

INVESTIGAÇÃO DAS AÇÕES SÓCIO-AMBIENTAIS COMO UM DOS ELEMENTOS DO ATIVO INTANGÍVEL DE UMA EMPRESA DO RAMO DE PAPEL E CELULOSE

Resumo

Reconhecendo-se que uma empresa é formada não só por ativos tangíveis, como por intangíveis, que a ela agregam valor, percebe-se que estes podem ser frutos de atividades desenvolvidas pela empresa, incluindo-se aquelas voltadas à sociedade em que está inserida. Dessa forma, constata-se que as ações sócio-ambientais, cada vez mais importantes no contexto organizacional, vêm contribuindo para a formação de uma boa imagem para a empresa. Este artigo buscou mostrar a relação destas ações como ativos intangíveis em uma empresa do ramo de papel e celulose. Através da análise de conteúdo do demonstrativo de sustentabilidade, averiguou-se que as ações sócio-ambientais representam grande parcela do ativo intangível dela. Entre as ações ambientais verifica-se a adoção de tecnologias limpas pela empresa em todas as etapas do processo de produção, que proporcionam melhor aproveitamento dos recursos, assim como minimizam os impactos causados pelos resíduos gerados por ela. Em relação às ações sociais, nota-se que a empresa investe em muitos projetos sociais. Dessa maneira, essas práticas sócio-ambientais contribuem para a continuidade da organização, auferindo o reconhecimento por parte da sociedade, o que pode ser ilustrado pelos prêmios que a empresa vem ganhando, assim como participação no Índice de Sustentabilidade Empresarial.

Palavras-chave: Ativos Intangíveis; Responsabilidade Sócio-ambiental; Imagem Institucional.

1 Introdução

Este trabalho parte da premissa que as organizações são formadas por elementos de natureza tangível e intangível. Reconhece-se ainda, que estes últimos vêm alcançando cada vez mais notoriedade. Dessa forma, vários conceitos vêm sendo apontados para este tipo de ativo. Neste artigo, entendem-se ativos intangíveis como os ativos resultantes de atividades e práticas administrativas desenvolvidas pelas organizações para se adaptarem e atuarem na realidade atual (ANTUNES, 2006).

Observa-se, no entanto, que além de buscar conceituar os ativos intangíveis, muitos autores alocaram seus esforços a fim de categorizá-los. Segundo Ensslin e Dutra (2007), a maioria das classificações propostas, gira em torno de três tipos de categorias de intangíveis, relacionadas: aos funcionários, à estrutura interna e à estrutura externa da empresa. Cada uma dessas categorias compreende uma série de itens, todavia o que será aqui enfatizado está inserido na última classificação, estrutura externa, por meio da imagem institucional.

Vários fatores auxiliam na formação da imagem institucional, mais um deles vem destacando-se ultimamente, o exercício da responsabilidade sócio-ambiental.

Para Schenini (2005, p. 14):

Uma postura pró-ativa com relação às questões ambientais, faz parte dos novos paradigmas de qualidade total, da competitividade e da imagem e responsabilidade social. Dessa forma o desempenho sustentável, que cada vez atrai mais a atenção de todos, pode influenciar significativamente a forma pelo qual uma empresa é vista pelos seus clientes, comunidade e autoridades do governo.

Dentro deste contexto o presente artigo busca responder como a responsabilidade sócio-ambiental contribui na formação do Ativo Intangível de uma empresa do ramo de papel e celulose?

Assim ele objetiva relacionar esse tipo de responsabilidade na formação do Ativo Intangível desta empresa, ao corroborar que existe uma íntima relação entre o exercício de ações sócio-ambientais, com desenvolvimento de uma boa imagem para uma empresa. Para alcançar o objetivo geral são traçados alguns específicos, como: apresentar alguns conceitos de ativo intangível e propostas de categorizações do mesmo, colocar alguns conceitos de responsabilidade sócio-ambiental, averiguar os relatórios de sustentabilidade da empresa objeto de estudo, investigar a presença da responsabilidade sócio-ambiental na mesma e averiguar a participação da empresa no índice de sustentabilidade da Bovespa.

Nos últimos anos a responsabilidade sócio-ambiental vem adquirindo importância.

