

MARTA LÚCIA SCHAEGLER

**PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES NOS RESULTADOS: DIVULGAÇÃO
NA PÁGINA INSTITUCIONAL E NÚMEROS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR
ADICIONADO**

CURITIBA
2011

MARTA LÚCIA SCHAEGLER

**PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES NOS RESULTADOS: DIVULGAÇÃO
NA PÁGINA INSTITUCIONAL E NÚMEROS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR
ADICIONADO**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre. Programa de Mestrado em Contabilidade - Área de Concentração em Contabilidade e Finanças, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Ademir Clemente

CURITIBA
2011

TERMO DE APROVAÇÃO

MARTA LÚCIA SCHAEGLER

PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES NOS RESULTADOS: DIVULGAÇÃO NA PÁGINA INSTITUCIONAL E NÚMEROS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Contabilidade no Curso de Pós-Graduação em Contabilidade e Finanças, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Ademir Clemente
Departamento de Contabilidade, UFPR

Prof.^a Dr.^a Márcia Maria S. B. Espejo
Departamento de Contabilidade, UFPR

Prof.^a Dr.^a Leilah Bufren
Departamento de Ciência e Gestão da Informação, UFPR

Curitiba, 29 de abril de 2011.

À Andressa e André, meus filhos, minha razão de viver.

Aos meus irmãos, Edmundo, Vera, Mara, Paulo.

Aos meus pais, Seoni e Nicolau, por todo amor, por quem sou e tudo que alcancei.

AGRADECIMENTOS

A Deus, principalmente pela vida, proteção e benção.

Ao professor Ademir Clemente, pela orientação, apoio, incentivos, confiança e pela sua amizade.

À professora Márcia Maria B. Espejo, pela acolhida, confiança e incentivo na conclusão do mestrado.

À minha irmã, Mara e sua família, Heraldo, Leonardo e Helena, pela hospitalidade e consideração durante todo este período de estudo e pesquisas.

Aos meus amigos e colegas, especialmente à Eliane Bendix e seu esposo José Carlos Rocha pelo imprescindível e providencial companheirismo.

A todos os professores, colegas e funcionários do mestrado pelo apoio.

“A mente que se abre a uma nova idéia jamais voltará ao seu tamanho original.”

(Albert Einstein)

RESUMO

A aderência entre o discurso e a prática sempre despertou a curiosidade dos pesquisadores concernente às ferramentas gerenciais, mais especificamente, com Programa de Participação nos Lucros e/ou Resultados (PPLR) não é diferente. Considerando que as organizações interagem de forma dinâmica e constante com o ambiente, buscando a evolução de sua comunicação ao empregar as atuais tecnologias para melhor informar as suas políticas aos *stakeholders*. A gestão estratégica de recursos abrange a gestão dos processos e recursos que geram vantagem competitiva, ela trata o capital humano como um agente capaz de elaborar e executar estratégias e que tem a habilidade de inovar e promover o alinhamento sistêmico. A utilização da Participação nos Lucros e/ou Resultados (PLR) é uma ferramenta gerencial estratégica que parece ainda não receber o devido valor. Isto reforça o distanciamento entre a teoria e a prática da Contabilidade Gerencial, pois seus elementos ainda estão dessintonizados e o uso de artefatos gerenciais merece estudos. Considerando isto, este trabalho visa a analisar a aderência da política organizacional publicada, relativa aos colaboradores, no que diz respeito à distribuição de resultados. Para tanto, a proposta foi evidenciar a diferença entre o discurso e a prática das maiores empresas brasileiras relacionadas na Revista Exame Melhores e Maiores, edição 2010, e que também negociam ações na BM&FBovespa. A pesquisa foi realizada em três etapas. Na primeira etapa, foram analisados dados obtidos de 124 empresas selecionadas da lista das 500 maiores empresas da revista supracitada. Estas empresas tiveram suas Páginas Institucionais (PI) analisadas e, como resultado, onze empresas divulgam informações sobre a PLR. Na segunda etapa, foi realizado o levantamento das DVA e o resultado obtido mostrou que apenas quatro empresas apresentam a PLR destacadas em suas demonstrações. Na terceira etapa, a do confronto dos resultados obtidos nas duas etapas anteriores, comprovou que o conjunto das empresas que divulgaram o programa nos *sites* era disjunto daquele formado por aquelas que relataram a PLR nas demonstrações financeiras. Portanto, este resultado mostra que a política relativa aos colaboradores, enunciada pelas maiores empresas do Brasil e que negociam ações na bolsa, não encontra aderência na sua atuação em relação à distribuição de resultados conforme a DVA. Assim, não há sintonia entre o discurso e a prática das organizações em relação à divulgação da PLR. Além disto, apesar da importância desta ferramenta de gestão, a divulgação da PLR, tanto nos *sites* quanto nas demonstrações financeiras, não é expressiva.

Palavras-chave: Participação nos Lucros e/ou Resultados (PLR). Política Organizacional Divulgada (POD). Demonstração de Valor Adicionado (DVA).

ABSTRACT

The adherence between the speech and practice has always aroused the curiosity of researchers regarding the managerial tools, more specifically, with the profit sharing and/or results program (PSP) it is not different. Considering that the organizations interact with the environment in a dynamic and constant way, pursuing the evolution of their communication when applying the updated technologies in order to better inform their policies to stakeholders. The strategic resource management implies the process and resources management what generates a competitive advantage, it deals with the human capital as an agent who is able to elaborate and perform strategies and has the ability to innovate and to promote the systemic alignment as well. The use of Profit Sharing and/or Results is a managerial strategic tool which seems not to be added proper value. This fact reinforces the gap between theory and practice in Managerial Accounting, because its elements have not been tuned in yet and the use of managerial strategies suggest studies. Taking it into consideration, this paper aims to analyze the adherence of the organizational disclosed policy, related to employees and regarding the results distribution. To do so, the proposal was to underline the difference between speech and practice of the biggest Brazilian Companies listed on Exam magazine Best and Biggest 2010 edition, and also trade stocks on the BM&F Bovespa. The research was performed in three stages. In the first stage, it was analyzed data from 124 companies selected from the list of top 500 companies in the aforementioned magazine. These companies had their Institutional pages (IP) analyzed and, as a result eleven companies have disclosed information about PSP. In the second stage it was performed a survey of Added Value Demonstration and the result indicated that, only four companies have the PSP underlined in their demonstrations. In the third stage, that is the confrontation of the results obtained in the two previous stages, proved that all the companies which disclosed the program in the sites was disjointed from the ones that reported PSP in the financial demonstrations. Therefore, this result reveals that the policy related to employees, enunciated by most companies in Brazil and that trade stocks on the stock Exchange, does not have adherence on their performance in relation to the distribution of results according to Added Value Demonstration. Thus, there is no harmony between the speech and practice of organizations in relation to disclosure of profit sharing. Moreover, despite the importance of this management tool, the disclosure of PSP both in the sites as in the financial statements was not significant.

Key words: Profit sharing and/or Results (PSP). Organizational Disclosed Policy. Added Value Demonstrated.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1	- PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS.....	43
FIGURA 1	- DESENHO DA PESQUISA.....	52
QUADRO 2	- RESULTADO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	64
QUADRO 3	- DETALHES DA ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	69
GRÁFICO 1	- DENOMINAÇÕES DA PARTICIPAÇÃO.....	71
QUADRO 4	- PERFIL DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM PLR NAS PI.....	73
GRÁFICO 2	- RANKING DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM PLR NAS PI	74
GRÁFICO 3	- SETORES DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI.....	74
QUADRO 5	- EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI: MELHORES DE SE TRABALHAR.....	75
QUADRO 6	- EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI: MELHORES E PIORES.....	76
QUADRO 7	- EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA.....	78
QUADRO 8	- PERFIL DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA.....	78
QUADRO 9	- EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA: MELHORES DE SE TRABALHAR.....	79
QUADRO 10	- EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA: MELHORES E PIORES.....	79

LISTA DE SIGLAS

DVA	- Demonstração de Valor Adicionado
PE	- Política Empresarial
PI	- Páginas Institucionais
PL	- Participação nos Lucros
PLR	- Participação nos Lucros e Resultados
PO	- Política Organizacional
POD	- Política Organizacional Divulgada
PPLR	- Programa de Participação nos Lucros e Resultados
PPR	- Programa de Participação nos Resultados
PR	- Participação nos Resultados

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	12
1.2 QUESTÃO DA PESQUISA.....	14
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	15
1.3.1 Objetivo geral.....	15
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.4 JUSTIFICATIVA.....	16
1.5 DELIMITAÇÕES.....	20
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	21
2 MARCO TEÓRICO DE REFERÊNCIA	24
2.1 POLÍTICA ORGANIZACIONAL.....	24
2.1.1 Missão.....	26
2.1.2 Visão.....	27
2.1.3 Objetivos e metas.....	29
2.1.4 Propósitos.....	31
2.1.5 Crenças e valores.....	31
2.2 PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E RESULTADOS.....	32
2.2.1 Gestão do capital humano.....	32
2.2.2 Remuneração variável.....	36
2.2.3 Participação nos lucros e resultados.....	39
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	45
3.1 TEORIA DE BASE E PROPOSIÇÕES DA PESQUISA.....	46
3.2 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	54
3.3 POPULAÇÃO	58
3.4 INSTRUMENTO DA PESQUISA E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	59
3.5 TRATAMENTO ESTATÍSTICO E ANÁLISE DOS DADOS.....	62
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	68
4.1 ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES DA PLR NAS PI.....	68
4.2 ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES DA PLR NAS DVA.....	77
4.3 ANÁLISE DA ADERÊNCIA.....	80

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	81
REFERÊNCIAS.....	85
APÊNDICE.....	90
ANEXOS.....	94

1 INTRODUÇÃO

O capítulo da introdução, segundo Beuren (2006, p.63) é destinado a apresentar de “forma sistemática, o conjunto de recortes da pesquisa”, evidenciando o objeto da pesquisa, ressaltando o quê, por quê e como pesquisar o objeto. Em outras palavras, é na introdução que se tem acesso ao trabalho como um todo, a fim de mostrar o processo adotado para a pesquisa, dando sequência lógica e entendimento ao leitor.

Apresenta-se, a seguir, a contextualização na qual se situa o tema dentro do cenário atual, elencando uma série de fatores que subjazem como motivação para a realização desta pesquisa. Segue-se com o questionamento central, razão principal que levou à investigação, direcionando toda a estrutura do trabalho e estabelecendo os objetivos elencados para responder ao questionamento, bem como aos principais pontos que justificam a pesquisa e a moldagem desta, sua delimitação, os detalhes da estrutura do trabalho, enfim, aspectos principais de todo o processo, para estruturar, organizar e direcionar o entendimento sobre o estudo.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Afirmar que o atual contexto ambiental, econômico e social, a globalização, as inovações tecnológicas e a crescente necessidade informacional do complexo mundo dos negócios exigem das organizações constantes adaptações a este dinâmico cenário, já se tornou senso comum. Os desafios constantes e velozes são uma estrada sem volta para a manutenção competitiva.

Em face disto, há um crescente envolvimento das organizações com o ambiente, sociedade, fornecedores, clientes, governo, investidores e colaboradores. Considerando a teoria dos sistemas, fatores internos e externos interagem e interferem diretamente nas decisões e posições adotadas pelas empresas. Portanto, na organização, um agente econômico integrante da sociedade, questões sobre sua responsabilidade social, ambiental e o impacto de suas ações e pretensões são motivos de constantes questionamentos.

Tornar acessível aos diversos usuários informações sobre as políticas empresariais está se tornando cada vez mais uma necessidade, uma vez que as percepções dos *stakeholders*, em relação às organizações e ao seu envolvimento com as mesmas, implicam em diversas exigências a serem atendidas.

Atualmente, as tecnologias disponíveis propiciam aos usuários acesso às informações de forma rápida e prática, tornando imprescindível que as organizações considerem o conteúdo e a relevância da divulgação de suas informações, sendo que estas expressam e exteriorizam sua imagem e os compromissos assumidos pelas mesmas.

As ações e posicionamentos diferenciados e inovadores caracterizam-se como competitivos e estratégicos no mundo globalizado, tornando-se um diferencial em potencial. Assim, a visão, a missão, os valores, os objetivos, os compromissos organizacionais indicam as intenções e o nível de comprometimento com os *stakeholders*.

Neste sentido, os colaboradores ou o chamado “Capital Humano”, constitui em componente essencial no contexto de estratégias e competitividade. Treinar, aperfeiçoar, motivar e reter talentos, bem como reconhecer sua importância para o crescimento e desenvolvimento, tornam-se fundamentais para o bom desempenho das organizações. Benefícios, recompensas e incentivos podem ser oferecidos aos colaboradores para que possam ser estimulados a participar e colaborar para um melhor desempenho individual, de equipes e, também, desempenho organizacional. O reconhecimento de seu empenho, dedicação e adoção de remuneração diferenciada, sem dúvida causam um impacto positivo para o indivíduo, que espera ver seus esforços recompensados pela organização da qual faz parte.

A satisfação do funcionário com seu ambiente de trabalho, o envolvimento com os objetivos e as metas, podem criar uma atmosfera mais harmônica, refletida no aspecto pessoal e profissional, interferindo diretamente na produtividade e qualidade, beneficiando a todos os envolvidos, promovendo uma parceria de ganhos.

Desta forma, as políticas adotadas pelas empresas e sua relação direta à aplicabilidade das mesmas são objetos de pesquisa. Assim, a realidade organizacional tem sido cada vez mais foco de interesse e análise por parte dos pesquisadores. Retratar, analisar, entender e interpretar relações e contextos reais se tornam imprescindíveis para a Ciência Contábil, uma vez que sua evolução se dá

em proporção direta à evolução da sociedade e da economia e sua aplicação prática corresponde à necessidade imediata de seus usuários.

A Contabilidade Gerencial que visa a atender aos usuários internos procura cada vez mais compreender e suprir este universo particular das organizações. Assim, pode-se estabelecer que a pretensão desta pesquisa é discutir, analisar e interpretar o comportamento organizacional, no que diz respeito aos colaboradores, restrito à política enunciada e à aderência de sua prática demonstrada pela distribuição dos resultados, observados nas páginas institucionais de seus *sites* e nas suas demonstrações financeiras, pois, com a Internet, as informações podem ser compartilhadas e ampliadas para os diversos públicos, multiplicando as estruturas de comunicação organizacional.

1.2 QUESTÃO DE PESQUISA

Os questionamentos normalmente incentivam as pesquisas. Buscar respostas aos questionamentos é um processo de observação e reflexão sobre os problemas, aplicação de experiências, da capacidade e da criatividade nos procedimentos e métodos utilizados para solução dos mesmos.

Vergara (1998, p. 21) afirma que o problema “é uma questão não resolvida, é algo para o qual se vai buscar resposta, via pesquisa.” Esta questão pode estar relacionada a uma lacuna, dúvida, necessidade ou interesse de compreender e explicar alguma situação.

Considerando que o problema de pesquisa “esclarece a dificuldade específica com a qual se defronta e que se pretende resolver (...)” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 107), propõem a seguinte questão:

A política relativa aos colaboradores, enunciada pelas maiores empresas brasileiras que negociam ações na BM&FBovespa, encontra aderência na sua atuação em relação à distribuição de resultados conforme a DVA?

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

Vergara (1998, p. 25) afirma que, se “o problema é uma questão a investigar, objetivo é um resultado a alcançar”. Portanto, objetivo atingido, conseqüentemente, problema respondido, indicando a estreita relação ao elaborar a questão e o objetivo do estudo.

Os objetivos esclarecem questões fundamentais dentro da pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 1992) e “...indicam o resultado que se pretende atingir ao final da pesquisa. Normalmente, constituem-se em ações propostas para responder à questão que representa o problema.” Para tanto, os objetivos devem estar claros e precisos para o investigador e para o leitor, colaborando para melhor evolução do trabalho e esclarecimento da metodologia e dos passos a serem executados, bem como o rumo e conclusão da pesquisa (BEUREN, 2006, p.65).

Seguramente, os objetivos constituem-se no alicerce da pesquisa juntamente com o problema ou questão de pesquisa; são os elementos fundamentais dos motivos, resultados e finalidade da investigação, que nesta pesquisa estão dispostos em: objetivo geral e objetivos específicos.

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral é elaborado com base na questão de pesquisa, preservando a integridade e o alinhamento da investigação. Para Lakatos e Marconi (2009, p. 106) o objetivo está “ligado a uma visão global abrangente do tema”; “indica uma ação ampla do problema” (BEUREN, 2006, p.65) e está relacionado “com o conteúdo intrínseco, quer dos fenômenos e eventos, quer das idéias estudadas.” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 106)

Considerando a discussão sobre o aspecto social e econômico das organizações e suas práticas adotadas, este trabalho tem como objetivo:

Analisar a aderência da política organizacional publicada relativa aos colaboradores com a atuação em relação à distribuição de resultados.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos intermediários ou específicos são considerados as metas a serem alcançadas, concretizando o alcance do objetivo geral. Portanto, os objetivos específicos descrevem “ações pormenorizadas, aspectos mais específicos para alcançar o objetivo geral estabelecido”, sendo fundamental manter a coerência entre si (geral e específicos), harmonização entre eles e subordinação destes em relação àquele (BEUREN, 2006, p. 65).

Os objetivos específicos “apresentam caráter mais concreto. Têm a função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar este a situações particulares” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 106).

Para este estudo, os objetivos específicos foram assim estabelecidos:

a) identificar a existência da política empresarial apresentada nas divulgações dos *sites* das maiores empresas brasileiras com ações na BM&FBovespa;

b) analisar o conteúdo da política divulgada em relação à participação nos lucros e resultados (PLR);

c) verificar a distribuição da riqueza por meio da Demonstração de Valor Adicionado (DVA);

d) verificar a existência de aderência do conteúdo da política organizacional divulgada e a distribuição da riqueza (resultado).

1.4 JUSTIFICATIVA

A justificativa destaca a relevância da pesquisa, as contribuições de ordem prática e o conhecimento na área e para sociedade. É a oportunidade de enriquecimento do assunto e atualidade do tema, momento para investigação, bem como a importância da abordagem sob o ponto de vista inovador e original (BEUREN, 2006, p. 66).

Entretanto, a justificativa “consiste numa exposição sucinta, porém completa, das razões de ordem teórica e dos motivos de ordem prática que tornam importante a realização da pesquisa” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 107).

Assim, esta pesquisa justifica-se, em primeiro lugar, pela existência da necessidade de verificar as contribuições da Contabilidade, mais especificamente da Contabilidade Gerencial, dentro do atual contexto organizacional, dinâmico e turbulento. Pesquisas científicas, nesta área contábil, ainda são poucas e tímidas, principalmente no que diz respeito à realidade brasileira.

