	Total	7	7	7	7	7	8	7	7	2	0

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Cyrela Brazil Realty		Diagnósticos da América		Dixie Toga		Duke Energy		Duratex	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
11	Postura sustentável	1		1	1		1	1	1	1	1
	Total	2	0	7	5	0	5	5	4	6	7

	Elementos de Capital Ambiental	Energias do Brasil		Gerdau		Grupo Pão de Açúcar		Invepar		Itaú	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Total	8	6	6	7	5	4	5	5	3	6

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	MAHLE Metal Leve		Natura		OHL Brasil		Porto Seguro		Sabesp	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
	Total	5	5	10	9	8	2	3	2	6	5

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Sanepar		Souza Cruz		Suzano Papel e Celulose		Suzano Petroquímica		TAM Linhas Aéreas	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário										
1	Educação ou aprendizado ambiental	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
	Estrutura Interna										
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
	Estrutura Externa										
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Total	6	5	4	6	6	7	7	5	2	3

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	Ultrapar		Unibanco		Votorantim Celulose e Papel		WEG	
		RA	site	RA	site	RA	site	RA	site
	Competência do funcionário								
1	Educação ou aprendizado ambiental	0	0	1	1	1	1	0	1
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0
4	Conscientização Ambiental	0	0	0	0	1	1	0	0
	Estrutura Interna								
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	0	1	1	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	0	1	0	1	1
	Estrutura Externa								
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Conscientização ambiental dos Clientes	1	1	0	1	1	1	0	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	0	0	0	0	0	0	0	0
10	Integração e parcerias com a Comunidade	0	0	1	1	1	1	0	0
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1	1	1
	Total	4	4	4	5	7	6	3	5

APÊNDICE C – Resultados por categoria de CI na análise social

	All		Aracruz		Bradesco		Banco do Brasil		Braskem	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	31%	32%	25%	36%	23%	26%	30%	21%	27%	16%
Estrutura Interna	42%	29%	45%	33%	41%	47%	27%	37%	36%	29%
Estrutura Externa	27%	39%	30%	31%	36%	27%	42%	43%	37%	55%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Cataguazes-Leopoldina		CCR		Celesc		Celulose Irani		Cemig	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	17%	0%	23%	22%	19%	30%	37%	14%	26%	10%
Estrutura Interna	47%	0%	52%	0%	34%	40%	38%	26%	47%	36%
Estrutura Externa	36%	100%	24%	78%	46%	31%	25%	60%	27%	55%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Coelce		Comp. Vale do Rio Doce		Copel		CPFL Energia		CSU Cardsystem	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	23%	0%	27%	42%	21%	9%	35%	39%	33%	32%
Estrutura Interna	28%	46%	36%	21%	47%	48%	25%	35%	44%	38%
Estrutura Externa	49%	54%	37%	37%	32%	43%	39%	27%	23%	30%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Cyrela Brazil Realty		Diagnósticos da América		Dixie Toga		Duke Energy		Duratex	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	63%	100%	27%	15%	0%	39%	32%	47%	52%	46%
Estrutura Interna	38%	0%	48%	54%	0%	28%	38%	21%	19%	0%
Estrutura Externa	0%	0%	25%	31%	0%	33%	30%	32%	29%	54%
	100%	100%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	100%	100%

APÊNDICE D – Resultados por categoria de CI na análise ambiental

	All		Aracruz		Bradesco		Banco do Brasil		Braskem	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	19%	45%	32%	24%	24%	12%	56%	0%	24%	0%
Estrutura Interna	37%	45%	43%	48%	48%	49%	0%	83%	48%	63%
Estrutura Externa	44%	9%	26%	29%	29%	39%	44%	17%	29%	38%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Cataguazes - Leopoldina		CCR		Celesc		Celulose Irani		Cemig	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	22%	0%	32%	0%	24%	19%	24%	15%	14%	24%
Estrutura Interna	43%	0%	43%	0%	48%	37%	48%	61%	54%	48%
Estrutura Externa	35%	0%	26%	0%	29%	44%	29%	24%	32%	29%
	100%	0%	100%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Coelce		Comp. Vale do Rio Doce		Copel		CPFL Energia		CSU Cardsystem	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	24%	24%	35%	35%	24%	22%	24%	24%	33%	0%
Estrutura Interna	48%	48%	47%	47%	48%	43%	48%	48%	67%	0%
Estrutura Externa	29%	29%	19%	19%	29%	35%	29%	29%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%
	Cyrela Brazil Realty		Diagnósticos da América		Dixie Toga		Duke Energy		Duratex	
	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %	RA %	Site %
Competência do funcionário	0%	0%	45%	29%	0%	0%	19%	0%	14%	14%
Estrutura Interna	71%	0%	45%	59%	0%	63%	37%	45%	54%	54%
Estrutura Externa	29%	0%	9%	12%	0%	38%	44%	55%	32%	32%
	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	100%	100%