Hoje é cobrado das empresas não apenas resultados financeiros, como também a iniciativa de gerar benefícios para a sociedade em que estão inseridas. Neste cenário, há uma mudança cultural dos próprios consumidores. Segundo Schenini (2005), a mudança no comportamento deles e do próprio mercado tem levado os produtos e empresas ecologicamente correta a serem conhecidas e respeitadas. Dessa forma, justifique-se a relevância deste artigo, pois apresentará que ações uma empresa que causa vários impactos, principalmente ambientais, vem adotando e como isso ajuda a formar seu ativo intangível. A escolha desta empresa específica explica-se pelo fato dela divulgar esse tipo de ativo, preocupando-se em evidenciar as ações que promove não só para seus gestores como para a sociedade como um todo.

2 Metodologia

O conhecimento científico passa a existir no momento em que começa o processo de conhecer, é um construir contínuo e descontínuo. Dessa forma, este artigo corrobora com o princípio de que não há produção de conhecimento científico, de ciência, a não ser através da pesquisa. Beuren e Raupp (2003) afirmam ainda, que para que se possam obter respostas para um problema de estudo, é necessário fazer o delineamento desta pesquisa, no sentido de articular os planos e estruturas necessárias.

Quanto à metodologia empregada neste artigo, coloca-se primeiramente que a tipologia de pesquisa quanto aos objetivos, enquadra-se como uma pesquisa exploratória.

Para Gil (1991, p. 45):

A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas de torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que essas pesquisas têm como o objetivo o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.

Dessa forma, as autoras propõem-se a mostrar algo de novo, pois ao defenderem que a prática das ações sócio-ambientais auxilia na formação da imagem institucional, investigarão esta relação numa empresa no ramo de papel e celulose de grande representatividade no mercado nacional, a fim de tornar esta afirmação mais visível.

Segundo Beuren e Raupp (2003), os procedimentos na pesquisa científica referem-se a forma pela qual o estudo será conduzido e os dados serão obtidos. Neste trabalho utilizam-se quatro procedimentos, quais sejam: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, análise de conteúdo e estudo de caso.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida através de materiais já elaborados em livros, periódicos e outros trabalhos científicos (GIL, 1991). Cabe ressaltar que neste artigo a revisão de literatura tomará por base somente artigos, onde serão buscados os conceitos e as classificações propostas sobre ativos intangíveis, assim como apreciações sobre o tema responsabilidade sócio-ambiental, a fim de estruturar a fundamentação teórica. Quanto ao tema ativo intangível, limitar-se-á aos artigos publicados nos congressos da Universidade de São Paulo (USP), no período de 2005 a 2007, todavia quanto ao assunto responsabilidade sócio-ambiental, a limitação refere-se apenas a época da publicação, também referente aos anos de 2005, 2006 e 2007.

Apesar de seguir os mesmos passos, a pesquisa documental se diferencia daquela explanada no parágrafo anterior. Segundo Gil (1991), esta diferença refere-se às fontes por elas utilizadas. Neste estudo, as fontes desta pesquisa documental referem-se aos relatórios da empresa, especificamente o relatório de sustentabilidade divulgado por ela no ano de 2006.

Para Cyrille Bellier (2005, p. 1):

O Relatório de Sustentabilidade pode ser entendido como uma ampliação de escopo - para refletir as dimensões social e ambiental - dos atuais Relatórios Anuais, que contém informações sobre a estratégia e desempenho econômico e financeiro da empresa.

Ainda segundo Cyrille Bellier (2005), este relatório é o reflexo do movimento da empresa no caminho da sustentabilidade, tornando-se além de uma ferramenta de gestão essencial à conduta de uma estratégia de Desenvolvimento Sustentável, uma peça de comunicação destinada à análise dos *stakeholders* da empresa.

Dessa maneira, entende-se que é um relatório cujo objetivo principal não é mostrar a conjuntura econômica e financeira da empresa, mas apresentar, tanto para usuários internos quanto externos, como se encontra o relacionamento da empresa com a sociedade em que está inserida. Ele mostra as ações que as empresas promovem, tanto no sentido de minimizar as externalidades negativas que causam, quanto no sentido de proporcionar melhorias para a sociedade.

Dando prosseguimento a metodologia que será empregada neste artigo, coloca-se que as autoras a fim de relatar o que se encontra neste relatório, farão uma análise de conteúdo do mesmo.

Para Bardin (1979, p. 31 apud RICHARDSON, 1999, P. 223):

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores

(quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimento relativos às condições de produção/ recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Ainda segundo Richardson (1999), esta análise por sua natureza científica, deve ser eficaz, rigorosa e precisa. Trata-se de entender melhor um discurso, de aprofundar suas características e extrair os momentos mais importantes.