Salomon (2000) afirma que a importância e o prestígio da pesquisa científica nas Ciências Sociais Aplicadas são recentes. No Brasil, a “produção sistemática e coordenada de conhecimentos advindos de processos científicos se deu a partir da metade do século passado.” A atual produção científica nacional nos campos da Contabilidade, Administração e outras ciências foram construídas, particularmente, nos programas de Pós-Graduação das Universidades (MARTINS; THEOPHILO, 2007, p. 2).

As pesquisas possibilitam a visualização da real situação das empresas, visto que a carência da pesquisa na área contábil e a alegação de pesquisadores e autores chamam a atenção para o fato de as pesquisas causarem pouco impacto na prática, fortalecendo a dissociação tão alegada entre a teoria e a prática (SOUTES, 2006), demonstrando a disparidade da evolução entre o contexto empresarial e a Contabilidade.

Corroborando, Souza, Lisboa e Rocha (2003) afirmam que o que se observa é que existe vasta literatura abordando a globalização e a unanimidade de pesquisas em diversos países comprovando a efetividade da Contabilidade Gerencial como geradora de informações para fins decisórios. Isto é inquestionável, porém, a mudança ocorreu em desigualdade na manufatura e na Contabilidade, a complexidade da gestão dos negócios torna a Contabilidade Gerencial um fator crítico de sucesso.

Em segundo lugar, há a possibilidade de conhecer a realidade das empresas brasileiras, tendo em vista que o Brasil, país emergente economicamente, está caminhando para uma posição respeitada na economia mundial, tanto como ator de certa relevância no plano regional e global, como também “na evolução futura da economia mundial”, com maior influência na América do Sul (ALMEIDA, 2007, p. 7).

Em terceiro lugar, a divulgação das informações empresariais, com uso da tecnologia disponível, pode atingir seus diversos usuários e compor a imagem da organização, constituindo-se em uma oportunidade estratégica para as organizações. Calixto, Barbosa e Lima (2009, p. 84) afirmam que com o “advento da Internet grandes mudanças têm ocorrido na maneira que as empresas divulgam informações sobre a *performance* (...)”. A divulgação voluntária está crescendo e causando mudanças estruturais, estabelecendo assim “um diálogo mais transparente com os seus *stakeholders*.” Atender as necessidades informacionais dos diversos usuários está se tornando um mecanismo importante para as empresas.

Outro aspecto relevante do estudo, que se pode colocar em quarto lugar, é a oportunidade de contribuir na aplicação da Teoria Contingencial, mais especificamente o fator Estratégia, aliando a teoria e a prática, buscando amenizar a carência de pesquisas desta natureza, demonstrando ainda, a utilização de ferramenta gerencial estratégica de distribuição de riqueza, a remuneração variável, mais especificamente, a Participação nos Lucros e Resultados (PLR).

Por conseguinte, considerando que a abertura de mercado, o acirramento da competitividade, as mudanças culturais estão modificando conceitos e paradigmas em velocidade espantosa, a manutenção de melhoria contínua de qualidade, redução de custos e de estrutura eficiente são pontos primordiais. Porém, o mais importante é o fator humano, pois sem ele, os demais não serão alcançados. Buscar “promover uma nova postura” dos colaboradores vai ao encontro à “busca da eficiência e sucesso do empreendimento”. E para motivá-los, promovendo esta parceria, a “Participação nos Lucros ou Resultados surge como um instrumento viável para a melhoria do fator motivacional” e aumento da produtividade (ROSA, 2006, p. 19-20).

Rosa (2006, p. 27-28) argumenta ainda que o uso de “ferramentas gerenciais tem-se mostrado altamente eficaz no alcance dos objetivos das organizações” e que a viabilidade dessa ferramenta passa pela compreensão dos funcionários, norteando suas ações para atingir as metas propostas. Para isso, deve ser estruturada e estar em sintonia com a cultura organizacional da empresa, favorecendo um canal de comunicação onde se possa ler e captar as propostas, tornando-os parceiros nos programas.

Em quinto lugar, destaca-se a análise das variáveis pesquisadas, verificando-se assim o comprometimento formal divulgado com as práticas adotadas pelas organizações em relação aos colaboradores, bem como a observação de sua relação com o contexto atual e a adaptação ao processo contínuo de mudanças das políticas sociais e econômicas. Esta análise imprime uma perspectiva qualitativa à pesquisa que “é orientada para a análise de casos concretos em sua particularidade temporal e local, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais” (FLICK, 2005, p. 28), além do caráter quantitativo que procura “mensurar, ou medir, variáveis”. Este estudo comporta “tanto avaliação quantitativa quanto avaliação qualitativa” (MARTINS; THEOPHILO, 2007, p. 83).

Em sexto lugar, destaca-se a contribuição para a comunidade empresarial criando a possibilidade de um indicador que ajude a analisar e aprimorar seus conceitos com relação ao tema pesquisado, o que pode vir a repercutir diretamente em mudanças de postura e reavaliação de suas ações. Afinal, trata-se da construção de sua imagem perante o público em geral. Além disso, os investidores e acionistas podem investigar e analisar as informações e utilizá-las como parâmetros para a escolha de seus portfólios.

Em sétimo lugar, a população pesquisada constitui-se das empresas que preencheram dois atributos: pertencerem as 500 maiores empresas listadas na Revista Exame, edição “Melhores & Maiores” 2010 e negociarem ações na Bolsa de Valores (BM&FBovespa). A escolha das 500 maiores deu-se por se tratar de parcela significativa e representativa na economia nacional e até mesmo do ponto de vista do mercado internacional. Inclui-se a questão da utilização de método científico na classificação das empresas, sendo que os critérios são embasados em estatísticas, destacando-se a confiabilidade, o mérito e a seriedade dos organizadores e pesquisadores envolvidos (EXAME, 2010). Já a seleção da BM&FBovespa é justificada pela necessidade de divulgação por parte das empresas das Demonstrações de Valor Adicionado (DVA) para verificar a distribuição de lucros ou resultados aos seus colaboradores. As empresas pesquisadas são as resultantes do confronto das quinhentas maiores empresas relacionadas na Revista Exame e das Listadas na BM&FBovespa.

Por fim, justifica-se propor uma pesquisa ainda não realizada com o tema estabelecido, de caráter inovador, acrescentar novas e relevantes informações ao universo acadêmico e empresarial brasileiro. Considerando que o objetivo do

trabalho de dissertação é enriquecer sua competência científico-profissional, sobre um assunto específico, com uma metodologia sustentada por outras pesquisas a respeito do tema, acrescenta uma contribuição para a área em estudo. Além de tratar de um tema único e bem delimitado em sua extensão, reúne, analisa e interpreta informações, contribuindo, esclarecendo, ou mesmo para preencher uma lacuna, sobre o tema (BEUREN, 2006).

Contudo, cabe afirmar que hoje colaboradores e a sociedade estão vigilantes cada vez mais sobre a transparência dos processos na gestão das empresas, no sentido de conhecer a política organizacional, sua visão, sua estratégia, sua missão, sua ética, seus valores e suas atitudes intensificando cada vez mais as inter-relações.

1.5 DELIMITAÇÕES

Delimitar a pesquisa é fundamental para a elaboração do trabalho, pois estabelece a abrangência do estudo. Vergara (1998, p. 30) esclarece que a delimitação “refere-se à moldura que o autor coloca em seu estudo.” Trata, especificamente, das “fronteiras concernentes a variáveis, aos pontos que serão abordados, ao corte (transversal ou longitudinal), ao período de tempo objeto da investigação”, não se confundindo com a definição da amostra ou universo.

Para isto, é necessário conhecer o assunto da investigação com leitura preliminar das diversas referências que servirão de fontes e de indicação da relevância, oportunidade, polêmica e atualidade do problema e da abordagem do tema. Evitar tendências pessoais e amplitudes exageradas, pois dificultará as relações e amarras necessárias à conclusão do estudo (BEUREN, 2006, p. 50-51).

No sentido de definir a extensão e amplitude da pesquisa, suas fronteiras, bem como sua execução, tornando perceptíveis suas fronteiras, esta pesquisa conta com as seguintes delimitações para se tornar factível:

a) Quanto às empresas pesquisadas: concentrou-se nas empresas resultantes do confronto das 500 maiores empresas situadas no Brasil, considerando a classificação listada na Revista Exame, da edição “Melhores & Maiores” de 2010, que já possui método de classificação respeitado e consagrado

na sociedade econômica nacional, com as empresas listadas na BM&FBovespa. A opção se deu em virtude da representatividade das organizações e da adequação aos propósitos da pesquisa quanto ao aspecto de divulgação das informações;

b) Em relação às divulgações das informações, estas, foram obtidas nos *sites* das empresas pesquisadas, observando-se os conteúdos disponibilizados nas páginas institucionais os quais foram identificados, analisados e classificados quanto às informações, observando-se especificamente a participação nos lucros e nos resultados

c) Quanto às variáveis envolvidas na análise foram consideradas: a política empresarial divulgada e a demonstração da distribuição de resultados somente em relação aos colaboradores, foco da presente pesquisa.

d) A distribuição dos resultados aos colaboradores será avaliada com informações das Demonstrações de Valor Adicionado (DVA), obtidas no *site* da BM&FBovespa (Bolsa de Valores de São Paulo);

e) Quanto à análise dos dados relativos à política enunciada foi realizado um exame visando a identificar o conteúdo relacionado aos colaboradores, à prática com relação à distribuição da riqueza aos mesmos e à aderência do discurso em relação à prática adotada pelas organizações.

Todas essas considerações contribuem para a visualização e a delimitação do trabalho, percebendo as fronteiras e demarcações, as quais sinalizam como molduras, dando contornos definidos para a pesquisa a ser realizada, limitando assim sua abrangência.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

Para estruturar e contextualizar a presente investigação, os tópicos estão dispostos de forma a apresentar detalhadamente o roteiro do trabalho a ser realizado. No presente tópico da introdução, é feita a contextualização do tema a ser investigado, o assunto como um todo, expondo fatores relevantes, ambiente e contexto em que está inserido, bem como a formatação do trabalho. Em seguida, é esclarecido qual é o problema da pesquisa, um dos pontos fundamentais que norteiam as escolhas dos demais métodos e procedimentos. A exposição é feita de

forma objetiva, relacionada à contextualização apresentada anteriormente e ao qual se busca uma solução ou resposta.

No mesmo tópico, da introdução, apresenta a explanação dos objetivos de forma clara, tanto o objetivo geral quanto os objetivos específicos, que juntamente com a questão de pesquisa conduzem o trabalho proposto e expõem as ações a ser realizadas à conclusão da pesquisa. A justificativa elenca o rol dos motivos e das razões para a concretização do presente trabalho, mostrando sua importância e viabilidade, que, além dos argumentos científicos, revela vários aspectos que podem ser desvendados concernentes ao tema abordado, em especial, de particularidades do contexto empresarial brasileiro. Na sequência, a delimitação da pesquisa, visando a esclarecer sua abrangência, dando os contornos ou, mais especificamente, a moldura do trabalho como um todo. Contribui, assim, para que possam ser determinados os pontos de interesse da pesquisa. E por fim, fechando o primeiro tópico, é demonstrada a estrutura do trabalho para melhor entendimento e visualização da pesquisa.

O segundo tópico, aborda a estruturação do marco teórico de referência, o qual é destinado ao suporte teórico deste estudo, o qual dará a base à pesquisa propriamente dita. O levantamento das referências torna conhecido o que já foi escrito sobre o tema ou relacionado a ele, relata-se o que é mais importante e que irá contribuir para análises e interpretações da pesquisa.

No terceiro tópico, definem-se os procedimentos metodológicos utilizados, tanto de caráter teórico-metodológico, como as estratégias de planejamento da pesquisa, instrumentos, população, tratamento dos dados e análise. Esta seção engloba todos os passos, ou seja, o caminho a ser trilhado para alcançar os objetivos propostos e responder a questão de pesquisa.

O quarto tópico destina-se à análise dos resultados da pesquisa com uma interpretação mais aprofundada sobre os dados, em busca de um sentido mais amplo, relacionado aos objetivos da pesquisa, confirmando ou rejeitando as hipóteses e respondendo a questão da pesquisa investigada.

No quinto tópico, são elencadas as considerações finais e recomendações. Nas considerações finais, o destaque é para os principais pontos levantados na pesquisa e as recomendações para orientar futuras pesquisas relacionadas ao tema.

E por fim, no sexto tópico, relacionam-se as referências utilizadas. Essa relação inclui o conjunto de documentos citados no trabalho. São elencados de

forma padronizada, possibilitando a identificação individual das fontes utilizadas na realização da pesquisa.

2 MARCO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Marco teórico de referência é outro ponto importante da pesquisa, pois estrutura e fundamenta os conhecimentos existentes sobre o tema até o momento presente da realização deste trabalho. Após uma leitura preliminar para escolher o assunto, definir o problema, delimitar o tema, passa-se a uma “revisão bibliográfica mais ampla e profunda” para “construir o marco teórico referencial do estudo” (BEUREN, 2006, p. 55).

Cabe afirmar que a “influência teórica sobre o cotidiano pode ser percebida nas mais variadas áreas de conhecimento, especialmente nas ciências sociais, onde se enquadra a Contabilidade.” As teorias podem ser impactadas com a verificação empírica, realizada por meio da pesquisa científica, quando há a quebra de um paradigma o que põe em “crise o universo de certezas” (BEUREN, 2006, p. 54).

Lakatos e Marconi (1992, p. 111) confirmam que citar as conclusões principais de outros autores “permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes.” Portanto, faz-se uma revisão da literatura do acervo de teorias e suas críticas e dos trabalhos realizados “oferecendo contextualização e consistência à investigação” (VERGARA, 1998, p. 34).

A seguir, fundamentam-se, mesmo que de forma sucinta, os principais itens relativos à pesquisa para que se possa conhecer e entender o tema, tornando viável e sustentável sua estrutura para a condução ao trabalho final e conclusivo nas demais etapas do processo da pesquisa científica.

2.1 POLÍTICA ORGANIZACIONAL

A filosofia de negócio das empresas nem sempre está declarada de forma explícita e clara para os interessados, como é desejável. “Geralmente, ela só é percebida através do tempo, pelas atitudes assumidas por seus principais executivos, quando tomam decisões” (NAKAGAWA, 1993, p. 24).

Hampton (2005, p. 204) afirma que as políticas são orientações para tomada de decisão. “Uma política reflete um objetivo e orienta os gerentes e funcionários em direção a esses objetivos em situações que requeiram critérios de julgamento.” Sua função “é aumentar as chances de os diferentes gerentes e funcionários fazerem escolhas semelhantes ao enfrentar, independentemente, situações similares”, limitando assim os critérios para tomada de decisão.

Corroborando, Nakagawa (1993, p. 53) relata que as “políticas são guias de raciocínio que dão a direção e o sentido necessário para o processo de tomada de decisões respectivas e são planejadas para assegurar a congruência de objetivos”. O destaque para a importância da política empresarial na tomada de decisão é o ponto forte dos autores.

As políticas podem ser expressas e/ou implícitas. As primeiras são “afirmações escritas e orais que fornecem informações para quem toma decisões, de modo a ajudá-los, a saber, como escolher entre alternativas” (HAMPTON, 2005, p. 205). Já, as políticas implícitas “apenas diferem das expressas, na medida em que não foram faladas ou escritas.” Até porque ninguém se deu ao trabalho de expressá-las, por vergonha dos gerentes, por serem ilegais ou refletirem uma ética questionável. O choque entre a política implícita e a expressa pode ocorrer quando “a política expressa anuncia um propósito admirável e indiscutivelmente grandioso”, e a política implícita, manifestada nas atividades, não está de acordo. Essa discrepância ocorre em alguns casos quando “a política expressa representa uma espécie de relações públicas”, ou quando “o propósito declarado pode ser verdadeiro, porém a política pode ser omitida” pelos gestores que reagem a pressões (HAMPTON, 2005, p. 207).

Assim, a política empresarial constitui-se de diretrizes que norteiam a razão da existência, o rumo que a organização pretende seguir. Ou ainda, como afirmam Mintzberg e Quinn (2001, p. 21) “são regras ou diretrizes que expressam os limites dentro dos quais a ação deve ocorrer”.

Diante disso, cabe esclarecer conceitos que estão diretamente ligados à política organizacional e expressam esses limites e intenções, as quais refletem atitudes e posturas a serem adotadas para congruência dos objetivos, norteando e orientando as decisões. Dentre esses conceitos destacam-se: missão, visão, objetivos e metas, propósitos, crenças e valores.

2.1.1 Missão

Mesmo sendo diferente para cada uma das empresas, e “até mesmo na própria empresa, em função do tempo ou da evolução dos ideais, crenças e valores”, a sua “filosofia deveria ser explicitada claramente, em termos de missão e finalidades ou propósitos básicos” (NAKAGAWA, 1993, p. 25).

A missão constitui-se na verdadeira razão de existir da empresa. O objetivo fundamental, de caráter permanente, que caracteriza e direciona sua atuação, independente das condições internas e ambientais. Decorrente das crenças e valores dos dirigentes e do papel a desempenhar no cenário social, os pontos destacados são: os valores fundamentais da organização, produtos e serviços ofertados, mercado de atuação e clientela da organização. Esses pontos “devem ser caracterizados de forma ampla, genérica e flexível” (GUERREIRO, 1989, p.155-156).

Tachizawa e Resende (2000, p. 39) corroboram definindo a missão como a “razão de ser da organização, para que ela serve, qual a justificativa de sua existência para a sociedade, ou seja, qual a função social a ser exercida por ela.” Tem que fazer sentido para o público interno e manter a aderência com as ações e estratégias adotadas pela organização para ser legitimada pelo público externo, pois é específica para cada organização. Souza (2008) afirma ainda que a busca da eficácia empresarial foca em sua missão, deve ser estendida a todos: diretores, funcionários, clientes e fornecedores, demonstrando com isso, o objetivo que se pretende atingir.

Enfatizando a importância da missão na Teoria dos Sistemas, Catelli (2009, p. 50) descreve que a “característica fundamental de um sistema é a existência de um objetivo comum as suas partes, de forma a construir o ‘todo’”. A missão refere-se à razão da existência organizacional, “caracterizando-se como elemento que orienta e integra suas partes (subsistemas), constituindo-se em um objetivo permanente e fundamental para sua atuação.” Pode não estar explicitada, mas toda empresa possui uma missão. Porém, tendo em vista que a missão condiciona a atuação e se constitui no principal objetivo da organização, é necessário que seja devidamente e adequadamente explicitada. (GUERREIRO, 1989)

A missão orienta a definição de objetivos mais específicos, formando uma hierarquia de objetivos, voltados para os interesses organizacionais globais. Quando

a missão está “bem-definida comporta vantagens que ajudam todos a compreenderem o que fazem na organização e a uniformizar os esforços de todos no que é fundamental para a empresa.” (FERNANDES; BERTON, 2005, p. 146).