Diante disso, ao empregar-se esta técnica, inicia-se com uma leitura preliminar dos documentos divulgados pela empresa. Após isso, ao selecionar-se o relatório de sustentabilidade como objeto de análise, as autoras farão à leitura das sentenças nele contidas e as interpretarão, no intuito de identificar as ações sócio-ambientais desenvolvidas pela empresa.

Ao estudar o exercício da responsabilidade sócio-ambiental em uma empresa específica, o presente trabalho trata-se também de um estudo de caso. Conforme Gil (1991), este procedimento é caracterizado por um estudo exaustivo e profundo de um ou poucos objetos, permitindo o seu amplo e detalhado conhecimento. Como já se observou a investigação partirá da leitura de documentos que a própria empresa divulga na *internet*.

Por fim, em relação à tipologia de pesquisa quanto à abordagem do problema, coloca-se que o presente trabalho é caracterizado como uma pesquisa qualitativa. Segundo Richardson (1999, p.80), estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

3 Fundamentação teórica

3.1 Ativo Intangível

Embora a primeira menção sobre Ativos Intangíveis tenha ocorrido há anos, percebe-se que a grande ênfase deste ativo nas empresas passou a ocorrer recentemente. Dessa forma, ao longo dos últimos anos vários autores buscaram conceituar este ativo. Nos trabalhos acadêmicos brasileiros, percebe-se a influência de alguns autores específicos, o que pode ser explicado pela pequena quantidade de obras traduzidas para o português. Ao investigar a literatura sobre o tema, nos artigos publicados nos congressos da USP, constatou-se essa predominância, onde os autores dos trabalhos selecionados referenciaram alguns desses conceitos.

Segundo Lev (2001, p.05 *apud* ENSSLIN, 2007), “Um ativo intangível é uma declaração de benefícios futuros que não tem uma corporação física ou financeira”.

Para Stewart (1997, p.13 *apud* COLAUTO e MAMBRINI, 2005):

O capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa. Representam a matéria intelectual, formada pelo conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência, que pode ser utilizada para gerar riquezas. Explica que o capital intelectual corresponde ao conjunto de conhecimentos e informações, encontrados nas organizações, que agrega valor ao produto e ou serviços, mediante a aplicação da inteligência e não de capital monetário, ao empreendimento.

Segundo Edvinson e Malone (1998, p. 40 *apud* ENSSLIN, 2007), o conceito de capital intelectual está relacionado à posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia, organizacional, relacionamento com os clientes e habilidades profissionais que propiciam uma vantagem competitiva para o mercado.

Já para Ensslin (2007, p.6) “O capital intelectual é um aspecto sinérgico resultante de elementos inter-relacionados que podem ser alavancados quando do gerenciamento de suas partes constituintes”.

Antunes (2005, p.23) informada por Crawford (1994), Brooking(1996), Stewart (1998 a 2001), Pablos (2002) e Lev (2001, 2003, 2004) afirma que o “ Capital Intelectual está diretamente relacionado aos elementos intangíveis resultantes das atividades e práticas administrativas desenvolvidas pelas organizações para se adaptarem e atuarem na realidade atual”.

Neste contexto, cumpre reafirmar a afiliação deste artigo ao último conceito exposto, pois se acredita que a imagem da empresa resulta das ações e práticas administrativas adotadas por ela, que neste estudo compreendem o exercício da responsabilidade sócio-ambiental.

3.2 Categorização de ativo intangível

Ao estudar-se sobre ativos intangíveis percebe-se que além das inúmeras conceituações que lhe foram estabelecidas, diferentes categorizações foram propostas. Ressalta-se ainda, que embora se tenham sugerido classificações diferentes, a base das mesmas gira em torno dos mesmos itens. A seguir são apresentadas as classificações segundo Brooking, Edvinson e Malone e Sveiby.

Quadro I – Comparativo da categorização conforme, Brooking, Edvisson e Malone e Sveiby.

AUTOR	CATEGORIZAÇÃO	CONCEITUAÇÃO
Brooking		
	Ativos de Mercado	Potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis que estão relacionados ao mercado.
	Ativos Humanos	Benefícios que o indivíduo pode proporcionar para as organizações por meio de seu conhecimento, criatividade, entre outros.
	Ativos de propriedade Intelectual	Ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem às organizações benefícios, tais como patentes, <i>design</i> .