Portanto, a “inadequada evidenciação da missão da empresa pode desvirtuar seus reais propósitos, impedindo a visualização, por parte dos gestores, da necessidade de a empresa se ajustar ao seu ambiente.” Definir a missão com pontos como produtos ou serviços pode não ser interessante à medida que podem se tornar obsoletos e não mais satisfazer necessidades ambientais, além de estarem freqüentemente em constantes mudanças nas especificações técnicas, no *design*, devido a vários fatores como: evolução tecnológica, concorrência, gosto dos consumidores, e outros. (GUERREIRO, 1989, p. 52)

A caracterização adequada da missão é fundamental para sua atuação eficaz, “devendo mesmo partir da satisfação de necessidades externas” (GUERREIRO, 1989, p. 52). Deve ser o mais “perene possível, pois, de alguma forma, caracteriza a organização – é sua carteira de identidade. Inclusive, constitui um ponto de estabilidade em um ambiente em constante mudança” (FERNANDES; BERTON, 2005, p. 147). “Sob essa ótica, produtos e serviços devem ser considerados tão somente como ‘meios’ de que uma empresa se utiliza para o atendimento das necessidades e, conseqüentemente, para o cumprimento de sua missão” (GUERREIRO, 1989, p. 52).

Diante do exposto, a importância da missão como diretriz para tomadas de decisão é evidente devido à essência de identificação da organização com seus objetivos e, portanto, segundo Fernandes e Berton (2005, p. 146) a “missão constitui também uma regra de decisão final”, para seus gestores.

2.1.2 Visão

Para se desenhar uma estratégia, além de realizar uma análise da organização e do ambiente é preciso ter criatividade. A criatividade tem início com a formulação da missão, a qual estabelece o propósito da empresa e também define a área em que a empresa vai atuar. Deve ser formulada de forma que entusiasme seus colaboradores e sinalize a fornecedores, a clientes, a parceiros e a

comunidade os valores da empresa. O conceito de visão se aproxima ao da missão, uma vez que aponta para onde a empresa pretende chegar. Contudo, algumas empresas não separam essas duas noções. Para certas empresas a formulação da missão incorpora a idéia de visão. Portanto, definir a missão e a visão é o princípio da elaboração da estratégia (FERNANDES; BERTON, 2005).

Assim, os autores conceituam a visão como sendo “a explicação do que se idealiza para a organização”, e desta forma envolve “os desejos de onde quer chegar, compreendendo temas como valores, desejos, vontades, sonhos e ambição.” Essa afirmação distingue a missão da visão, sendo que a primeira define a identidade da organização e a segunda esclarece seus ideais (FERNANDES; BERTON, 2005, p. 149).

Demonstra desta forma a importância da declaração da missão e da visão da empresa que tem como finalidade informar aos *stakeholders* os seus fundamentos organizacionais: o que é, o pretende realizar e a quem pretende atender. Desta forma, a proximidade entre missão e visão pode ser explicada justamente pela expressão de fatores essenciais na formação da identidade organizacional.

Cabe esclarecer que, para Atkinson e outros (2000), os *stakeholders* são indivíduos, grupos ou instituições que contribuem para o sucesso e interferem na habilidade de atingir os objetivos propostos, por isso, definir e administrar seu relacionamento com os grupos principais é de fundamental importância para a empresa. Classificam os *stakeholders* em cinco principais tipos: proprietários, funcionários, clientes, fornecedores e a comunidade. Estes compõem dois grupos (a) um formado pelos proprietários, clientes e comunidade definem o ambiente externo da empresa e (b) outro grupo dos funcionários e fornecedores que tem as responsabilidades primárias de administrar o processo de produzir e entregar os bens e prestar serviços aos clientes.

Portanto, para Souza (2008, p.37) “a declaração de visão não pode ficar sob poder absoluto do empreendedor. Ela deve ser compartilhada com todas as pessoas envolvidas na organização, interna e externamente.” Uma vez que imagina a empresa posicionada no mercado, sua sobrevivência em longo prazo e, principalmente, a satisfação de não abandonar a realização do sonho da criação da empresa.

2.1.3 Objetivos e metas

Para Fernandes e Berton (2005, p. 153) os objetivos são “os diversos resultados que a organização se propõe a alcançar, com um prazo definido para que aconteçam.” Isso implica que podem ser estabelecidos e mensurados seus desempenhos para atender seus propósitos. Classificam-se em econômicos, “voltados à maximização da eficiência de seu processo global de conversão de recursos”; e os sociais, “decorrentes da interação dos objetivos de cada participante nas atividades empresariais” (CATELLI, 2009, p. 52).

A necessidade de atender tanto aos objetivos sociais quanto aos econômicos está descrita por Catelli (2009, p. 55) ao afirmar que os objetivos sociais devem ser “considerados pela empresa, orientando sua atuação e as suas partes, de forma integrada ao seu ambiente e garantindo-lhe certa harmonia em relação às expectativas sociais”, assim também os “lucros são imprescindíveis para a continuidade de qualquer atividade econômica” que, por sua vez, “também interessa à sociedade, ao permitir alcançarem-se metas sociais que não seriam possíveis senão pela atuação destas entidades”, o que garante a manutenção da continuidade deste ciclo.

Da mesma forma, as metas podem “ser entendidas como expectativas da sociedade ou da empresa”. Considerando o “ponto de vista da sociedade, o atingimento de metas sociais somente seria possível a partir da existência das organizações”, e do ponto de vista das organizações “o atingimento das ‘metas’ das organizações só seria possível por meio da ‘ação convergente de grupos de pessoas” (CATELLI, 2009, p. 54).

Diante disso, a discussão sobre conflitos entre a teoria da maximização do lucro e a teoria de sobrevivência da empresa; ou entre os que afirmam que os objetivos de uma empresa resultam do consenso negociado entre seus principais executivos e não os objetivos da empresa; e os que alegam que as empresas podem possuir objetivos próprios, pois são instituições econômicas, destaca-se que, na verdade, o importante, é que para atingir de forma eficaz sua missão e seus propósitos básicos, é necessário o resultado econômico da empresa, sem ele a empresa não terá recursos para executar seus objetivos (NAKAGAWA, 1993).

Considerando que, segundo Hampton (2005), metas e objetivos podem ser usados como sinônimo, devido à semelhança de conotação dos termos na língua portuguesa: metas - usado para definir etapas, marcos e objetivo como marco final. As metas são mais que simples desejos e podem ser: metas pessoais (objetivos pessoais bem pensados); metas departamentais (traduz objetivo genérico em metas específicas); metas organizacionais (metas intermediárias e específicas). O que as distingue de meros desejos é o fato de serem realistas, verificáveis e específicas e também estão relacionadas a prazos. Caracterizando-se como objetivos concretos e detalhados.

Este mesmo autor esclarece que os objetivos “distintos dos simples desejos, são o produto de um pensamento específico e concreto”, além de comprometer “as pessoas e as organizações quanto ao cumprimento de realizações verificáveis” (HAMPTON, 2005, p. 192).

Parisi e Megliorini (2011, p.3) afirmam que, nas organizações, os objetivos “representam os fins gerais almejados que são declarados por seus idealizadores.” Norteadores dos recursos e esforços despendidos pelos participantes da empresa para alcançá-los, portanto, é de fundamental importância sua clareza e entendimento.

Atkinson et al (2000) estabelecem a relação entre os objetivos primários e o planejamento estratégico, indicando que devem ser estabelecidos por seus proprietários e que são os objetivos da empresa. Em seguida, o passo seguinte é a escolha da estratégia para alcançar tais objetivos, que deve considerar as alternativas para competir pelo cliente (contrato entre a empresa e seus clientes) e avaliar as opções competitivas em relação às expectativas dos *stakeholders* (relações entre empresa, fornecedores, funcionários e comunidade). Já os objetivos secundários são definidos pela relação com os funcionários, clientes, fornecedores e a comunidade, representam os propósitos de melhoria dos objetivos primários da organização, assegurando participação destes grupos. Assim os objetivos secundários são direcionadores de desempenho dos objetivos primários e refletem o que a empresa espera de cada um dos *stakeholders* e o que a empresa deve fornecer a cada grupo.

Para Souza (2008, p. 40) “se uma empresa não tem metas todos os caminhos são idênticos, todos os esforços podem ser inúteis e qualquer atividade pode representar um progresso.” Seu destino se torna incerto, e fica difícil imaginar

o que pode acontecer no futuro. Portanto é preciso estabelecer um curso de ação específico para chegar ao destino.

2.1.4 Propósitos

Para Nakagawa (1993, p. 25) “uma das finalidades ou propósitos básicos de uma empresa é satisfazer com qualidade as necessidades dos consumidores de seus produtos ou serviços.” Então para “qualquer empresa com fins lucrativos em uma sociedade capitalista, certamente, complementaria sua declaração afirmando que um de seus propósitos é o de obter uma lucratividade satisfatória”. Observa-se que, “entretanto, é também surpreendente o número de empresas que sequer mencionam este objetivo.”

Propósito significa intenção de fazer algo, uma promessa, um compromisso. Cabe observar que propósito ou finalidade, neste sentido, como apresentado pelo autor pode ser confundido com objetivo. Portanto, finalidade, propósitos e compromissos parecem estar intimamente ligados nas definições dos autores, representando sinônimos.

2.1.5 Crenças e valores

Apesar de normalmente estarem associados e possuírem uma íntima interligação, crenças e valores podem ser definidos e distinguidos. Assim, crença é “aceitação como verdade, de fatos, declarações ou um conjunto de circunstâncias”, e valor significa “o prêmio que se atribui às crenças, quando estas são adequadamente claras para se fazerem escolhas entre diversas alternativas possíveis” (NAKAGAWA, 1993, p. 26).

Tachizawa e Resende (2000, p. 41) afirmam que os valores permanentes são o “conjunto de doutrinas, credos, padrões éticos e princípios que orienta as ações da organização ao longo do tempo e independente das metas, dos objetivos e das estratégias por ela adotados.” Pode até ser, considerada uma ideologia

exclusivamente interna à organização e, não, necessariamente dependente de variáveis externas, de análises ambientais ou do ramo de atuação, pois os valores não mudam com as alterações ambientais. Enfim, os valores dão suporte para a missão e a visão empresarial.

A análise destes tópicos leva a concluir a importância da empresa descobrir sua missão, planejar seu empreendimento com a visão voltada para o futuro, não se esquecendo de que há necessidade de serem estabelecidos metas e objetivos ancorados nas crenças e valores, influenciados pela cultura organizacional inerente a cada empresa. (SOUZA, 2008)

Contudo, observa-se a estreita ligação, semelhança e mesmo afinidade dos termos acima descritos nesta sucinta revisão, o que cabe afirmar que neste estudo serão considerados componentes da política organizacional, representando a manifestação da política organizacional.

2.2 PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS OU RESULTADOS

A participação nos lucros ou resultados é tema principal deste trabalho de pesquisa e, para esclarecer e fundamentar itens relevantes do referido contexto, apresenta-se a gestão do capital humano com ênfase no tópico da remuneração estratégica com fator motivacional, mais especificamente a ferramenta gerencial de participação dos colaboradores com foco principal.

2.2.1 Gestão do Capital Humano

As pessoas são fundamentais para as entidades que buscam liderança e estão atentas ao “novo paradigma da competitividade e da continuidade”. Clientes, fornecedores e colaboradores estão cada vez mais motivados a integrar-se nos objetivos das organizações, buscando satisfazer seus interesses, que muitas vezes são comuns e/ou dependentes, que de forma estratégica é “gerar valor agregado”. Para tanto, a contabilidade “se constitui no principal sistema de informação das

entidades” e precisa de ferramentas e conhecimentos para suportar suas funções de divulgar informações aos diversos usuários (TINOCO, 2003, p. 67).

Considerando que as empresas não pagam por atividades e sim por resultados, Tinoco (2003, p. 67) esclarece que os fundamentos de gestão de recursos humanos são: “criar valor em todas as ocasiões e áreas, centrar-se no cliente, comunicar aos colaboradores a missão da entidade”, capacitá-los a fim de “eliminar os desperdícios e qualquer falhas no processo produtivo”, recompensar as atuações que geram valor agregado e, mais importante é preservar na geração de valor.

Assim, a “contabilidade de recursos humanos trata do reconhecimento das pessoas como recurso organizacional e estratégico, visando à sobrevivência e à continuidade das entidades”, com objetivo de serem competitivas e buscar a “maximização do retorno de investimentos em recursos físicos, tecnológicos e humanos” (TINOCO, 2003, p. 68).

Induzir as pessoas a contribuir com seus esforços para o desempenho das atividades e envolvimento com os fundamentos da gestão de recursos humanos é um desafio enfrentado pelos gestores, este desafio é o da motivação (HAMPTON, 2005).

Com isto, entender as necessidades do ser humano ajuda a compreender a motivação no trabalho e as teorias tratam de explicar os fatores que interferem nestes aspectos. Na teoria da hierarquia das necessidades, os indivíduos são motivados por várias necessidades e estas estão dispostas segundo seu poder de motivação. Na teoria da motivação/higiene, os fatores que satisfazem as pessoas no trabalho não são aqueles que as fazem sentirem-se insatisfeitas. Os primeiros são inerentes ao trabalho e os fatores de insatisfação pertencem ao ambiente de trabalho. Considera ainda que a motivação tenha um “lado mental que requer que os empregados tenham a expectativa de serem capazes de satisfazer suas necessidades por meio do trabalho”, até mesmo antes de trabalharem. Logo, identificar as necessidades e insatisfações torna-se necessário para que possam ser superadas e satisfeitas por meio do trabalho. As teorias das “necessidades ajudam a aprender o que as pessoas querem, e com qual intensidade.” Já a teoria da expectativa ajuda a entender se dá o processo por meio do qual as necessidades combinam com as convicções sobre as relações entre o esforço, desempenho e

recompensa, para resultar em algum nível de força motivacional (HAMPTON, 2005, p. 77).

Nesta linha de pensamento, Hampton (2005, p. 507) considera que julgamento e desenvolvimento são os fins amplos da avaliação de desempenho. O julgamento “refere-se a tomar decisões atribuindo aumentos de salários e promoções para subordinados” e o desenvolvimento “refere-se ao auxílio prestado aos subordinados para que melhorem o seu desempenho e adquiram novas habilidades.” As finalidades não são mutuamente exclusivas, porém “implicam diferenças quanto à orientação do tempo, métodos e papéis do chefe dos subordinados.”

Hampton (2005, p. 522) afirma que o pagamento adquiriu certo renome como um motivador. Com o passar do tempo, a “pesquisa no campo das relações humanas e da ciência comportamental demonstrou que as pessoas são poderosamente influenciadas por dois tipos de recompensas”: as satisfações sociais que “decorrem do fato de ser aceito pelos colegas de trabalho” e as mudanças nas características do trabalho. Com estas descobertas, a reputação do dinheiro como motivador começou a decair.

A teoria do pagamento, como Fator de Higiene de Herzberg, defende que o pagamento tem pouco a ver com a motivação para o desempenho. Contudo, um bom ambiente de trabalho, com um bom pagamento, ajuda a evitar a insatisfação e a deterioração do desempenho que podem vir a causar nas pessoas. Com isso, na “teoria higiene/motivação, o dinheiro tende a ter tão somente o poder de suspender a insatisfação temporariamente.” Aumento de salários cura a insatisfação temporariamente, em momento futuro ficarão ansiosos por outro aumento, esses aumentos não motivarão a desempenhar melhor. Segundo Herzberg a insatisfação após o aumento dos salários se dá em média após seis (6) meses do evento (HAMPTON, 2005, p. 523-525).

Assim, o realce desproporcional dado pela administração científica nos incentivos salariais como motivadores, corrigido com o extremo das teorias posteriores, encontrou equilíbrio quando Lawler III afirma que o pagamento motiva tanto quanto a participação. A falta de motivação ocorreu porque os gerentes não sabiam usá-los corretamente, considerando um defeito do instrumento em si, pois as pessoas não respondiam ao dinheiro como os gerentes esperavam (HAMPTON, 2005).

A teoria da expectativa da motivação explica que o pagamento ou qualquer outra recompensa motiva o desempenho se existirem duas condições: a primeira é de que as pessoas precisam querer o pagamento, o que é frequente, mas nem sempre atendida, devido à visão das pessoas de que o pagamento é uma forma de satisfazer várias necessidades (fisiológicas, segurança, afiliações, realizações e poder). A segunda é acreditar que o desempenho é possível e necessário para obter pagamento. Esta é menos atendida, porque o pagamento nas organizações nem sempre está correlacionado ao desempenho ou à contribuição das pessoas, o que leva o desempenho a níveis mínimos, ou ainda, quando oferecem bons pagamentos, com boas condições de trabalho e benefícios adicionais, falta incentivar níveis mais altos de desempenho. (HAMPTON, 2005)

Hampton (2005, p. 526) justifica, porém, que “há uma série de alternativas disponíveis para a organização que realmente queira desenvolver um esforço harmônico para usar o pagamento a fim de motivar o desempenho”, como relacionar recompensas com várias medidas de desempenho numa base individual, grupal ou organizacional. E o pagamento pode ser considerado, segundo Atkinson (2000, p. 715) “parte de um pacote complexo de fatores que motivam as pessoas a trabalharem com interesse de melhorar a empresa”.

Assim, a avaliação do desempenho é comum nas grandes empresas, as quais utilizam métodos tradicionais e mais recentes, que vão desde as avaliações mais simples até as mais elaboradas, baseadas na avaliação por resultados. Entretanto, nenhum dos métodos utilizados para avaliação está isento de problemas (HAMPTON, 2005).

A gestão de pessoas deve assumir uma perspectiva mais humanista para satisfazer as necessidades básicas e mais complexas dos indivíduos e seu comprometimento com os imperativos organizacionais, utilizando ferramentas eficientes e eficazes para produzir resultados duradouros, renovando e reforçando continuamente às práticas e processos adotados. Considerado um subsistema organizacional, o modelo de gestão de pessoas, interage com as demais dimensões da organização para atender aos desafios ambientais e a consecução das estratégias empresariais, conceituadas como processos que definem a missão e os objetivos organizacionais e, ainda, os recursos disponíveis destinados para realizá-los (MASCARENHAS, 2008).

2.2.2 Remuneração variável

Partindo do pressuposto de que “pessoas, dinheiro e materiais compõem os recursos que ingressam na organização”, bens, serviços e saúde saem das organizações. Como resultado entre estas entradas e saídas, recursos são transformados para criação de excedentes que nas empresas são chamados de resultados. Os excedentes positivos, os lucros, “ajudam a assegurar a continuidade das organizações” (HAMPTON, 2005, p. 8).

Considerando a interação da empresa com o ambiente e a realização de objetivos econômicos e objetivos sociais, “lucros e suas expectativas são requisitos não somente para sobrevivência da empresa”, como também “para o desenvolvimento econômico da sociedade, por meio das atividades que agreguem valor econômico aos recursos consumidos” (CATELLI, 2009, p. 55).

Assim, Catelli (2009, p. 67) define os resultados como “originários das relações que a organização mantém em seu meio” e, à medida que são realizados, demonstram a proporção de seu sucesso na busca do equilíbrio saudável nessas relações e revelam estar ou não adaptadas estruturalmente ao seu ambiente, ou seja, como a organização percebe e responde às mudanças internas e externas.