	Ativos de infra-estrutura	Tecnologias, metodológicas e processos empregados como: cultura organizacional, métodos gerenciais entre outros.
Edvinsson e Malone	Capital Humano	Combinação de conhecimento, habilidades, capacidade de inovação, e capacidade dos empregados em desenvolver tarefas.
	Capital Estrutural	Hardware, software, banco de dados, estrutura organizacional, patentes, marca e tudo o mais que dá suporte para a produtividade dos empregados.
Sveiby	Estrutura Externa	Marcas, marcas registradas, relação com clientes e fornecedores, imagem da empresa.
	Estrutura Interna	Estrutura organizacional, estrutura gerencial, estrutura legal, sistemas, pesquisa e desenvolvimentos, <i>Software</i> .
	Competência Individual	Envolve a capacidade de agir em diversas situações para criar ativos tangíveis e intangíveis.

Fonte: Adaptado de Antunes (2005).

Quadro1: Comparativo da categorização conforme, Brooking, Edvinsson e Malone e Sveiby.

A figura acima ilustra a afirmação anterior, nas propostas destes autores nota-se que embora se diferenciem quanto à nomenclatura e quanto ao número de classificações seus conceitos estão intimamente relacionados.

Como já foi observado, este artigo focar-se-á na classificação relacionada à estrutura externa da empresa. É nesta estrutura que se encontra a imagem constitucional. Diante disso a próxima seção buscará apresentar como alguns estudiosos vêm conceituando um item que segundo este estudo auxilia na formação desta imagem, a responsabilidade sócio-ambiental.

3.3 Responsabilidade sócio-ambiental

Desde a década de 60 (sessenta) tem havido iniciativas e propostas de modelos que possibilitam também a avaliação de desempenho das atividades sócio-ambientais das empresas. Segundo Schenini, Rensi e Cardoso (2005, p. 35), “a partir de 1960, a sociedade passou a exigir padrões mais adequados de responsabilidade das organizações, a fim de minimizar a diferença verificada entre os resultados econômicos e os impactos sociais”.

Assim como o ativo intangível, o termo responsabilidade sócio-ambiental vem recebendo diferentes conceituações de vários autores.

Segundo Schenini (2005, p.24) “constitui estratégia para eu o empresário, em processo contínuo, identifique que oportunidades de melhoria que reduzem os impactos das atividades de sua empresa sobre o meio ambiente, de forma integrada à situação de conquista de mercado e lucratividade”.

Para o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, (2007):

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

Costa (2007) afirma que, “Responsabilidade sócio-ambiental pode ser conceituada como um conjunto de ações que promovam o desenvolvimento em comprometimento com o meio ambiente e áreas sócias como a fome e o direito ao lazer”.

Segundo Universia, tem-se que:

Responsabilidade social se traduz na forma como uma instituição conduz suas atividades de maneira que se torne co-responsável pelo desenvolvimento da sociedade. Quando realmente aplicada, permeia a pesquisa científica, a gestão responsável e também a extensão, sendo muito mais que a pura filantropia.

Toldo (2002, p.82 *apud* ARAÚJO, 2006, p.2) designa responsabilidade social como:

O comprometimento permanente dos empresários de adotar um empresário ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Para Soares, (2006, p.2) a responsabilidade social corporativa caracteriza-se:

Fundamentalmente por uma proposta de retomadas das questões éticas tanto no âmbito interno das organizações como no seu relacionamento com o público externo, qual seja, consumidores, clientes, fornecedores, governo e acionistas, os chamados *stakeholders*.

Na visão das autoras desta pesquisa, a responsabilidade social é o conjunto de ações desenvolvidas pelas organizações que resultam em benefícios para a sociedade onde está inserida, incluindo inclusive as ações ambientais.

4 Estudo de caso

Esta seção tem por objetivo ilustrar o posicionamento adotado no artigo acerca da participação das ações ambientais na formação da imagem de uma empresa. Dessa forma lançou-se um olhar investigativo sobre uma empresa atuante no mercado nacional e internacional no ramo de papel e celulose, a Suzano Papel e Celulose.

Segundo a empresa, o verbo construir é conjugado diariamente desde o seu início. Há três gerações, a construção da companhia é norteada por valores e ideais humanistas, que

inspiram à redefinição de fronteiras de um empreendimento sólido e ousado. Esses valores fundamentam o entendimento de que as pessoas são a essência da atuação e do sucesso da Suzano Papel e Celulose.

Com o passar do tempo e posterior desenvolvimentos das atividades, a empresa passou a focar na geração dos resultados econômicos, ambientais e sociais, com vistas à sustentabilidade dos negócios. Os gestores da empresa almejam que sua atividade empresarial promova o desenvolvimento de seus colaboradores e comunidade, e que estas ações resultem em melhorias ambientais para as áreas de atuação da empresa, por meio da minimização de impactos, além da preservação dos ecossistemas e da restauração dos danos causados anteriormente.

Por isso, tudo o que é feito, desde investimentos em biotecnologia ao lançamento de um novo produto no mercado, passa por ações consistentes de responsabilidade social, que estão impregnados de uma determinação em buscar o crescimento a partir de bases sustentáveis e a competitividade a partir da valorização das relações humanas e do meio ambiente.

Dessa maneira, percebe-se o anseio da empresa de não apenas realizar essas ações benéficas, mas fazer delas um diferencial. Essa preocupação é evidenciada pelo fato da empresa disponibilizar além dos relatórios contábeis obrigatórios, uma demonstração que contém todos os procedimentos realizados a favor da sociedade e do meio ambiente, para usuários internos e externos.

Observa-se que esta preocupação da Suzano Papel e Celulose levaria realmente ao surgimento de um ativo intangível para a empresa, a partir do momento que possibilita que a sociedade associe a sua imagem a essas ações. Isso já pode ser detectado nas premiações e o reconhecimento que ela vem obtendo, por exemplo: uma colocação entre as dez empresas modelos em responsabilidade social do anuário *Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa*; premiações obtidas pelo instituto Ecofuturo e outros institutos; além da participação no índice de sustentabilidade empresarial da Bovespa, que a coloca em patamar diferenciado perante o mercado de capitais (esta participação será mais explorada no item 4.3).

Nas próximas duas seções serão explanadas alguns procedimentos adotados pela empresa, e divulgados no relatório de sustentabilidade, quanto à responsabilidade sócio-ambiental.

4.1 Ações Ambientais

Em relação às ações ambientais constata-se no relatório da empresa a preocupação desta nas várias etapas do processo. A empresa é segmentada em três unidades Florestal, Mucuri e Suzano, onde se procedem respectivamente a plantação de eucaliptos, a secagem de celulose e a produção do papel. Em todas elas são desenvolvidos projetos que visam diminuir a emissão de resíduos, através de tratamento e até mesmo reaproveitamento de muitos destes. Também há uma preocupação em evitar o desperdício dos recursos naturais utilizados no processo. Ressalta-se que na primeira unidade, a Florestal, busca-se ainda preservar a fauna e flora presentes nas regiões das plantações.

A seguir serão apresentadas algumas medidas em relação a alguns recursos utilizados pela empresa, assim como alguns impactos que ela gera.

Recursos	Aplicabilidade no processo produtivo
Materiais	A empresa recicla materiais não aproveitados em outros processos, contribuindo significativamente para a redução do lixo urbano.
Energia	A geração interna de energia das unidades industriais garante a minimização dos impactos ambientais de suas atividades. A empresa também faz uso de resíduos oriundos da queima da madeira, que se fossem liberados no ar causariam danos ao meio ambiente.
Água	O consumo de água nas unidades vem apresentando uma queda significativa nos últimos anos, devido adoção de uma política para o reuso e a preservação desse recurso.
Biodiversidade	A empresa atua procurando preservar as espécies encontradas nas suas áreas de produção, através de um acompanhamento realizado com o auxílio de profissionais especializados.
Emissões, efluentes e resíduos	A empresa desenvolve ações que buscam inibir a produção de CO ₂ nas suas atividades, fazendo com que a quantia emitida, seja equivalente ao CO ₂ já removido pelos eucaliptos durante o plantio.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Quadro 2: Ações desenvolvidas pela empresa em prol do meio ambiente.

A fim de alcançar essas ações expostas na tabela, a política da empresa é investir nas melhores tecnologias disponíveis, para ter as melhores práticas de produção no setor. Isso pode ser verificado no balanço social da empresa, onde se fazendo uma análise horizontal do ano de 2005 para 2006, constata-se um aumento em torno de 60% (sessenta por cento) neste tipo de investimento.

Outro ponto em relação às questões ambientais é o anseio da empresa em atender todas as normas legais referentes a este assunto. Observa-se no relatório investigado, que a empresa durante o período de 2004 a 2006, incorreu em apenas um processo na unidade Florestal, e seis processos na unidade Suzano, ressalta-se que a unidade Mucuri no período de três anos, não apresentou nenhuma ocorrência. Todavia, os processos que a empresa incorreu, foram ou devido a pequenos desvios operacionais, já corrigidos, no episódio da unidade Suzano, ou causados por equívocos na interpretação da legislação ambiental, que é o caso do ocorrido na unidade Florestal.

Dessa forma, observa-se que a empresa vem incorrendo em um número mínimo de multas e sanções relacionadas a infrações provocadas no meio ambiente, o que novamente levaria a formação de uma boa imagem diante seus clientes, fornecedores, governo, concorrentes, entre outros.