Essa adaptação das organizações trouxe também a modernização da gestão empresarial e, com relação aos colaboradores, a adoção de novos modelos de organização do trabalho, que “tendem a tornar as formas tradicionais de remuneração anacrônicas.” Esse momento de transformação requer o aproveitamento máximo de “cada onda de inovação gerencial para atingir patamares superiores de desempenho”. (WOOD JUNIOR; PICARELLI FILHO, 2003, p. 33).

Os autores consideram a Remuneração Estratégica como “uma ponte entre os indivíduos e a nova realidade das organizações”, podendo ocorrer de duas maneiras: considerando todo o contexto organizacional que dão forma, conteúdo à empresa (a estratégia, a estrutura e o estilo gerencial, considerando o que a empresa é e o que ela deseja ser amanhã, sua visão de futuro); e a remuneração de acordo com o conjunto de fatores que afeta sua contribuição para o sucesso do negócio (características pessoais, características do cargo e vínculo com a organização). A remuneração estratégica também considera: conhecimentos, habilidades, atitudes, competências, desempenho e resultados. Pode ser

considerada um “catalisador para a convergência de energias na organização”. A harmonização de interesses se dá pelo alinhamento do sistema de remuneração ao contexto e à estratégia da empresa, gerando consensos e atuando como alavanca de resultados. Assim, o sistema de Remuneração Estratégica é uma “combinação equilibrada de diferentes formas de remuneração”. (WOOD JÚNIOR; PICARELLI FILHO, 2003, p. 37-38)

As formas de remuneração são múltiplas e várias são as maneiras criativas de aumentar o vínculo entre a empresa e os funcionários. Porém, as formas básicas se mantêm e podem ser classificadas em oito grandes grupos, segundo Wood Júnior e Picarelli Filho (2003):

- a) remuneração funcional ou tradicional é determinada pela função ou cargo e ajustada ao mercado, a mais popular em uso, com tendência conservadora e sem alterações;
- b) salário indireto formado por benefícios e outras vantagens. Os benefícios tradicionalmente variam de acordo com o nível hierárquico e sua forma flexibilizada maximiza o investimento em benefícios, pois os recursos são alocados de forma racional e aumentam o recebimento por parte do colaborador;
- c) remuneração por habilidades, seu foco é o indivíduo e suas habilidades determinam a base da remuneração, normalmente usada por empresas que passam por processos de mudanças e adotaram estruturas baseadas em processos e grupos multifuncionais. Geralmente é aplicada ao nível operacional;
- d) remuneração por competências difere da remuneração por habilidades quanto ao objeto, pois é mais adequada aos demais níveis da organização. Usual em ambientes muito competitivos, em empresas onde a inovação é fator crítico de sucesso;
- e) previdência complementar é baseada em sistemas de previdência privada, os quais contribuem para o compromisso entre empresa e funcionários, que se estendem por um longo prazo;
- f) remuneração variável é vinculada a metas de desempenho de indivíduos, de equipes ou da organização, se apresentam na forma de: comissões, participações nos lucros e nos resultados (curto prazo) e o bônus executivo (longo prazo);

- g) participação acionária reforça o compromisso da empresa e colaboradores, e está vinculada aos objetivos de lucratividade e crescimento da empresa. Tem perspectivas de longo prazo;
- h) alternativas criativas são usadas como reforço para atingir os objetivos estratégicos, visando à convergência de energias e incluem os prêmios, gratificações e outras formas de reconhecimento;

Wood Júnior e Picarelli Filho (2003) afirmam ainda que o sistema de remuneração faz parte do sistema gerencial da organização e, se bem elaborado, é fonte de diferenciação autêntica e vantagem competitiva. Pode ser de curto e longo prazo, algumas empresas têm usado a combinação de ambos para se beneficiar de suas vantagens. A remuneração variável de curto prazo está limitada a um ano fiscal. Pode assumir a forma de bônus, comissões, programas ou planos de participação nos lucros e/ou resultados, incentivos por aumento de habilidades ou conhecimentos, bônus para *key people* e incentivos por projetos. Costuma combinar um sistema de bônus com a prática administrativa. O recebimento é vinculado ao atendimento de metas previamente negociadas, estabelecidas de comum acordo, e normalmente, usa fórmulas para demonstrar os resultados alcançados em prêmios para os indivíduos ou grupos, conforme o caso.

Já, a remuneração variável de longo prazo é um “incentivo relacionado ao atingimento de objetivos que garantam a perenidade do negócio, a valorização da empresa e a retenção de profissionais”, e geralmente assumem a forma de bônus com pagamentos de longo prazo, bem como de participação acionária (WOOD JÚNIOR; PICARELLI FILHO, 2003, p. 105).

Considerando que a remuneração variável é um dos “componentes mais importantes do *mix* de remuneração, poderoso vetor de reforço de traços culturais” e agente de mudança organizacional, tende, portanto, a se “tornar um componente obrigatório para as empresas que estão transformando a si próprias e adaptando-se as novas condições ambientais” (WOOD JÚNIOR; PICARELLI FILHO, 2003, p. 111).

McLagan e Nel (2000) observam que a remuneração não é parte puramente racional da vida organizacional e que o dinheiro envia sinais às demais pessoas, com isso, é pouco provável que as organizações consigam desenvolver um sistema de remuneração perfeito, todos têm aspectos que precisam ser gerenciados. O ideal é escolher as melhores abordagens para as suas estratégias, prever e gerenciar os problemas.

2.2.3 Participação nos Lucros e Resultados

A participação nos lucros data do século XVIII quando Napoleão Bonaparte inovou ao instituir a Participação nos Lucros para atores de teatro. Na mesma época, os trabalhadores lutavam por seus direitos básicos de cidadania. A Revolução Francesa, em 1789, também representou um marco na conquista de outros direitos importantes, mas foi de 1800 a 1900 que a conquista do direito a voto coroou a conquista da cidadania política, já a cidadania social representada pelos direitos trabalhistas, previdência, rede pública de saúde, aconteceu somente no século XX (ROSA, 2006).

No Brasil, a participação dos funcionários nos lucros das empresas está prevista na Constituição Federal nas versões de 1946, 1967 e 1988 (WOOD JÚNIOR; PICARELLI FILHO, 2004), mas foi em 29 de dezembro de 1994, com a Medida Provisória nº 794, no final do mandato do Presidente Itamar Franco, que o Poder Executivo propôs a regulamentação da matéria, sendo reeditada até a promulgação da Lei 10.101/2000, em 19 de dezembro de 2000 (ROSA, 2006).

Rosa (2006, p. 26) afirma que a “edição da lei sobre a Participação nos Lucros ou Resultados das Empresas veio regulamentar uma das formas de remuneração variável no Brasil”, representando um avanço na conquista dos direitos trabalhistas e um ótimo instrumento de gestão empresarial.

Os programas de Participação nos Lucros ou Resultados provêm de acordos entre as partes que tendem a trazer benefício na relação capital e trabalho, “permitindo maior convergência dos interesses do indivíduo para os objetivos da empresa” (ROSA, 2006, p. 22), sendo a participação nos lucros um incentivo organizacional (HAMPTON, 2005).

Assim, a participação faz com que os colaboradores se apropriem dos objetivos organizacionais acarretando maior envolvimento e motivação. Porém, os autores lembram que este processo não é espontâneo, a participação precisa ser cultivada e gerenciada para gerar eficiência organizacional e satisfação pessoal. (CARAVANTES et al, 2004)

Rosa (2006, p.29) enfatiza que a vantagem da participação nos lucros ou nos resultados é a motivação que o programa promove e as condições para um ambiente criativo. Colaboradores motivados e envolvidos contribuem para a

melhoria do trabalho, agregando valor aos produtos e serviços prestados. Considera ainda, que hoje, o “enfoque é muito mais de uma gestão em que todos possam contribuir e participar”. Essa ação e intervenção no processo de melhoria propiciam um sentimento de valorização e o reconhecimento de que são estímulos para auto-estima, confiança e melhores resultados.

Outro aspecto é que as “ferramentas usadas na gestão devem fazer sentido para os funcionários”, portanto, deve ser bem entendida e estar de acordo com a cultura organizacional da empresa, fornecendo um modelo e criando um “canal de comunicação” propiciando a captação e entendimento das propostas para efetiva adesão. (ROSA, 2006, p. 28) A convergência de esforços para os objetivos e metas empresariais resulta em ganhos para todos.

Rosa (2006) afirma que a mudança de paradigmas somente pode ocorrer com informações suficientes e convincentes para abandonar o convencional, mostrar vantagens e soluções para ambas as partes, para tirar do comodismo e evoluir, mudar a postura, proporcionar parceria de ganhos, mostrar o caminho de crescimento e melhorias, da produtividade e distribuição de renda com uma sociedade mais justa, levando ao sucesso organizacional. Assim, a polêmica e a discussão do tema conduzem ao fortalecimento e ao esclarecimento dos pontos críticos, que são levantados com as críticas, gerando informações úteis para orientar no entendimento e contribuindo para a relevância dos estudos.

Os estudos feitos no Brasil a respeito da Participação nos Lucros e/ou Resultados (PLR), segundo Barros, Teodoro e Espejo (2011) demonstram a carência de estudos empíricos, que buscam evidências dos benefícios e das formas de utilização desta ferramenta gerencial, abrindo um excelente campo de pesquisa. Pois, estudos sobre as formas de implantação do programa de participação para evitar problemas e consequências indesejáveis (ROSA, 2006).

O tema evolui gradativamente como as demais ferramentas de gestão. Os artefatos gerenciais demoram a ser absorvidos pelos gestores por, muitas vezes, desconhecerem os benefícios e vantagens, as dificuldades de implantação, a idéia equivocada sobre a interpretação e a intenção dos programas, mesmo as dificuldades de executar a teoria, principalmente em relação aos artefatos gerenciais que têm características particulares, esclarecer pontos nebulosos, propondo uma nova postura, analisando as experiências, compartilhando as vivências sobre os

procedimentos que parecem, à primeira vista, simples, mas podem gerar muitos problemas e desgastes para a organização (ROSA, 2006).

A confiabilidade e a transparência nos objetivos e nos resultados imprimem maior legitimidade ao plano de participação, promovendo para empresário aumento de produtividade e, para o colaborador, ganhos adicionais, motivação e melhoria na qualidade de vida (ROSA, 2006).

O programa de participação pode apresentar duas modalidades: a participação lucros ou a participação nos resultados. A participação nos lucros é “uma gratificação em dinheiro que reflete o lucro reportado da empresa” e a participação nos resultados é um “sistema para distribuir gratificações em dinheiro em função do desempenho relativo a algum objetivo” (ATKINSON et al, 2000, p. 732 -733).

Xavier et al (1999) define a participação nos lucros (profitsharing) como a distribuição de parte do lucro da empresa segundo critérios pré-estabelecidos. Já a participação nos resultados (gainsharing) é a distribuição de ganhos financeiros decorrentes de aumento de produtividade, redução de custos ou melhoria de outras metas pré-determinadas.

Para Rosa (2006) o aumento da produtividade e a melhoria dos resultados dependem da existência de metas e objetivos específicos estabelecidos previamente, firmados através de acordos e com informações acessíveis e claras para cultivar a confiança dos colaboradores no programa. Muitos empresários já perceberam que a fixação de metas e de objetivos é o caminho para obter ganhos adicionais e impulsionar a produção.

A expressão pode identificar o “tipo de participação”, seja participação nos lucros ou participação nos resultados. A primeira, participação nos lucros, estabelece especificamente o lucro como meta, o que não é recomendado uma vez que na aferição dos resultados implica em exposição de demonstrativos complexos, resultantes de decisões e estratégias adotadas pela empresa que, muitas vezes, necessitam de maiores detalhes para demonstrar o lucro considerando, também, que são elaborados pelo regime de competência, o que não expressa a realidade atual das disponibilidades da empresa. Outro aspecto é que o lucro como meta pode ser muito amplo, dificultando as ações por parte do colaborador, prejudicando a convergência de esforços para alcançar os objetivos estabelecidos. As vantagens destacadas do lucro, como meta, são que, se houver prejuízo, não haverá distribuição, sendo o lucro uma meta da organização, os setores não serão cobrados

individualmente e a exigência de modernização de processos e equipamento por parte dos empregados para promover o crescimento do lucro (ROSA, 2006).

O programa estabelecido com a expressiva participação nos resultados indica que as metas mensuram resultados específicos como faturamento, assiduidade, redução de custos e não somente o lucro. Esta forma de participação dá mais flexibilidade ao programa, uma vez que podem ser estabelecidas metas específicas para: empresa, departamentos, unidades, filial, projeto e outros; facilitando o entendimento e aferição, bem como o gerenciamento com a avaliação de desempenho das partes, facilitando o entendimento dos relatórios. A clareza e a objetividade motiva a participação e o envolvimento dos colaboradores. O inconveniente desta modalidade reside na distribuição de resultados, dependendo da meta fixada, mesmo que a empresa tenha prejuízos, caso o acordo não estabeleça essa condição.

Para melhor ilustrar as diferenças entre a distribuição dos lucros e a distribuição de resultados, o quadro a seguir mostra as vantagens e desvantagens de cada sistema:

PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none">▪ Com prejuízo não haverá pagamento da PLR.▪ Motiva a união de esforços.▪ Alivia a pressão sobre departamento ou unidade.▪ Solicitação de melhorias de sistemas da empresa por parte dos funcionários.▪ Melhora a qualidade.▪ Redução de custos.	<ul style="list-style-type: none">▪ Pouca transparência.▪ Análise dos demonstrativos complexos exige conhecimentos específicos.▪ Maior abertura de dados.▪ Pode proporcionar menor credibilidade no programa por parte dos funcionários.▪ Maior necessidade de treinamento para orientar como os empregados poderão contribuir para aquele patamar de lucros.▪ Desmotivação por causa de pagamentos insuficientes ou por achar que o resultado foi incorreto.▪ Necessidade de caixa: lucro não significa, necessariamente, dinheiro em caixa.

PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none">▪ Permite alcançar objetivos específicos▪ Maior credibilidade por parte dos funcionários.▪ Utilização de formas de aferição sobre indicadores já conhecidos.▪ Maior facilidade de apuração e entendimento dos resultados.▪ Incentiva o espírito de equipe.▪ Minimiza a resistência à implantação do modelo.▪ Maior solicitação de melhorias de sistemas da empresa por parte dos funcionários.▪ Redução de custos.▪ Possibilita conhecer melhor o desempenho de unidades ou filiais.▪ Melhora a qualidade, promovendo inovações de processos e produtos.▪ Maior abertura de informações.	<ul style="list-style-type: none">▪ Pagamento mesmo em situações de prejuízo.▪ Conhecimento específico para avaliação de resultados.▪ Unidades menores para melhor controle.▪ Possibilidade de concorrência entre as unidades gerando conflitos internos▪ Dificuldade de atingir objetivos indefinidos ou inatingíveis.

QUADRO 1- PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E/OU RESULTADOS

FONTE: ROSA, F. D. Participação nos lucros ou resultados: a grande vantagem competitiva, 2006.

Pode-se observar na análise proposta pela autora que a participação nos lucros apresenta mais desvantagens e que a participação nos resultados relaciona mais vantagens. Apresentando uma tendência à utilização do resultado como indicador na participação dos colaboradores. Cabe lembrar que o lucro também é uma forma de resultado.

Assim, as duas modalidades apresentam vantagens e desvantagens. Logo, cabe aos gestores a melhor composição do programa, para que atenda as expectativas dos colaboradores e da organização da melhor forma possível.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa “pode ser considerada um procedimento formal com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para se descobrir verdades parciais”. Desta forma, significa “muito mais do que apenas procurar a verdade: é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 43).

Após definido o tema, a delimitação e os objetivos, o próximo passo é definir os métodos e os procedimentos da investigação. Os métodos são conjuntos de etapas ou processos ordenados a serem seguidos para a conclusão dos trabalhos. Os procedimentos são “as diversas formas peculiares a que está subordinado cada objeto de pesquisa nas diversas etapas do método. A esse conjunto de métodos e procedimentos convencionou-se chamar metodologia da pesquisa” (BEUREN, 2006, p. 53).

Para Martins e Theóphilo (2007, p. 37) o “objetivo da metodologia é o aperfeiçoamento dos procedimentos e critérios utilizados na pesquisa”, o “caminho para se chegar a determinado fim ou objetivo.” Assim, a metodologia está “voltada à indagação sobre os caminhos ou os modos de se fazer ciência e à discussão sobre as abordagens teórico-práticas.”

Beuren (2006, p. 54) afirma ainda, que o “rigor científico da pesquisa e a qualidade dos resultados” do trabalho dependem da “correta definição dos métodos e dos procedimentos a serem adotados para observação e coleta dos dados, mensuração das variáveis e as técnicas de análise dos dados.” Desta forma, o rigor científico e a relevância do detalhamento correto da metodologia a ser aplicada permite que outros pesquisadores possam replicar o estudo e em outras observações, comparar o resultado da pesquisa, fortalecendo ou refutando determinada teoria.

Assim, os delineamentos são importantes na pesquisa científica, “no sentido de articular planos e estruturas a fim de obter respostas para os problemas de estudo.” O delineamento é intrínseco à pesquisa científica, norteando a busca de resposta para determinado problema. Por isso, não há um “tipo de delineamento particular para o estudo de questões relacionadas à Contabilidade”, mas alguns

tipos de pesquisa se ajustam melhor a esta área de conhecimento (BEUREN, 2006, p. 76).

Com o intuito de identificar os procedimentos metodológicos adotados e entender os caminhos que serão seguidos para responder a questão levantada na presente pesquisa, elenca-se a seguir, a classificação em grupos que se destinam a este fim.

3.1 TEORIA DE BASE E PROPOSIÇÕES DA PESQUISA

O caráter teórico-metodológico define o caminho escolhido para o desenvolvimento da pesquisa, com relação aos aspectos teóricos adotados. Considerando que as teorias servem de instrumentos que orientam a observação empírica e levam o pesquisador a perceber e a identificar os problemas bem como suas possíveis explicações, a teoria “apresenta-se como um quadro de referência, metodologicamente sistematizado e que sustenta e orienta a pesquisa” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 28).

A teoria de base estrutura as premissas ou pressupostos teóricos sobre os quais o pesquisador fundamentará sua interpretação, pois a finalidade é “o desenvolvimento de um caráter interpretativo, no que se refere aos dados obtidos.” Para que isso aconteça, “é imprescindível correlacionar a pesquisa com o universo teórico, optando-se por um modelo teórico, que sirva de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos e levantados” (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 114).

A contabilidade está inserida no contexto empresarial, seu maior campo de atuação. Possui, portanto, uma ligação com as mudanças e as evoluções teóricas relativa às organizações, da Teoria Clássica da Administração, que surgiu pelos anseios da Revolução Industrial à moderna Teoria Contingencial.

O universo corporativo comporta uma série de teorias, as quais tentam explicar e entender os fatos, assim como, dar sustentação às diversas situações. Primeiramente definir o que é uma organização possibilita o entendimento do emprego das teorias. Assim uma “organização é a combinação intencional de pessoas e tecnologia para atingir determinado objetivo.” Dessa forma, pode ser

considerada uma organização: uma empresa, uma divisão, uma seção ou departamento, que podem estar dentro de outra organização maior. A criação da organização se dá pela combinação de pessoa(s) que pretendem um objetivo “criam uma máquina social que tem o potencial para realizar mais que qualquer pessoa poderia realizar sozinha.” A eficiência em obter e usar os recursos determina seu sucesso ou fracasso (HAMPTON, 2005, p. 8).

Desta forma, a “combinação e direção da utilização dos recursos necessários para atingir objetivos específicos chama-se *Administração*”, e inclui planejamento, organização, direção e controle. A observação dos pesquisadores conclui “que na realidade, a administração é mais refletida do que reflexiva, mais emoção do que racionalidade e mais caótica do que sistemática” (HAMPTON, 2005, p. 9).

Hampton (2005, p. 35) diz que, para “relembrar todos os processos de pensamentos administrativos tradicionais”, basta relacionarem três grupos: Fred Taylor “concentrou-se nas tarefas”, com destaque “em coletar informações sobre práticas de trabalho e conceber atividades, equipamentos e métodos que refletissem os melhores métodos de trabalho”; Elton Mayo centrou-se nas pessoas, dando ênfase ao promover “condições de trabalho de modo que pudesse ocorrer ‘a cooperação espontânea’ entre os grupos”; e Henri Fayol concentrou-se no que “hoje se entende por administração”, com ênfase no planejamento, na organização, na direção e no controle “para que os recursos humanos e as tarefas pudessem ser combinados de modo a produzir um desempenho eficiente” e, ainda, aliado à satisfação humana.

Com a evolução, a teoria contemporânea “ênfatiza a idéia de que a eficácia de qualquer prática gerencial depende das características particulares da situação à qual está sendo aplicada”. Isto leva a afirmar que estas “noções de ‘sistemas’ e ‘contingência’ (que depende de algo), contrastam com uma tendência dos antigos teóricos” que buscavam “uma espécie de conjunto de práticas administrativas universalmente corretas”, e “eficazes em todas as situações e que proveriam um padrão para determinar a correção das práticas propostas” (HAMPTON, 2005, p. 9).

Na abordagem sistêmica em “uma organização, as pessoas, as tarefas e a administração são interdependentes”, assim a “mudança em uma das partes infalivelmente afeta as outras. Tal como no organismo, uma organização é um sistema.” (HAMPTON, 2005, p. 28). Desta forma, a “abordagem contingencial ajuda

a compreensão desta interdependência e essa compreensão ajuda-nos a escolher os melhores modos de intervir na junção e encaixe das partes”, (HAMPTON, 2005, p. 32) e a sua principal função é “desenvolver e manter uma adaptação dinâmica entre as pessoas e as tarefas, necessárias para produzir a eficiência da organização e a satisfação humana” (HAMPTON, 2005, p. 35).

Corroborar afirmando que as “abordagens sistêmicas e contingenciais concentram-se na interdependência das partes no seio da organização e na interdependência da organização com seu ambiente”. Com o conceito de sistema, alerta para estas interdependências e a “abordagem contingencial dá ênfase à adequação das práticas administrativas a cada situação específica.” Com isso, conclui-se que não há uma forma generalizada de administração, os “planos, estruturas organizacionais, estilos de liderança ou controles” assumem formas diferentes para as diferentes situações (HAMPTON, 2005, p. 35).

O desenvolvimento do pensamento contingencial ou situacional, assim como o sistêmico, já eram perceptível no que Henri Fayol chamava de “senso de proporção”, que possibilitava a flexibilidade na aplicação de seus princípios a circunstâncias diferentes. “Estava ainda mais evidente na sabedoria de Mary Parker Follet”, que, na década de vinte (1920), defendia a idéia de que a “liderança e direção causariam menor ressentimento e confusão junto aos subordinados se pudessem perceber a lógica ou lei da situação” e se não existissem “excessos ou omissões ao administrar”. E finalmente, a adoção da Teoria Y tem liberdade de escolher posturas mais participativas, “porque estão mais aptos a testar a realidade e deixar que os subordinados exercitem seu próprio controle e direção, sempre que a situação justificar.” (HAMPTON, 2005, p. 33)

A perspectiva contingencial considera variáveis externas e internas às organizações, elementos cruciais considerando as várias dimensões da administração. Nesse sentido, os teóricos destacam a heterogeneidade dos ambientes de competição e definem as organizações como sistemas abertos que devem adaptar-se às condições ambientais. Assim, cada empresa deve adotar estruturas e estratégias organizacionais particulares que possibilitem a adaptação adequada ao seu ambiente e permitam melhores desempenhos no cenário de negócios (MASCARENHAS, 2008).

Portanto, a “abordagem contingencial é uma vertente das teorias organizacionais que contempla a organização como um sistema aberto, interagindo

com o ambiente e outros fatores contingenciais”. (ESPEJO et al, 2009, p. 31) Estes fatores, tais como: tecnologia, estrutura, estratégia, entre outros, interferem diretamente na tomadas de decisão e são “fatores contingenciais internos controláveis”. (ESPEJO, 2008, p. 67)

Com isso, observa-se que, se a teoria contingencial defende a adequação para cada situação específica em uma organização (HAMPTON, 2005), e uma boa formulação de estratégia colabora para ordenar e alocar os recursos para uma “*postura singular e variável, com base em suas competências e deficiência internas relativas, mudanças no ambiente* antecipadas e providências contingentes realizadas por *oponentes inteligentes*” (MINTZBERG; QUINN, 2001, p. 20), identifica-se, assim, a integração entre a estratégia e a abordagem contingencial.

Fernandes e Berton (2005, p. 7) consideram estratégia empresarial como o “conjunto dos grandes propósitos, dos objetivos, das metas, das políticas e dos planos para caracterizar uma situação futura desejada, considerando as oportunidades oferecidas pelo ambiente e os recursos da organização.” A palavra estratégia pode ser entendida como um meio para se chegar a um fim, um caminho, os métodos e recursos utilizados para se chegar a um objetivo.

Já as decisões estratégicas são as que “determinam a direção geral de um empreendimento”, considerando a “viabilidade à luz do previsível e imprevisível” e das mudanças que possam ocorrer. Ajudam a formar as verdadeiras metas e delinear os limites nos quais operam, destinam os recursos alocados, determinam a eficiência do empreendimento e da administração, além das decisões necessárias para manter a rotina da empresa (MINTZBERG; QUINN, 2001, p. 21).

Fernandes e Berton (2005) definem, em síntese, algumas idéias que fazem com que a estratégia seja um tópico importante e atual: assumir o controle sobre seu destino; visualizar as oportunidades; transformar ameaças em oportunidades, definir novos rumos para as organizações, disciplina de pensar em longo prazo; desenvolver um processo organizacional, incentivar a interação e a negociação; mobilizar recursos para objetivos comuns; promover mudanças e vender a idéia.

Essas idéias levam as empresas a refletir e a reavaliar suas posturas e atitudes diante do atual contexto. Manter-se competitivo e perseguir os objetivos estabelecidos nem sempre é uma tarefa fácil. A dinâmica de reformulações, de reestruturações e de adaptações deve ser uma constante para a sobrevivência organizacional.

As considerações apresentadas são construtivas, pois contribuem para esclarecer e evidenciar os principais pontos da teoria que suporta e embasa a presente pesquisa, a qual tem a estratégia como fator contingencial, considerando que a estratégia é um fator contingencial interno controlável pela empresa. Muitas das estratégias adotadas pelas organizações estão evidenciadas na sua política organizacional. Esta comunicação revela a interdependência com o ambiente, tanto interno como externo, e a capacidade de adequação das práticas administrativas às situações específicas.

A Contabilidade Gerencial assume destaque no sentido de que tem, como principal função, a geração de informações para seus usuários, que as utilizam para a tomada de decisão. Estas buscam atingir os objetivos organizacionais que, por sua vez, estão relacionados com as práticas empresariais e a divulgação de informações que geram a imagem da organização, o que novamente reflete nas práticas adotadas. Tudo está interligado, afetando uns aos outros, demonstrando interação entre sistema e ambiente, onde situação ou adaptações específicas requerem decisões estratégicas.

Estabelecida a teoria de base, considerando o “ponto básico do tema, individualizado e específico na formulação do problema, sendo uma necessidade sentida, compreendida e definida, necessita de uma resposta” (MARCONI; LAKATOS, 2009 p. 108).

Cooper e Schindler (2003, p. 57) destacam que a definição de “**proposições**” como sendo “uma declaração sobre conceitos que podem ser julgados como verdadeiros ou falsos caso se refiram a fenômenos observáveis”. Acrescentam que, quando “uma proposição é formulada para testes empíricos, recebe o nome de **hipótese**”, destacam, também, que as hipóteses “podem ser descritas como declarações para as quais atribuímos variáveis para casos.”

As proposições têm várias funções, como orientar a direção do estudo; identificar fatos relevantes e também os não relevantes; sugerir a forma de planejamento mais apropriado para a pesquisa e fornecer uma estrutura adequada para organizar as conclusões (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 59), de forma sucinta, pode-se afirmar que “contribuem para o fortalecimento da consistência dos achados da investigação, junto com os resultados do estudo” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 31).

Theóphilo e Martins (2007, p.136) afirmam, a respeito da formulação de questões analíticas, no trabalho de pesquisa: “questões são proposições que permitem a articulação entre os pressupostos teóricos do estudo e os dados da realidade, sistematizando a coleta de dados e favorecendo a análise destes.”

E para Duarte e Barros (2005, p. 307), os pressupostos representam “relações de sentido consagradas por determinados grupos sociais que se incorporam em sua linguagem e se tornam elementos constitutivos de significação”.

Portanto, buscando investigar se existe relação do conteúdo da política organizacional divulgada e a aderência com a distribuição da riqueza das organizações pesquisadas, as questões levantadas para o presente estudo são:

- a) Qual o volume e a qualidade da divulgação realizada nas PI a respeito da PLR?
- b) Com que frequência a conta de PLR é evidenciada nas DVA?
- c) Existe aderência entre a política divulgada nas PI e os números da DVA no que diz respeito à participação dos colaboradores na riqueza gerada pelas organizações?

Estabelecidos as proposições, para melhor compreensão do estudo, define-se o desenho de pesquisa que é um plano para responder a pergunta da pesquisa, que pode ser classificado como quantitativo ou qualitativo, ou uma combinação dos dois, de acordo com a classificação da pesquisa (SOUSA et al, 2007).

O desenho da pesquisa demonstra, de forma gráfica, como se efetuará a pesquisa, representando o planejamento e a execução do trabalho, as variáveis envolvidas e os principais pontos de análise.

Inicialmente o desenho evidencia o ponto de partida, a questão de pesquisa. Em seguida, as variáveis envolvidas: a política empresarial enunciada e a distribuição de valor adicionado para colaboradores. Em um segundo momento, a análise das Demonstrações de Valor Adicionado (DVA). Por fim, realizam-se as análises para identificar a relação entre a política empresarial divulgada e a distribuição de resultados aos colaboradores, a fim de responder aos pressupostos e a questão de pesquisa.

Portanto o desenho da pesquisa pode ser assim representado (Figura 1):

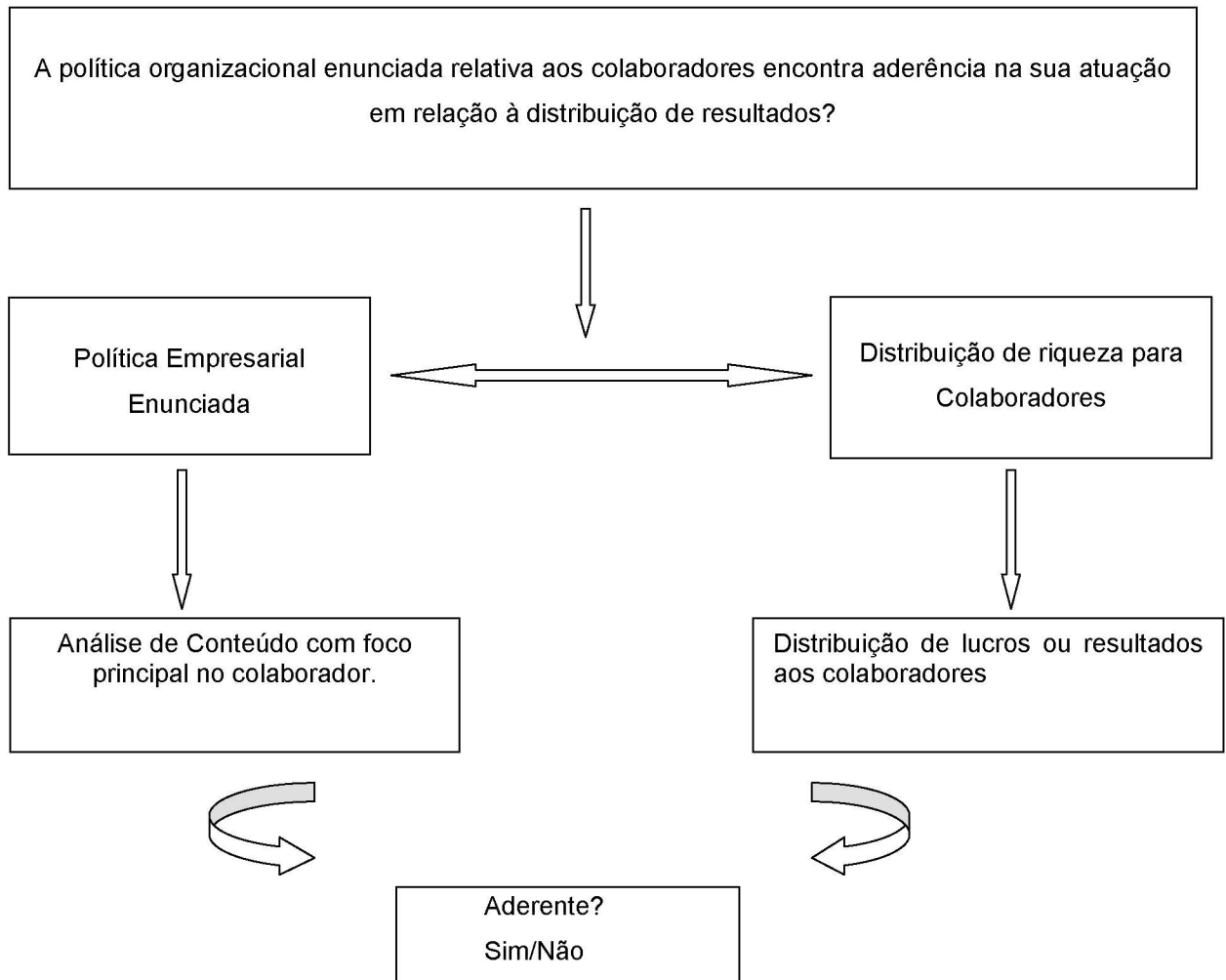


FIGURA 1 - DESENHO DA PESQUISA
 FONTE: A autora (2010)

Para buscar solução para um problema ou encontrar evidências para os pressupostos da pesquisa, deve-se “explicar, com clareza e precisão, o que significam os principais termos, conceitos, definições e construtos que estão sendo utilizados no estudo que realiza”. Pois, a ausência desse procedimento compromete a “validade e a confiabilidade dos achados da pesquisa, ou dos resultados do trabalho concluído, causando sobreposição e contradição de explicações sobre o fenômeno estudado, bem como possíveis aplicações.” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 32)

Cooper e Schindler (2003, p. 53) esclarecem que “um **constructo** é uma imagem ou idéia inventada especificamente para uma determinada pesquisa e/ou criação de teoria”. Essa construção se dá “ao combinar os conceitos mais simples,

especialmente quando a idéia ou imagem que pretendemos transmitir não está diretamente sujeita a observação.” E que a confusão sobre o significado dos conceitos entre as partes envolvidas requer o esclarecimento através das definições.

Observam, ainda que, na “prática, o termo **variável** é usado como um sinônimo para *constructo* ou propriedade em estudo. Nesse contexto, uma variável é um símbolo para o qual atribuímos numerais ou valores.” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 56)

Também, Martins e Theóphilo (2007, p. 17) corroboram, afirmando que um “construto ou uma construção é uma variável, ou conjunto de variáveis, isto é, uma definição operacional robusta que busca representar o verdadeiro significado teórico de um conceito”. Sua validade “será dada pela resposta à questão: em que medida o construto de um conceito social de fato reflete seu verdadeiro significado teórico?” Assim, o “processo de validação de um construto deve necessariamente, estar vinculado a uma teoria.”

Para “explorar empiricamente um conceito teórico”, é preciso “traduzir a assertiva genérica do conceito em relação ao mundo real, baseada em variáveis e fenômenos observáveis e mensuráveis, ou seja, elaborar (construir) um construto ou constructo e operacionalizá-lo”. Para isso, é necessário “identificar as variáveis observáveis/mensuráveis que podem representar as contrapartidas das variáveis teóricas”. Enfim, o construto “possui um significado construído intencionalmente a partir de um marco teórico, devendo ser definido de tal forma que permita ser delimitado, traduzido em proposições particulares observáveis e mensuráveis.” (MARTINS; THEOPHILO, 2007, p. 35)

Considerando a pesquisa proposta, as variáveis identificadas são: a política empresarial enunciada e a distribuição da riqueza, ambas com foco nos colaboradores. Para a política empresarial será necessários um construto para identificar com clareza e precisão os principais termos que estão sujeitos a observação, criando a definição operacional, para traduzir o verdadeiro significado do conceito neste trabalho.

Para a pesquisa, a Política Empresarial é considerada diretriz para tomada de decisão, refletindo os objetivos, expressando um propósito admirável e grandioso da organização. A política empresarial pode ser para os vários *stakeholders* (colaboradores, concorrência, investidores, governo, e outros), assim como o foco são os colaboradores, trata-se da Política Empresarial Relativa aos Colaboradores.

Evidencia-se também a forma de divulgação desta política: Internet, boletins, jornais, estatutos e outros que, no caso específico de divulgação eletrônica, disponível nos *sites* das empresas, portanto a Política Empresarial Relativa aos Colaboradores Publicada na Internet demonstra a imagem que as empresas transmitem ao público.

Em contrapartida, a Política Empresarial Efetiva Relativa aos Colaboradores indica as ações, as quais efetivamente a organização realizou em relação às políticas enunciadas. Tanto em relação à política enunciada quanto a efetiva, o foco mais especificamente é o da Remuneração Variável, no caso a Participação nos Lucros ou Resultados.

3.2 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Considerando que o "objetivo da metodologia é o aperfeiçoamento dos procedimentos e critérios utilizados na pesquisa", as abordagens metodológicas consideram "diferentes modos de conceber a realidade." (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 37) Este tópico destina-se a abordar as correntes de pensamentos contemporâneos, linhas de idéias relacionadas à investigação.