4.2 Ações Sociais

Para a empresa responsabilidade social corporativa representa mais do que um conceito, traduzindo-se no exercício planejado de ações estratégicas e na implementação de canais de relacionamento entre ela, seus públicos de interesse e a sociedade, no sentido de perpetuar o equilíbrio entre a criação de valor, dignificação humana e preservação do meio ambiente.

Buscando atingir essa responsabilidade social, a empresa investe tanto em projetos internos, voltados aos colaboradores e familiares, quanto a projetos voltados a público externo, relacionados a comunidades dentro de suas áreas de influência. Dentre essas áreas pode-se destacar: comunidades rurais; comunidades urbanas, em torno das unidades industriais; e formadores de opiniões.

Quanto às ações voltadas ao público interno, observam-se em curso vários projetos e programas de gestão de pessoas, estes visam desenvolver competências estratégicas para o negócio, e equipes de alta *performance*; fortalecer a cultura interna de ética e responsabilidade sócio-ambiental, desenvolver e reter talentos e líderes, e conquistar admiração dos mercados e sociedade onde atua.

Entre as ações internas, destacam-se: o apoio à previdência complementar, incentivos ao estudo superior através de bolsas de estudos; cursos de treinamento e desenvolvimentos a fim de profissionalizar seus colaboradores, entre outros.

Já em relação às ações voltados ao público externo, verifica-se que a empresa focou-se em várias dimensões, como: desenvolvimento econômico, saúde, educação, meio ambiente, esporte, integração, lazer, cultura. Em cada uma dessas dimensões a empresa traça objetivos que atendem públicos específicos, mostrados na tabela abaixo.

Dimensão	Objetivos	Público
Desenvolvimento Econômico	Ações, programas e projetos destinados a gerar oportunidades para a comunidade por meio de atividades de profissionalização e geração de renda.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Suzano
Saúde	Ações, programas e campanhas dirigidos à prevenção de doenças, aos provimentos de assistência médica e odontológica e a manutenção de clínicas e hospitais. As atividades beneficiam principalmente as comunidades onde a empresa está localizada.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri. Também envolve os colaboradores e seus familiares.
Educação, treinamento e capacitação profissional	Ações, programas e projetos e campanhas destinados a atividades educativas, incentivos a curso e escolas, ao desenvolvimento e capacitação profissional.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri. Também envolve os colaboradores e seus familiares.

Meio ambiente	Ações, programas e projetos destinados à preservação ambiental, bem como à conscientização, principalmente de crianças, jovens, sobre a importância do meio ambiente e sua conservação.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri.
Cultura	Ações, programas, e projetos destinados a resgatar, divulgar e incentivar a cultura do Brasil, ampliando o acesso às suas manifestações.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri. Também envolve os colaboradores e seus familiares, além de terceiros.
Apoio à comunidade	Programas, projetos, ações e campanhas destinadas a promover iniciativa, de apoio à cidadania, reintegração social, serviços comunitários e incentivos a solidariedade.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri. Também envolve os colaboradores e seus familiares, além de terceiros.
Esporte, lazer e integração	Ações, programas e projetos destinados a incentivar atividades esportivas, integração social e lazer, dirigidos aos colaboradores e seus familiares, bem como às comunidades onde a empresa está instalada.	Comunidades próximas às unidades Florestal e Mucuri. Também envolve os colaboradores e seus familiares.

Fonte: Adaptado do *site* da empresa.

Quadro3: Dimensão das atividades sociais desenvolvidas pela empresa ABC.

De forma geral, considerando-se os principais projetos desenvolvidos pela empresa, constata-se através de seu relatório que o montante destinado à consecução deles representa 14,82 % receita líquida da organização no ano de 2006. Verifica-se ainda que embora tenham reduzido o número de projetos de 52 para 41 do ano de 2005 para 2006, o valor investido teve um acréscimo de 14,73 %. Esse valor beneficiou em 2006, 503.855,00 mil pessoas no país.

Dentre os principais projetos destacam-se: Artesanato (comunidade produtiva); Assistência odontológica e médica; Semana da saúde; Ginástica laboral, Alfabetização de adultos (cidadão educar); Bolsa de estudos, Estudar e crescer; Colégios (Casa do estudante – Bahia, e subsídios de outras escolas); monitoramentos ambientais; Levantamento florístico; Análise de dioxinas e fuanos; Projeto Q - Equipamentos de controle da poluição do processo industrial; Desodorização; Fechamento de resíduos; Associação golfinho; Apoio ao instituto ECOFUTURO; Biblioteca comunitária (ler é preciso); entre outros.