O positivismo tem "suas raízes no empirismo", porém "é uma abordagem metodológica muito mais complexa". Em comum, os dois têm a "desconfiança na especulação excessiva", "principalmente na versão do positivismo lógico, preocupa-se mais com a expressão lógica do discurso científico do que com a ênfase nas realidades observáveis" (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 40).

Já que não existe "consenso na literatura sobre as características que indicam cada uma das etapas na evolução do positivismo", é interessante "analisar as peculiaridades de duas fases mais marcantes": o positivismo clássico que "é a busca da explicação dos fenômenos a partir de suas relações", "reconhecendo a impossibilidade de obter noções absolutas" e "criados diversos instrumentos, como questionários, escalas de amplitude, tipos de amostragem etc. e privilegiou-se a estatística." Outro "ponto marcante do positivismo clássico é a exaltação à observação dos fatos". Outra fase é o "positivismo lógico que não aceita outra realidade" a não ser a dos "fatos que podem ser observados, rejeita a compreensão

subjetiva dos fenômenos, a pesquisa indutiva das essências” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 41).

Afirmam, também, que o “positivismo possui a crença na unidade metodológica”. Com isso, “os métodos das ciências naturais são tomados como modelos também nas ciências sociais”, por considerar “que tanto os fenômenos da natureza quanto os fenômenos sociais são regidos por leis invariáveis” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 42).

Oliveira (2003, p. 28) afirma que a proposição positiva “utilizada há pouco pela Contabilidade, está focada em entender como o mundo funciona. As variáveis podem ser testadas e refutadas pela evidência.” Classificando este trabalho quanto à abordagem metodológica como positivo.

As abordagens relacionadas ao problema de pesquisa abrangem aspectos qualitativos e quantitativos. “A palavra *qualitativa* implica uma ênfase sobre as qualidades das entidades e sobre os processos e os significados que não são examinados ou medidos experimentalmente”, já “os estudos quantitativos enfatizam o ato de medir e de analisar as relações causais entre as variáveis, e não processos” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 23).

Para Denzin e Lincoln (2006, p. 17) “a pesquisa qualitativa é uma atividade situada que localiza o observador no mundo”. Por isso, “consiste em um conjunto de práticas materiais e imperativas que dão visibilidade ao mundo”. “A pesquisa qualitativa é orientada para a análise de casos concretos em sua particularidade temporal e local, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais.” (FLICK, 2004, p. 28) Por isto, a “pesquisa qualitativa não pode se qualificar pela preferência por determinados métodos em relação a outros”.

A pesquisa qualitativa e quantitativa “não são opostos incompatíveis que não devam ser combinados”. Assim, os “métodos qualitativos e quantitativos podem se unir, de diversas maneiras, no plano de um estudo.” Portanto, mesmo sem necessariamente reduzir a importância de uma das abordagens ou em “definir a outra como a verdadeira abordagem de pesquisa, um estudo pode incluir abordagens quantitativas e qualitativas em diferentes fases do processo de pesquisa” (FLICK, 2004, p. 273).

Martins e Theóphilo (2007, p. 83) afirmam também que depende “do objeto de estudo – características e natureza do tema sob investigação – poderá “dar mais ênfase à avaliação quantitativa, assim procurará mensurar, ou medir, variáveis.”

Contudo, por outro lado, “o enfoque da avaliação poderá ser qualitativo e, neste caso, buscará descrever, compreender e explicar comportamentos, discursos e situações.” Mas, geralmente, os estudos “comportam tanto avaliação quantitativa quanto avaliação qualitativa. É falsa a dicotomia entre pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa.”

Para Flick (2004, p. 277), uma alternativa “de combinar implicitamente a pesquisa qualitativa com a quantitativa é apresentada através do modelo de pesquisa da pesquisa quantitativa na pesquisa qualitativa.” Evidentemente, nenhum “método é capaz de compreender todas as variações sutis na experiência humana contínua. Portanto, os pesquisadores quantitativos empregam efetivamente uma ampla variedade de métodos interpretativos interligados, sempre em busca de melhores formas de tornar mais compreensíveis os mundos da experiência que estudam” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 33).

Quanto à abordagem ao objeto de estudo, esta pesquisa classifica-se como descritiva, no qual o “pesquisador tenta descrever ou definir um assunto, normalmente criando um perfil de um grupo de problemas, pessoas ou eventos” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 31).

Segundo Vergara (1998, p. 45) a “pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”, como também, estabelece a “correlação entre variáveis” e define sua natureza. “Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.”

Assim, a pesquisa descritiva “configura-se como um estudo intermediário entre a pesquisa exploratória e a explicativa, ou seja, não é tão preliminar quanto à primeira, nem tão profunda quanto à segunda.” Significa que os “resultados obtidos” contribuem “no sentido de identificar as relações existentes entre as variáveis estudadas de determinada população” (BEUREN, 2006, p. 81).

A abordagem quanto à estratégia da pesquisa caracteriza-se como uma “Estratégia de Pesquisa Documental” que tem como “característica dos estudos que utilizam documentos como fonte de informações e evidências”. Estes “documentos são dos mais variados tipos, escritos ou não”, tais como: diários; documentos arquivados; gravações; correspondências pessoais e formais; fotografias, filmes; mapas e outros. “Alguns tipos de estudos empregam exclusivamente fontes

documentais; outros estudos combinam fontes documentais com outras, entrevistas e observação” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 55).

Cabe ressaltar que os autores afirmam ainda que, a “pesquisa documental tem semelhanças com a pesquisa bibliográfica”. Porém, a “principal diferença entre elas decorre da natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica utiliza fontes secundárias, isto é, materiais transcritos de publicações disponíveis na forma de livros, jornais, artigos etc.”. E a pesquisa documental “emprega fontes primárias, assim considerados os materiais compilados pelo próprio autor do trabalho, que ainda não foram objeto de análise, ou que ainda podem ser elaborados de acordo com o propósito da pesquisa.” Assim, nas “ciências sociais, diversas são as possibilidades de realização de estudos com emprego da estratégia documental.”

Esta pesquisa classifica-se como *ex post facto* em relação à abordagem concernentes aos efeitos do pesquisador nas variáveis em estudo, o que significa que não serão manipulados, pois se trata de fatos já ocorridos.

A maioria dos “estudos de pesquisa não pode ser realizado de forma experimental ao manipular as variáveis”. Contudo, interessa à questão de causa. “Em vez de manipular e/ou controlar a exposição a uma variável experimental, estuda-se sujeitos que foram expostos ao fator independentemente e os que não foram” (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 141).

Vergara (1998, p. 47) afirma que, a investigação “*ex post facto* refere-se a um fato já ocorrido”. Implica, portanto, na impossibilidade do pesquisador “controlar ou manipular variáveis, seja porque suas manifestações já ocorreram, seja porque as variáveis não são controláveis.” Assim, a “impossibilidade de manipulação e controle das variáveis distingue, então, a pesquisa experimental das *ex post facto*.”

A abordagem quanto à dimensão de tempo, refere-se ao período de tempo de abrangência da pesquisa, ou seja, a pesquisa será realizada em um período de tempo, em que os dados serão coletados e analisados, caracterizando uma pesquisa transversal. Portanto, em um “estudo transversal, as variáveis são identificadas num ponto no tempo e as relações entre as mesmas são determinadas” (SOUSA, et al, 2007, p. 15).

Para melhor visualização, após estruturar a fundamentação da tipologia da pesquisa, pode ser assim classificada, resumidamente:

- a) Quanto à abordagem metodológica: Positiva.
- b) Quanto ao problema: Qualitativa e quantitativa.

- c) Quanto ao objeto: Descritiva.
- d) Quanto à coleta dos dados: Documental.
- e) Quanto aos efeitos do pesquisador: *Ex post facto*.
- f) Quanto à dimensão de tempo: Transversal.

Estabelecidos os procedimentos metodológicos de teoria de base, estabelecidos os pressupostos e a tipologia da pesquisa, o passo seguinte é identificar a população a ser pesquisada.

3.3 POPULAÇÃO

Vergara (1998, p. 48) afirma que “trata-se de definir toda a população e a população amostral”. Por população entende-se “o conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo), que possuem as características que serão objeto de estudo”. Já a “população amostral ou amostra é uma parte do universo (população), escolhida segundo algum critério de representatividade”. Os sujeitos da pesquisa são as pessoas que fornecerão os dados necessários. Às vezes, confundem-se com universo ou amostra quando eles estão relacionados com pessoas (VERGARA, 1998).

Beuren (2006, p. 121) destaca que, a “população ou universo de investigação está diretamente relacionado ao assunto a ser trabalhado”. As amostras, porém, são “frações da população e devem ser obtidas mediante a aplicação de uma técnica adequada e específica de amostragem.” A distinção entre população e amostra configura a utilização da moldura populacional para a presente pesquisa.

O universo ou população de investigação deste estudo abrange as empresas que preenchem dois requisitos: as 500 maiores empresas relacionadas na Revista Exame 2010 “Melhores & Maiores” e listadas na BM&FBovespa. As empresas foram selecionadas com base na publicação da Revista Exame “Melhores e Maiores” edição 2010 (500 maiores), bem como da utilização das informações contidas no site dessa revista e da relação obtida no site da BM&FBovespa em 07/09/2010, das Empresas Listadas na BM&FBovespa (543 empresas). O confronto

destas informações gerou uma lista de 124 empresas que estão classificadas entre as 500 maiores do país e negociam ações em bolsa.

3.4 INSTRUMENTO DE PESQUISA E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Estratégia de Pesquisa para Martins e Theóphilo (2007, p. 53) envolve os meios técnicos da investigação e “corresponde ao planejamento e estruturação da pesquisa em sua dimensão mais ampla, compreendendo tanto a diagramação quanto a previsão de coleta e análise de informações, dados e evidências.” A expressão estratégia de pesquisa é usada “para designar as diferentes maneiras de coletar e analisar dados empíricos no contexto das Ciências Sociais Aplicadas.”

A coleta de dados, em uma pesquisa com estratégia convencional, ocorre “após a definição clara e precisa do tema-problema, composição da plataforma teórica, abordagem metodológica” e escolha das técnicas para coleta de dados e evidências. Entretanto, nos casos de investigações orientadas por estratégias não convencionais, tais como, o “Estudo de Caso, Pesquisa-Ação, a coleta de dados poderá ser desenvolvida concomitantemente com outras etapas da pesquisa” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 83).

Martins e Theóphilo (2007, p. 83) afirmam, ainda, que os dados primários são os dados “colhidos diretamente na fonte”. Os dados secundários, em contraste, são aqueles “já coletados que se encontram organizados em arquivos, bancos de dados, anuários estatísticos, relatórios etc.”

Lakatos (2009) apresenta que as pesquisas implicam o levantamento de dados de variadas fontes, independente dos métodos ou das técnicas empregadas. Os processos pelos quais se obtém dados são: documentação direta e indireta. Na direta, o levantamento de dados se dá no próprio local onde os fenômenos ocorrem e podem ser obtidos de duas maneiras: pesquisa de campo ou de laboratório. Ambas utilizam-se das técnicas de observação direta intensiva (observação e entrevista) e de observação direta extensiva (questionário, formulário, medidas de opinião e atitudes técnicas mercadológicas). Na indireta, a fonte de dados coletados por outras pessoas, constitui-se em material já elaborado ou não. Divide-se em: pesquisa documental (fontes primárias) provenientes dos próprios órgãos que

realizam as observações, escrita ou não, arquivos públicos ou particulares, órgãos oficiais ou particulares, pesquisa bibliográfica (fonte secundária) a qual é o levantamento de toda a bibliografia já publicada em forma de livros, revistas, publicações etc., com finalidade de colocar o pesquisador a par de tudo que foi escrito sobre o assunto, no objetivo de análise, sendo o primeiro passo da pesquisa.

Assim, torna-se “interessante avaliar a possibilidade do uso de um instrumento já desenvolvido e aplicado que se ajuste às necessidades do estudo. Pois, o “uso de instrumento já testado poderá garantir confiabilidade e validade às medidas a serem obtidas.” O estágio inicial da produção científica nacional, na área das humanidades, constitui barreiras para encontrar instrumentos de coletas de dados e vidências já testados (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 83).

Na presente pesquisa, a coleta de dados foi por meio dos *sites* das empresas pesquisadas, portanto trata-se de dados de fontes primárias, obtidos em bancos de dados já existentes. A partir da formação da relação das 124 empresas, consultou-se, através do site da Revista Exame “Melhores & Maiores”, o endereço eletrônico das mesmas para o levantamento dos dados, presentes nas páginas institucionais (PI) das empresas, para posterior análise de conteúdo.

Leva-se em conta a instabilidade dos conteúdos dos *sites*, devido à liberalidade de seus proprietários, os mesmos podem não fornecer as mesmas informações, para tanto, convém observar que as informações analisadas referem-se ao período da coleta dos dados identificada no trabalho.

Os *sites* são os divulgados no Brasil, em Língua Portuguesa. Caso o *site* não se encontrasse disponível, após várias tentativas, o caminho utilizado foi o “Google” empregando a razão social da empresa para busca, o que ocorreu em quatro casos: Bandeirantes Energia; Celpa e Cemat (estas empresas remeteram para o mesmo *site*) e Lojas Americanas.

Ocorreram vários casos de empresas pertencentes a grupos remetendo ao mesmo *site*:

- a) *Site* CPFL: Cia Paulista de Força e Luz, Cia Piratininga de Força e Luz, CPFL Energia S.A. e Rio grande Energia;
- b) *Site* CEMIG: Cemig Distribuição S. A. e Cemig Geração e Transmissão S. A.;

- c) *Site* Rede Energia: Centrais Elétricas do Pará S.A. (CELPA), Centrais Elétricas Matogrossenses S. A. (CEMAT) e Empresa Energ. Mato Grosso do Sul S. A. (ENERSUL);
- d) *Site* CEEE: Cia Est. De Distribuição de Energia Eletr.(CEEE- D) e Cia Est.Ger. e Transmissão de Energia Eletr. (CEEE-GT).

Os casos de Empresas que negociam ações na bolsa como grupo e aparecem várias empresas classificadas nas “Melhores e Maiores” e, com apenas uma representação na BM&FBovespa, são os seguintes:

- a) Gerdau S. A.: Gerdau aços Longos S A (classificação 41), Gerdau Aço Minas S. A. (classificação 105), Gerdau Comercial de Aços S. A. (classificação 111) e Gerdau Aços Especiais S A (classificação 402);
- b) Petróleo Brasileiro S. A. Petrobrás (classificação 1), Petrobrás Distribuidora S. A. (classificação 2) e Petrobrás Transportes S. A. (classificação 84);
- c) Quattor Petroquímica S. A. (classificação 210) e Quattor Química S. A. (classificação 161);
- d) Arcelor Mittal: Arcelor Mittal do Brasil (classificação 19) e Arcelor Mittal de Tubarão (classificação 278).

Observados esses detalhes, com a formação da população a ser pesquisada em setembro de 2010, dando continuidade ao estudo, foram pesquisadas as páginas institucionais das empresas, considerando a página inicial e as páginas que pudessem conter informações sobre a política empresarial relativa aos colaboradores, ou seja, a participação nos lucros e nos resultados, tais como missão, visão, objetivos, metas, gestão, recursos humanos, “Trabalhe Conosco” e afins. Esta pesquisa formou um arquivo no *Word* para o banco de dados, no qual apresenta um “*book*” das 124 empresas com os textos apresentados por ocasião da data do levantamento destes dados, que ocorreu nos meses de setembro e outubro de 2010.

Na etapa seguinte, em outubro e novembro de 2010, foi realizada a pesquisa das DVA das 124 empresas junto ao *site* da BM&FBovespa. Destas seis (6) não puderam ser pesquisadas: três (3) não constavam mais na lista da BM&FBovespa, nesta ocasião, (Arcelor, Fosfertil e Wal Mart) e três (3) não possuíam a DVA em suas publicações (Telefônica, Solvay e Varig), portanto resultaram 118 empresas

para a pesquisa das demonstrações financeiras. Os arquivos foram copiados do *site* para o *Excel*, formando uma pasta com os dados das DVA.

Concluída esta etapa, o banco de dados dispunha de dois arquivos para análise: uma pasta com o conteúdo dos *sites* das páginas institucionais das empresas (124) e outra pasta com as DVA (118).

3.5 TRATAMENTO ESTATÍSTICO E ANÁLISE DE DADOS

Martins e Theóphilo (2007, p. 103) afirmam que, durante “o processo de construção de um trabalho científico, dependendo da natureza das informações, dos dados e das evidências levantadas, poderá empreender uma avaliação quantitativa”, ou seja: “organizar, sumarizar caracterizar e interpretar os dados numéricos coletados”. Para tanto, os dados serão tratados através de métodos e técnicas de Estatística. “Sistematicamente, **estatística é a ciência dos dados** – uma ciência para o produtor e consumidor de informações numéricas” e “envolve coleta, classificação, sumarização, organização, análise e interpretação de dados”. Em outras palavras para melhor entendimento, são: os “métodos e técnicas para busca de sínteses e interpretações de um conjunto de dados numéricos.”

Por outro lado, o “enfoque da avaliação poderá ser qualitativo, neste caso, buscará descrever, compreender e explicar comportamentos, discursos e situações”. Normalmente, os “estudos comportam tanto avaliação quantitativa quanto avaliação qualitativa.” Conforme mencionado anteriormente, “em função da natureza e objetivos da pesquisa, pode-se necessitar de diversas técnicas de coletas de informações, dados e evidências” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 83).

As variáveis qualitativas, “além de possuírem certo grau de subjetividade, normalmente não envolvem fatores numéricos”, são, portanto de “difícil mensuração por parte dos pesquisadores”, porém, quando necessário, variáveis qualitativas podem ser “adaptadas para representar uma série quantitativa” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 92).

A Análise de Conteúdo é “uma técnica para se estudar e analisar a comunicação de maneira objetiva e sistemática”, buscando “inferências confiáveis de dados e de informações com respeito a determinado contexto, a partir dos

discursos escritos ou orais e de seus atores e/ou autores.” Pode ser “aplicada virtualmente a qualquer forma de comunicação”, tais como: artigos da imprensa, livros, material divulgado em *sites* institucionais, poemas, conversas, discursos, cartas, regulamentos e outros. (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 95)

A análise de conteúdo “presta-se tanto aos fins exploratórios, ou seja, de descoberta, quanto aos de verificação, confirmando ou não proposições e evidências.” Principais usos: descrever tendências, comparar mensagens, auditar conteúdos, construir e ampliar padrões, medir clareza das mensagens, revelarem estilos de comunicação, identificar intenções, características e apelos de comunicadores, desvendarem as ideologias. Esta análise “adquire valor mediante o apoio de um referencial teórico, particularmente, para a construção das categorias de análise” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 96).