Conhecidas às ações sociais e ambientais exercidas pela empresa, por meio desta seção e da anterior, o próximo tópico buscará dar um respaldo maior ao posicionamento das autoras até o presente momento, sobre a ligação do exercício da responsabilidade sócio-ambiental com a formação de uma boa imagem institucional. Para isso apresentar-se-á um índice desenvolvido pela Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), o ISE.

4.3 Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa (ISE)

O ISE é um índice que foi desenvolvido justamente da observação de que há alguns anos iniciou-se uma tendência mundial dos investidores procurarem empresas socialmente responsáveis e rentáveis para aplicar seus recursos. Tais aplicações denominadas “investimentos socialmente responsáveis”, consideram que empresas sustentáveis geram valor para o acionista no longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais. Logo, ele foi criado para ser um referencial para os investimentos socialmente responsáveis, tendo o objetivo de 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 de boas práticas no meio empresarial brasileiro (BOVESPA).

Ressalta-se que só 40 (quarenta) empresas participam do ISE, e que para isso precisam passar numa criteriosa seleção. Essas empresas precisam atender três critérios: suas ações têm que ser uma das 150 (cento e cinquenta) com maior negociabilidade apurados nos últimos doze meses anteriores a reavaliação; terem sido negociadas em pelo menos 50% (cinquenta por cento) dos pregos ocorridos nos doze meses anteriores à formação da carteira; e empresa tem que atender aos critérios de sustentabilidade propostos pelo conselho do ISE.

Dessa forma, ao observar que a empresa Suzano cumpriu todos esses critérios e faz parte das quarenta empresas que participam deste índice, considera-se que ele seja uma boa maneira para mostrar a influência das ações que a empresa promove na sua imagem, neste caso tomando-se como base à visão dos investidores sobre as mesmas. Para isso o artigo limitou-se a averiguar os informativos fornecidos pelo ISE do mês de junho a novembro de 2006, onde se observa a participação da Suzano papel e celulose na carteira de ações do ISE.

Tabela 1: Participação da empresa na carteira de ações de ISE

Carteira teórica de abertura			Lucratividade (%)	
	Quant. Teórica	Participação (%)	Mês	Ano
de 03/07/2006	92.567.001	0,640	(4,29)	8,16
de 01/08/2006	92.567.001	0,614	0,43	8,62
de 01/09/2006	111.907.13 5	0,734	3,57	12,50
de 02/10/2006	111.907.13 5	0,838	16,09	30,60
de 01/11/2006	111.907.13 5	0,926	17,49	53,45
de 30/11/2006	111.907.13 5	1,017	16,12	78,19

Fonte: Adaptado do *site* da Bovespa

Conforme o exposto na tabela nota-se que neste período houve um aumento na participação da empresa na carteira de ações que compõe o ISE, da mesma forma observa-se um aumento na lucratividade em termos percentuais. Segundo as autoras, isso confirmaria o reflexo das ações sócio-ambientais que a empresa vem desenvolvendo na imagem da mesma e conseqüentemente em sua competitividade.

5 Conclusões

A partir do contexto atual, onde a estabilidade de uma organização não se garante mais exclusivamente pela gestão de seus recursos financeiros, mas também pela obtenção de resultados efetivos e à oferta de bens e serviços que garantam a qualidade de vida e o bem estar da sociedade, é assumido pelas autoras que a responsabilidade sócio-ambiental vem sendo uma das grandes estratégias de melhorar e manter a imagem e a reputação de uma empresa. Dessa forma, ao admitir que o exercício das ações sócio-ambientais auxilia na formação do ativo intangível de uma empresa, o presente artigo objetivou investigar essas ações como elementos intangíveis em uma empresa do ramo de papel e celulose.

Com base nas reflexões geradas ao longo deste artigo foi possível responder à pergunta de pesquisa proposta para o artigo, qual seja: como a responsabilidade sócio-ambiental contribui na formação do ativo intangível de uma empresa do ramo de papel e celulose? Primeiramente buscou-se respondê-la através da análise de conteúdo efetuada no demonstrativo de sustentabilidade, gerado pela empresa objeto de estudo.

Nesta análise sobre o relatório gerado pela Suzano, observou-se que nele ela identifica alguns dos seus principais ativos intangíveis, classificados como fatores de diferenciação estratégica, entre eles: um modelo de gestão e de governança; marca; equipes de alta performance. Todavia, o que é mais enfatizado pela empresa ao longo deste demonstrativo são suas ações voltadas à proteção do meio ambiente, conjuntamente com os projetos sociais que ela realiza.