Para HAIR e outros (2005, p. 154) análise de conteúdo:

...obtem dados através da observação e análise do conteúdo das mensagens de texto escrito. (...) Por meio da análise sistemática e da observação, o pesquisador examina a frequência com que as palavras e temas principais ocorrem e identifica o conteúdo e as características de informações presentes no texto. O resultado final é muitas vezes usado para quantificar os dados qualitativos.

Bardin (1977) afirma que a análise de conteúdo, atualmente, pode ser definida como um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento e cada vez mais sutis e extremamente diversificados. As múltiplas técnicas têm em comum a inferência. O esforço da interpretação oscila entre a subjetividade e a objetividade, o que impulsiona o pesquisador a investigar o que está escondido, não aparente, ao potencial inédito, retido por qualquer mensagem.

Completa afirmando que, na análise quantitativa, o que “serve de informação a *frequência* com que surgem certas características do conteúdo” e na análise qualitativa é a “*presença* ou *ausência* de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração” (BARDIN, 1977, p. 21).

A análise de conteúdo dos “*books*” na divulgação da política empresarial relativa aos colaboradores nos *sites*, após a tentativa de utilização de programa para a análise, apresentou algumas inconsistências para a referida pesquisa, optou-se

pela prática de “busca de palavra” no próprio arquivo do *Word*. Eleita a palavra “participação”, a qual faz referência tanto à participação nos lucros, quanto aos resultados. Desta análise resultou: somente a palavra participação, participação de todos, participação acionária, participação no mercado, participação do cliente, participação dos funcionários, participação ativa, participação em empreendimento, participação no desenvolvimento e participação em cursos, foram descartadas, pois não interessam à pesquisa em questão. Os Resultados que conferem representatividade ao tema pesquisado, bem como ao contexto em que estão inseridos estão demonstrados a seguir (Quadro 2):

Empresas	Texto	Palavras –chave
1. Arcelor Mittal	A remuneração anual está baseada em critérios que combinam, além de salários fixos alinhados ao mercado, a participação nos resultados da Empresa, definidos por meio de programa que considera o cumprimento das metas empresariais e de metas de equipe.	Participação nos resultados
2. Cia Siderúrgica Nacional – CSN	A CSN possui políticas de remuneração e benefícios compatíveis com empresas de seu porte, entre eles um Programa de Participação nos Resultados.	Programa de participação nos resultados
3. Duratex S.A.	Valores - Respeito às pessoas e Postura ética e transparente - Desenvolvimento pessoal - Comprometimento de todos em servir ao cliente - Participação nos resultados conquistados - Relacionamento alegre e informal - Criatividade e inovação focadas no negócio.	Participação nos resultados
4. Fertilizantes Fosfatados S.A.- Fosfertil	O Programa de Participação nos Lucros ou Resultados (PLR) da empresa é um eficiente caminho para vincular a produtividade ao resultado, fazendo com que o empregado obtenha ganhos suplementares por ano e sintam-se reconhecido e motivado.	Programa de participação nos lucros ou resultados. PLR
5. Klabin S.A.	Além de assistência médica, vale-transporte e vale-alimentação, a Klabin oferece uma série de benefícios aos seus colaboradores, como: PPR (Programa de Participação nos Resultados) Oferece oportunidade a todos os colaboradores em receber uma remuneração adicional no final do ano, de acordo com o resultado da companhia.	PPR Programa de participação nos resultados
6. Localiza Rent a Car S.A.	Pessoas e sistemas de remuneração. A Companhia trabalha a gestão de pessoas, focando a valorização da iniciativa do indivíduo e a recompensa pelos melhores desempenhos. Detentora de um quadro de administradores dotado de ampla experiência nos segmentos em que atua e baixo <i>turnover</i> no corpo gerencial, a Companhia acredita ter uma equipe motivada como resultado da adoção de boas práticas na administração de sua política de recursos humanos, tais como: sistema de remuneração fixa e variável, participação nos resultados e plano de opção de compra de ações. O plano abrange o corpo gerencial que participa do poder decisório	Participação nos resultados

	que traz reflexos na geração de valor para empresa.	
7. Marcopolo S.A.	A remuneração dos colaboradores é composta de uma parte fixa, vinculada às competências e habilidades, e uma parte variável, determinada pelo atingimento das metas do Programa de Participação nos Resultados. Periodicamente, são realizadas pesquisas salariais que permitem avaliar se os valores pagos aos colaboradores situam-se dentro dos padrões regionais, assegurando que a empresa se mantenha competitiva no mercado de trabalho.	Programa de participação nos resultados
8. Natura Cosméticos S.A.	Temos uma remuneração competitiva que nos possibilita manter e motivar nossos colaboradores e também atrair novos talentos. A remuneração total baseia-se em salário e benefícios atraentes e está baseada em um agressivo sistema de remuneração variável: participação nos lucros e nos resultados, bonificação por resultados e <i>stock option</i> . Os principais benefícios oferecidos aos colaboradores são: Assistência Médica e Odontológica, Seguro de Vida em Grupo, restaurante, Clube Natura, Venda Interna de Produtos (VIP) - produtos Natura com desconto de 40% do valor da tabela de sugestão de preços, transporte fretado e berçário.	Participação nos lucros e resultados
9. Suzano Papel e Celulose S.A.	A remuneração anual está baseada em critérios que combinam, além de salários fixos, a participação anual nos resultados da empresa, por meio de programas que consideram o cumprimento das metas corporativas e de metas de equipe.	Participação anual nos resultados
10. TAM S.A.	A política salarial da empresa, que inclui remuneração variável para níveis executivos e participação nos lucros e nos resultados para os demais níveis, deve adequar-se às necessidades dos colaboradores e às práticas de mercado, à legislação vigente e ao estabelecido em convenção coletiva, com os Sindicatos dos Aeroviários e Aeronautas.	Participação nos lucros e resultados
11. Tupy S.A.	Participar da gestão é um princípio, reforçado pelo PPR – Programa de Participação nos Resultados, que a empresa oferece a todos e que permite ganhos extras a cada ano, desde que metas como redução de refugos e índices de acidentes de trabalho se reduzam, ao mesmo tempo em que o lucro operacional cresça. Implantado em 1997, o PPR tradicionalmente vem oferecendo um ganho extra que varia entre um e dois salários a mais, anualmente.	PPR Programa de participação nos resultados

QUADRO 2 – RESULTADO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO
FONTE: A autora (2010)

O resultado da análise das 124 (cento e vinte e quatro) empresas está demonstrado no quadro anterior e apresentam 11 (onze) empresas com a divulgação da participação nos lucros e/ou resultados, ou seja, 8,87% (oito vírgula oitenta e sete por cento) das empresas pesquisadas.

A segunda etapa da pesquisa foi a análise da distribuição da riqueza aos colaboradores demonstradas nas DVA. Nesta etapa, o primeiro passo é verificar a existência da rubrica de “Participação nos Lucros e/ou Resultados” na demonstração. Para melhor entender as principais características da DVA cabem algumas considerações.

O valor adicionado ou valor agregado segundo Neves e Viceconti (2003, p. 299) representa a riqueza criada por uma organização em um determinado período, portanto, “a soma das importâncias agregadas representa, na verdade, a soma das riquezas criadas.”

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) “evidencia o valor das riquezas criadas pela sociedade, bem como sua efetiva distribuição”. Sendo que esta “evidenciação representa ferramenta importante tanto para usuário interno quanto para o externo que não pode ser obtida com clareza nas Demonstrações Financeiras Tradicionais.” Por essa razão cresce o número de usuários desta demonstração, em muitos países. (NEVES; VICECONTI, 2003, p. 300)

Machado et al (2009, p. 116) afirmam que a “principal característica da DVA é a evidenciação do valor da riqueza gerada pela empresa e sua distribuição aos *stakeholders*.” Assim, indica, de forma clara e precisa, a parte da riqueza a que pertence: aos sócios ou acionistas, aos demais capitalistas que financiam a entidade (capital de terceiros), aos empregados e finalmente à parte que fica com o governo (NEVES; VICECONTI, 2003, p. 300).

Desde 2009, conforme a Lei 11638/07, no Brasil, todas as empresas com títulos e ações “negociados em bolsas de valores devem elaborar e divulgar a DVA.” Diante disso, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis manifesta no CPC 09 o modo de elaboração da DVA e que suas informações devem constar na “análise para decisões de investimento e financiamento, considerando que o impacto da empresa na sociedade em termos monetários, fica evidenciado de maneira ímpar.” (MACHADO et al, 2009, p. 116)

Por fim, cabe afirmar que a “**DVA fornece uma visão bem abrangente sobre a real capacidade de uma sociedade produzir riqueza**”, no sentido de agregar ou adicionar valor ao seu patrimônio, como também sobre a forma como distribui essa riqueza entre os diversos fatores da produção: trabalho, capital próprio ou de terceiros, governo (NEVES; VICECONTI, 2003, p. 301).

A utilização das DVA serve de instrumento para verificar a distribuição da riqueza realizada pelas empresas aos seus colaboradores que, no caso desta pesquisa, é a Participação nos Lucros e/ou Resultados, demonstrada em conta específica.

O resultado da verificação constatou que, das 118 (cento e dezoito) empresas apenas **quatro (4)** destacam a distribuição de riqueza aos seus

colaboradores, representando 3,39% (três vírgula trinta e nove por cento). Destas empresas duas (2) possuem a rubrica da conta de participação nos lucros (COELBA e Tegma) e duas (2) de participação nos resultados (Cielo e Duke).

A terceira etapa da pesquisa seria o confronto da análise de conteúdo da primeira etapa com a segunda etapa de distribuição de riqueza, ou seja, o confronto do discurso com a prática. Empresas que “dizem” e “fazem” a distribuição dos resultados aos seus colaboradores. Infelizmente, comparando resultados da primeira etapa com a segunda, verifica-se que as empresas não são as mesmas, o que inviabiliza a conclusão da última etapa da proposta da pesquisa que comprovaria a aderência da política divulgada com a atuação em relação à distribuição da riqueza aos seus colaboradores.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo, os dados levantados, na fase anterior da pesquisa, agregam detalhes que visam a esmiuçar os objetivos específicos elencados, no início do estudo, visando a identificar e a analisar o conteúdo da política empresarial divulgada em relação à PLR, verificar a distribuição da riqueza aos colaboradores através da DVA e verificar a aderência (discurso e prática) em relação à PLR. Assim, a análise dos resultados da pesquisa realizou-se em três etapas que podem ser identificadas: análise de divulgações da PLR nas PI, análise de divulgações da PLR nas DVA e análise de aderência.

4.1 ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES DA PLR NAS PI

A relação resultante do confronto das 500 (quinhentas) maiores empresas divulgadas pela Revista Exame Melhores e Maiores 2010 e as 543 (quinhentas e quarenta e três) empresas listadas na BM&FBOVESPA, em 07/09/2010, resultaram em 124 (cento e vinte e quatro) empresas pesquisadas.

Na primeira fase da pesquisa, os dados destas 124 empresas sobre a política divulgada nas Páginas Institucionais (PI), passaram pela identificação da existência da PLR. Desta seleção, evidenciados no capítulo anterior, restaram 11 (onze) organizações, ou seja, apenas 8,87% (oito vírgula oitenta e sete por cento) que demonstram interesse na divulgação da participação de seus colaboradores nos resultados. Os detalhes estão assim dispostos (Quadro 2):

Empresas	Texto sintético	Palavras-chave	Base para a PLR	Ícone de divulgação
1.Arcelor Mittal	a participação nos resultados da Empresa, definidos por meio de programa que considera o cumprimento das metas empresariais e de metas de equipe.	Participação nos Resultados (PR)	Metas empresariais e metas de equipe.	Recursos Humanos: Benefícios
2. Cia Siderúrgica Nacional – CSN	políticas de remuneração e benefícios compatíveis com empresas de seu porte, entre eles um Programa de Participação nos Resultados.	Programa de Participação nos Resultados (PPR)	Não divulga	Recursos Humanos: Gestão de Pessoas
3. Duratex S.A.	Valores -Participação nos resultados conquistados	Participação nos Resultados (PR)	Resultados Conquistados	Missão, Visão e Valores: Valores
4. Fertilizantes Fosfatados S.A.- Fosfertil	O Programa de Participação nos Lucros ou Resultados (PLR) é um eficiente caminho para vincular a produtividade ao resultado, fazendo com que o empregado obtenha ganhos suplementares por ano e sintasse reconhecido e motivado.	Programa de Participação nos Lucros ou Resultados (PPLR)	Produtividade e Resultado	Recursos Humanos: Práticas de Gestão: Remuneração e Benefícios
5. Klabin S.A	PPR (Programa de Participação nos Resultados) oportunidade a todos os colaboradores de receber uma remuneração adicional no final do ano, de acordo com o resultado da companhia.	Programa de Participação nos Resultados (PPR)	Resultado da companhia	Recursos Humanos: Benefícios
6.Localiza Rent a Car S.A.	focando a valorização da iniciativa do indivíduo e a recompensa pelos melhores desempenhos... adoção de boas práticas na administração de sua política de recursos humanos, tais como: sistema de remuneração fixa e variável, participação nos resultados e plano de opção de compra de ações.	Participação nos Resultados (PR)	Desempenhos	Página Institucional: Valores Localiza: Pessoas e Sistemas de Remuneração
7.Marcopolo S.A.	A remuneração dos colaboradores é composta de uma parte fixa, vinculada às competências e às habilidades, e a uma parte variável, determinada pelo atingimento das metas do Programa de Participação nos Resultados.	Programa de Participação nos Resultados (PPR)	Metas	Valores da Corporação: Remuneração Estratégica
8.Natura Cosméticos S.A.	A remuneração total constitui em salário e benefícios atraentes, e está baseada em um agressivo sistema de remuneração variável: participação nos lucros e resultados, bonificação por resultados e <i>stock option</i> .	Participação nos Lucros e Resultados (PLR)	Não divulga	Planejamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos: Remuneração

9.Suzano Papel e Celulose S.A. 9.Suzano Papel e Celulose S.A.	A remuneração anual está baseada em critérios que combinam, além de salários fixos, a participação anual nos resultados da empresa, por meio de programas que considera o cumprimento das metas corporativas e de metas de equipe.	Participação nos Resultados (PR)	Metas corporativas e metas de equipe	Gestão de Pessoas: Benefícios
10.TAM S.A.	A política salarial inclui remuneração variável para níveis executivos e participação nos lucros e resultados para os demais níveis, deve adequar-se às necessidades dos colaboradores e às práticas de mercado, à legislação vigente e ao estabelecido em convenção coletiva, com os Sindicatos dos Aeroviários e Aeronautas.	Participação nos Lucros e Resultados (PLR)	Legislação e convenção coletiva– Sindicatos	Gestão de Pessoas: Política de Gestão de Pessoas: Remuneração
11. Tupy S.A.	Participar da gestão é um princípio, reforçado pelo PPR – Programa de Participação nos Resultados, (...) permite ganhos extras a cada ano, desde que metas como redução de refugos e índices de acidentes de trabalho se reduzam, ao mesmo tempo em que o lucro operacional cresça. (...) um ganho extra que varia entre um e dois salários a mais, anualmente.	Programa de Participação nos Resultados (PPR)	Metas de redução de refugos e índices de acidentes de trabalho, concomitante com o crescimento do lucro operacional	Gestão dos Valores Humanos: Programas Participativos

QUADRO 3 – DETALHES DA ANÁLISE DE CONTEÚDO
 FONTE: A autora (2011)

Os conteúdos apresentados nos *sites* comunicam aos *stakeholders* a imagem desejada da empresa. Estes conteúdos podem refletir o escopo da empresa que para Tachizawa e Rezende (2000, p. 39) nada mais é que:

...ser um rol de elementos que formam um conjunto de padrões, princípios fundamentais, propósitos, ideais, valores que *precedem e embasam* as ações tomadas no âmbito da estrutura organizacional, do gerenciamento, das estratégias de produtos e serviços, da tecnologia, do relacionamento com clientes e fornecedores, das políticas e da interação da organização com o ambiente externo. Traduz o espírito da organização, a sua ideologia, a sua visão de mundo, o verdadeiro motivo de sua existência e, nos dá em última análise, a ‘constituição’ dessa organização. A forma de definir o escopo de uma organização tende a ser facilitada quando subdividimos esse conjunto em pelo menos três etapas: missão, visão e valores permanentes.

Neste sentido, a comunicação “é um processo que envolve, integralmente, cada um dos componentes”: as fontes que transmitem mensagens por meios de canais para os receptores. Assim, “a eficácia do ato comunicativo, em sua globalidade dependerá da eficácia das partes que o compõem”. Uma parcela “ponderável dos problemas de comunicação organizacional situa-se na esfera das fontes e não no âmbito dos canais e das linguagens, como costumeiramente se considerava.” Pois, as “fontes não estão preparadas para maximizar a eficácia das mensagens que transmitem” (TORQUATO, 2004, p.36).

A análise da pesquisa considerou as mensagens publicadas nas PI em relação à PLR e demonstrou que as empresas utilizam as seguintes denominações:

- a) Programa de Participação nos Lucros ou Resultados (PPLR): uma (1) empresa – nove vírgula um por cento (9,1%);
- b) Programa de Participação nos Resultados (PPR): quatro (4) empresas – 36,36% (trinta e seis vírgula trinta e seis por cento);
- c) Participação nos Lucros e Resultados (PLR): duas (2) empresas – 18,18% (dezoito vírgula dezoito por cento);
- d) Participação nos Resultados (PR): quatro (4) empresas – 36,36% (trinta e seis vírgula trinta e seis por cento).

Para melhor visualização essas denominações podem ser representadas graficamente (Gráfico 1):

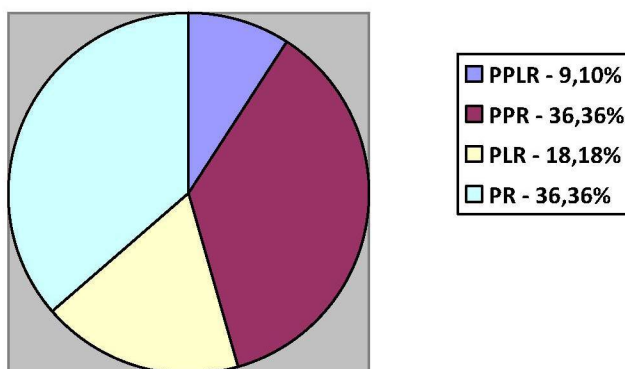


GRÁFICO 1- DENOMINAÇÕES DA PARTICIPAÇÃO
FONTE: A autora (2011)

Observa-se a utilização em maior percentual da participação nos resultados (72,72%), o que indica a preocupação de relacionar a remuneração a alguma forma

de desempenho e o restante (18,18%) utilizam lucros e resultados que, pelas expressões, indicam a utilização tanto dos lucros como dos resultados; e apenas uma empresa (9,1%) que traz lucros ou resultados, mas que, na análise do texto publicado, indica utilizar resultado, como observado no texto descrito (no Quadro 1) “...eficiente caminho para vincular produtividade ao resultado”, não usou a palavra “lucro”, neste caso apenas utilizou os termos como título do texto, para dar destaque ao tema.