Em relação às ações ambientais, parece bem pertinente o destaque que vem sendo dado nos relatórios, uma vez que a indústria de papel é bastante visada por biólogos e até mesmo pelos consumidores, dado aos impactos que causam a natureza. Sendo assim, as ações ambientais neste ramo passam a ser incorporadas as estratégias das empresas. No caso da empresa Suzano, na medida em que ela preocupa-se em realizar e demonstrar todas as ações que promove em favor da natureza, durante todo o seu ciclo de produção, forma-se um novo ativo intangível promovendo-se uma boa imagem para a organização, que passaria a ser reconhecida pelos clientes fornecedores, consumidores, governos e por entidades certificadoras. Esse reconhecimento já pôde ser verificado inclusive, pelos diversos prêmios recebidos de diferentes órgãos e instituições pela organização.

Tanto quanto a busca pelo desenvolvimento sustentável, percebeu-se que a realização de projetos sociais traz uma boa repercussão para a empresa Suzano. Nesse sentido, constata-se a consciência da própria empresa em relação ao diferencial que eles promovem a ela, uma vez que na análise de conteúdo do relatório observa-se um número considerável de atividades sociais realizadas pela mesma, que vem inclusive aumentando a quantidade de recursos destinados a eles. Uma vez que esses projetos sociais atendem tanto pessoas ligadas diretamente com a empresa, como os colaboradores, quanto à sociedade em que ela está inserida, isso possibilitaria que a sociedade a enxergue de maneira mais positiva.

Todavia, foi da observação da participação da empresa no ISE (índice criado a partir da percepção de que os investidores passam a procurar empresas socialmente responsáveis), colocando-a em patamar diferenciado perante o mercado de capitais, é que se conseguiu responder melhor a pergunta-problema, percebendo-se a partir desta participação, a contribuição das ações que promove para a formação de um intangível. Isso porque o fato de estar entre as 40 empresas que participam dele, aliado ao aumento na participação da empresa na carteira de ações que formam o mesmo, confirma que as ações sócio-ambientais promovidas por ela vêm lhe agregando valor.

Dado a limitação do estudo das ações sócio-ambientais na formação do Ativo Intangível, em uma empresa do ramo de papel e celulose, sugere-se neste artigo que sejam realizados estudos semelhantes em outros ramos de empresas, verificando-se assim a influência destas ações na competitividade das mesmas.

Referências

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **A Controladoria e o Capital Intelectual: Um estudo Empírico sobre sua Gestão.** In: EnANPAD, 2006, São Paulo. **Anais...**São Paulo: USP, 2006. p.23-24.

ARAUJO, Marley Rosana Melo de. **Exclusão social e responsabilidade social empresarial.** Psicol. estud., Maringá, v. 11, n. 2, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141373722006000200021&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 26 mai. 2007. Pré-publicação.

BELLIER, Cyrille. **Aperfeiçoando os Relatórios de Sustentabilidade.** 24 fev. 2005. Disponível em: <www.empresario.com.br/artigos>. Acesso em: 05 jun. 2007.

COLAUTO, Romualdo Douglas; MABRINI, Ariovaldo. **Avaliação do Capital Intelectual não Adquirido: uma Proposta para Instituição de Ensino Superior Privada.** Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos62006>>. Acesso em: 28 mai. 2007.

COSTA, Filipe. **Responsabilidade sócio-ambiental das Empresas.** Instituto jurídico de inteligência e sistemas, [S:I]. Disponível em: <www.ijuris.org.br/nucleo/ecotec> . Acesso em: 30 mai. 2007.

ENSSLIN, Sandra Rolim; DUTRA, Ademar. **A avaliação do Capital Intelectual como subsídio para gerenciar e alavancar o desempenho organizacional.** In: International Conference on Information Systems and Technology Management, 4., 2007, Florianópolis. **Anais...**São Paulo: USP, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHENINI, Pedro Carlos (Org.) **Gestão empresarial sócio ambiental**. Gestão empresarial sustentável. Florianópolis: (s.n), 2005. 184p.

SOARES, Gianna Maria de Paula. **Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!?** RAE electron., São Paulo, v. 3, n. 2, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S167656482004000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 02 Jun. 2007. Pré-publicação.

UNIVERSIA. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/responsabilidadesocia>> Acesso em: 28 mai. 2007.

Instituto Ehtos. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em: 28 mai. 2007.