A utilização do termo “Programa” ou “Plano” indica um planejamento que leva a estruturar a participação pela empresa, seja nos lucros ou nos resultados. As empresas podem estabelecer o lucro ou resultado como meta. Rosa (2006) esclarece que a meta do programa é o lucro da empresa quando a expressão utilizada é “Participação nos Lucros”, porém a “Participação nos Resultados” pode estabelecer também o lucro da empresa como um dos resultados específicos, o que justifica a adoção da expressão Programa de Participação nos Resultados (PPR), sejam as metas sobre resultados e lucros da empresa. Por isso, a maioria da empresas prefere adotar um plano de participação nos resultados, o que foi constatado na pesquisa, todas adotam o resultado em suas divulgações da participação. Esta análise leva a concluir que utilizando “lucro” ou “resultados”, como meta, a denominação mais abrangente é a Participação nos Resultados.

As bases para a PLR estão identificadas na pesquisa, ou seja, as metas propostas que podem ser globais, por departamento, setor, unidade, filial ou mesmo individuais. São expressas por indicadores usados para avaliar o desempenho e determinar a distribuição do resultado. (ROSA, 2006) Nas publicações pesquisadas, a maioria são vagas ou muito abrangentes como: metas empresariais e de equipe, resultados conquistados, resultado da companhia, melhores desempenhos, metas, metas corporativas e de equipe, legislação e convenção coletiva sindical. Apenas duas estabelecem os indicadores que utilizam para a participação: (1) produtividade e resultado; (2) metas de redução de refugos e índices de acidente de trabalho, concomitantemente com o crescimento do lucro operacional. A primeira visa a aumentar a produção e a diminuir os custos ao utilizar o índice de produtividade que, em geral, procura avaliar eficiência do sistema de produção, já o resultado expressa várias conotações que podem ser inclusive o lucro. A segunda preocupa-se com o desperdício de insumos que contribuem para a queda da lucratividade e com a

segurança de seus funcionários e, ainda, aumento no lucro operacional assegurando que o pagamento da participação não ocorra em caso de prejuízo.

A divulgação da política organizacional nos *sites* ocorreu na Página Institucional (PI) das empresas, nos ícones denominados genericamente: Recursos Humanos (cinco empresas), Gestão (três empresas) e Valores (três empresas). Os ícones de Recursos Humanos remetem a ícones mais específicos de: Benefícios (duas vezes); Gestão de Pessoas; Remuneração e Benefícios; e Remuneração. No ícone de Gestão evidencia: Benefícios; Remuneração; e Programas Participativos. E para o ícone de Valores: Valores; Pessoas e Sistemas de Remuneração; e Remuneração Estratégica. Portanto, os ícones mais utilizados são os denominados com as palavras: Remuneração e/ou Benefícios. Apenas quatro (4) empresas diferenciam remetendo para: Gestão de Pessoas, Programas Participativos, Valores e Remuneração Estratégica. Isto demonstra que as empresas consideram, em sua maioria, a PLR como uma remuneração ou benefício ao trabalhador.

Para analisar melhor as empresas que publicam suas PLR, apresentam-se mais informações (Quadro 4):

Empresas	Classificação	Setor	Riqueza criada (em US\$ milhões)	Nº de empregados	Riqueza criada por empregado (em US\$ mil)
1.Arcelor Mittal	19	Siderurgia e Metalurgia	1 522,0	9.087	162,3
2.Cia Siderúrgica Nacional – CSN	32	Siderurgia e Metalurgia	2 545,3	11.921	218,6
3.Duratex S.A.	228	Indústria da Construção	338,5	8.681	70,1
4.Fertilizantes Fosfatados S.A. – Fosfértil	323	Química e Petroquímica	-95,1	1.129	-83,4
5.Klabin S.A.	103	Papel e Celulose	508,6	7.283	69,7
6.Localiza Rent a Car S.A.	334	Transporte	207,4	2.865	77,1
7.Marcopolo	244	Autoindústria	267,1	7.040	36,5
8.Natura Cosmético S.A.	68	Bens de Consumo	1 005,0	1.419	675,2
9.Suzano Papel e Celulose S.A.	91	Papel e Celulose	517,2	3.862	139,8
10.Tam S.A.	37	Transporte	2 217,1	23.504	93,9
11.Tupy S.A.	295	Siderurgia e Metalurgia	311,2	7.453	39,9

QUADRO 4 – PERFIL DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI
 FONTE: A autora (2011) - adaptado da Revista Exame Melhores e Maiores 2010

As empresas que publicam em seus *sites* a PLR estão classificadas entre 19º e 334º lugar, cinco (45,4%) empresas estão entre as 100 maiores, uma (9,1%) até 200, três (27,3%) até 300 e duas (18,2%) até 400. Portanto, 54,5%, mais da metade das empresas estão entre as 200 maiores empresas do Brasil e 81,8% estão entre as 300 maiores. Desta forma, as empresas estão bem classificadas no *ranking* nacional. O gráfico 2 visualiza melhor essas informações apresentadas acima:

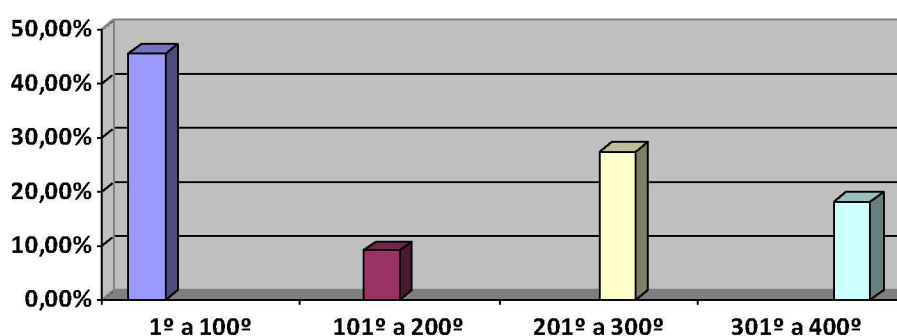


GRÁFICO 2 – RANKING DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM PLR NAS PI
 FONTE: A autora (2011)

Quanto aos setores de atuação as empresas que divulgam a PLR em suas PI estão distribuídas entre sete (7) setores: três (3), (27,3%) siderurgia e metalurgia, dois (2), (18,2%) papel e celulose, dois (2), (18,6%) transporte e um (1), (9,1%) para indústria da construção, (9,1%) química e petroquímica, (9,1%) auto indústria e (9,1%) bens de consumo, mostrando uma grande diversidade da amostra, sem concentração em um setor específico, conforme visualizado no gráfico 3:

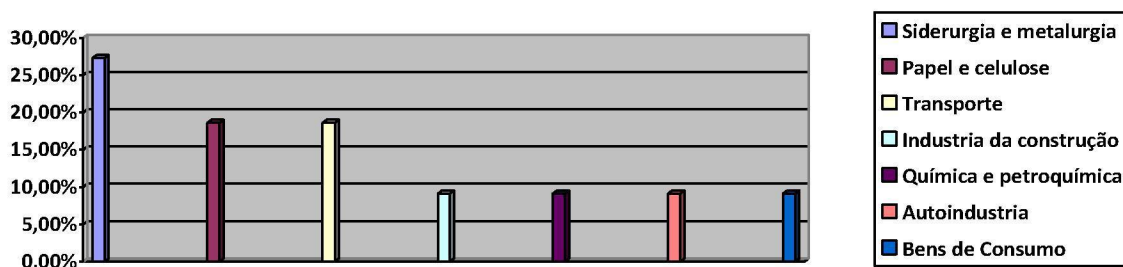


GRÁFICO 3 – SETORES DE ATUAÇÃO DA EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI
 FONTE: A autora (2011)

Em relação à riqueza criada pelas organizações e à riqueza criada por empregado, apenas uma apresentou valor negativo (Fosfertil), mesmo assim a riqueza criada totalizou US\$ 9.439,4 milhões e a média foi de US\$ 849,5 milhões por empresa. A riqueza criada por empregado atingiu o valor de US\$ 1.499,7 mil e a média US\$ 136,3 mil por empresa. As empresas empregam um total de 84.244 funcionários, dando a média de 7.658 empregados por empresa. Os valores demonstram o impacto econômico e social das organizações.

As empresas que divulgam a PPLR na PI e que estão na relação das “150 Melhores Empresas para Você Trabalhar” estão relacionadas a seguir (Quadro 5):

Empresa	Consta na relação	Nota
1. Arcelor	Sim	79,1
2. CSN	Não	
3. Duratex	Não	
4. Fosfertil	Não	
5. Klabin	Não	
6. Localiza	Não	
7. Marcopolo	Não	
8. Natura	Não	
9. Suzano	Não	
10. TAM	Não	
11. Tupy	Não	

QUADRO 5 – EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI – MELHORES DE SE TRABALHAR
 FONTE: A autora (2011)

O quadro demonstra que das 11 maiores empresas que divulgam a PLR nas PI apenas a Arcelor Mittal está relacionada entre as “150 Melhores Empresas para Você Trabalhar”, portanto, mesmo estando entre as maiores empresas brasileiras e empregando mais de 80 mil funcionários, as empresas não são consideradas as melhores para se trabalhar.

A Revista Exame ainda traz a relação das “Melhores e Piores” empresas, classificadas entre vários quesitos (do 1º ao 20º lugar), as melhores empresas e as piores empresas no período de avaliação. Das empresas com publicação da PLR nas PI as empresas estão relacionadas a seguir (Quadro 6):

Empresa	A	C	D	F	K	L	M	N	S	T	T1
Maiores lucros	16º	5º								8º	
Maiores empregadores										18º	
Mais pagam salários										6º	
Mais rentáveis										4º	
Mais pagaram impostos	19º										
Maiores em patrimônio	12º										
Maiores receitas líquidas	14º									19º	
Maior liquidez geral	12º										
Mais criam riqueza		14º								19º	
Maiores p/ capital circ.		6º			8º						
Menos endividadadas	16º			13º							
Maiores prejuízos				10º							
Entraram no vermelho				4º							
Saíram do vermelho	7º				6º					1º	
Mais encolheram	3º			13º							18º

Legenda: A - Arcelor; C - CSN; D - Duratex; F - Fosfertil; K - Klabin; L - Localiza; M - Marcopolo; N - Natura; S - Suzano; T - Tam; T1 - Tupy.

QUADRO 6 – EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS PI: MELHORES E PIORES 2010
 FONTE: A autora (2011) – adaptado da Revista Exame Melhores e Maiores 2010

Desta relação seis (6) empresas, 54,55% (cinquenta e quatro virgula cinquenta e cinco), classificaram-se em pelo menos uma das avaliações e quatro (4) empresas, 45,45% (quarenta e cinco vírgula cinco por cento) não tiveram nenhuma classificação. As empresas que mais se destacaram entre as melhores foram:

a) **Arcelor Mittal**: maiores lucros (16º), mais pagaram impostos (19º), maiores em patrimônio (12º), maiores receitas líquidas (14º), maior liquidez geral (12º), menos endividadadas (16º), saíram do vermelho (7º) e como pior: as que mais encolheram (3º), apesar de que, o fato de “encolher” pode não ser um fator negativo, e sim, considerado uma estratégia empresarial para reformular suas estruturas para retomar o crescimento. Esta foi a empresa que mais apresentou itens na classificação, praticamente todos nos melhores e sendo a única empresa da relação que de melhor para se trabalhar.

b) **Tam**: maiores lucros (8º), maiores empregadores (18º), mais pagam salários (6º), mais rentáveis (4º), maiores receitas líquidas (19º), mais criam riqueza (19ª) e saíram do vermelho (1º). Somente classificação nos melhores, com classificações de melhor empresa empregadora e que mais pagam salários, destaca-se a relação com os colaboradores.

c) **CSN**: maiores lucros (5º), mais criam riquezas (14º), maiores por capital circulante (6º).

d) **Klabin**: maiores por capital circulante (8º), saíram do vermelho (6º).

Entre as Piores Empresas, das pesquisadas estão:

a) **Fosfértil**: menos endividadas (13º) fator positivo; maiores prejuízos (10º), entraram no vermelho (4º) e mais encolheram (13º) o que também pode ser um fator positivo.

b) **Tupy**: mais encolheram (18º) pode ser tanto fator negativo quanto positivo, dependendo da estratégia da empresa.

As empresas com destaque, além de estar entre maiores empresas brasileiras e que negociam ações na bolsa, também apropriam outros predicativos importantes demonstrando o sucesso alcançado.

4.2 ANÁLISE DAS DIVULGAÇÕES DA PLR NAS DVA

Na segunda etapa, em que foram levantadas as DVA das empresas da relação de pesquisa (124) a população teve uma redução de seis (6) empresas, pois três (3) não constavam na lista da B&MFBovespa: Arcelor Mittal, Fosfértil e Walmart; três (3) não continham DVA em suas publicações: Telefônica, Solvay e Varig, por ocasião do levantamento dos dados da pesquisa que ocorreu no mês de novembro de 2010, resultando 118 (cento e dezoito) empresas que atendem aos dois requisitos da pesquisa.

Considerando as empresas que não se enquadram no quesito DVA, duas divulgam a PLR em suas PI: Arcelor Mittal e Fosfértil. Portanto, neste caso, considerando assim as empresas que tem DVA para a análise (118 empresas), seriam apenas nove (9) empresas para a análise de conteúdo. Como a terceira etapa da pesquisa não pode ser concretizada pela incompatibilidade de empresas que divulgam a PLR nos *sites* com as que demonstram nas DVA, a análise de conteúdo considerou a totalidade listada no confronto inicial, ou seja, 124 (cento e vinte e quatro) empresas, e para a análise das demonstrações 118 (cento e dezoito). Portanto, esta etapa apresentou apenas quatro (4) empresas que demonstram a conta referente à PLR em suas DVA, conforme Quadro 7:

Empresa	Nomenclatura da Conta	Valor das receitas	Valor da distribuição	Percentual da distrib.	Variação
Cia Eletricidade Est. Bahia - COELBA	Participação nos lucros	2009 – R\$ 4.898.452 2008 – R\$ 4.634.181 2007 – R\$ 4.427.847	2009 – R\$ 33.631 2008 – R\$ 29.975 2007 – R\$ 30.858	0,69% 0,65% 0,70%	-0,01%
Cielo S.A.	Participação no resultado	2009 – R\$ 3.419.422 2008 – R\$ 3.263.535 2007 – R\$ 2.373.710	2009 - R\$ 21.922 2008 – R\$ 14.148 2007 – R\$ 9.983	0,64% 0,43% 0,42%	0,22%
Duke Energy Int.Ger. Parapanema S.A.	Participação nos resultados	2009 – R\$ 885.706 2008 – R\$ 833.692 2007 – R\$ 716.580	2009 – R\$ 1.798 2008 – R\$ 1.369 2007 – R\$ 1.093	0,20% 0,16% 0,15%	0,05%
Tegma Gestão Logística S.A.	Participação dos empregados nos lucros	2009 – R\$ 842.818 2008 – R\$ 774.823 2007 – R\$ 625.182	2009 – R\$ 1.737 2008 – R\$ 1.391 2007 – R\$ 990	0,21% 0,18% 0,16%	0,05%

QUADRO 7 – EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA

FONTE: A autora (2011)

Dois empresas apresentam a nomenclatura como distribuição de lucros e duas de resultados, o que pode representar a participação no lucro operacional. Como o caso da Cielo que teve o maior aumento do período de 2007 para 2009, expressivos 0,22%, quando as demais ou baixaram e voltaram próximo ao mesmo valor -0,01% (COELBA); ou aumentaram 0,05% (Duke e Tegma). A Cielo apresentou maior aumento em termos percentuais, o destaque em relação às demais é provavelmente em consequência do bom desempenho comprovado no Quadro 10, em que a empresa está listada entre as mais rentáveis, com maiores lucros e maiores riquezas criadas por empregados. Também é a única empresa, das que divulgam a PLR em suas DVA, que é classificada como melhor de se trabalhar (Quadro 9).

Para formar o perfil das organizações que divulgam a PLR em suas DVA, apresentam-se as seguintes informações (Quadro 8):

Empresa	Classificação	Setor	Riqueza criada (em US\$ milhões)	Nº de empregados	Riqueza criada por empregado (em US\$ mil)
1.Cia Eletricidade Est. Bahia -COELBA	76	Energia	1 611,7	2 550	620,4
2.Cielo S.A.	101	Serviços	1 540,4	1 089	1 396,5
3.Duke Energy Int.Ge Parapanema S.A.	441	Energia	330,4	293	1 106,8
4.Tegma Gestão Logística S.A.	445	Transporte	146,5	1 545	96,1

QUADRO 8 – PERFIL DAS EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA

FONTE: A autora- adaptado da Revista Exame Melhores e Maiores 2010.

As empresas que divulgam a PLR em suas DVA estão classificadas entre o 76º lugar e o 445º lugar, uma (1) está entre as 100 maiores, uma (1) até 200 e duas (2) entre as 400 maiores empresas. Estão distribuídas na classificação no *ranking* das maiores empresas.

Quanto aos setores da atuação, as empresas estão dispostas em três (3) grupos: duas (2) no setor de energia, uma (1) transporte e uma (1) serviços. Considerando a quantidade de empresas analisadas, apresentam-se diversificados.

A riqueza criada pelo grupo de empresas totalizou US\$ 3.631 milhões, resultando a média US\$ 907,7 mil por empresa. A riqueza criada por empregado somou US\$ 3.219,8 milhões, média de US\$ 804,9 mil, com um total de 5.477 funcionários e média de 1.369 empregados por empresa.

As empresas que divulgam a participação em suas DVA e estão entre as melhores de se trabalhar estão relacionadas a seguir (Quadro 9):

Empresa	Consta na relação	Nota
1. COELBA	Não	
2. Cielo	Sim	75,1
3. Duke	Não	
4. Tegma	Não	

QUADRO 9 – EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NAS DVA – MELHORES DE SE TRABALHAR

FONTE: A autora (2011)

Das quatro empresas que demonstram a PLR nas DVA, apenas a Cielo, ou seja, uma está entre as melhores empresas de se trabalhar.

A classificação entre as melhores e piores apresenta o seguinte resultado (Quadro 10):

Empresas	Coelba	Cielo	Duke	Tegma
Maiores lucros		7º		
Mais rentáveis		1º		
Riquezas criadas por empregado		10º	15º	

QUADRO 10 – EMPRESAS QUE DIVULGAM A PLR NA DVA – MELHORES E PIORES

FONTE: A autora (2011)

Quanto à classificação entre as melhores e as piores empresas, as empresas que divulgam a PLR nas DVA, duas (2) não apresentam nenhuma classificação: Coelba e Tegma; e duas (2) das quatro (4) apresentam quesitos de melhores. A

Cielo está entre as mais rentáveis (1º), maiores lucros (7º) e maiores riquezas criadas por empregado (10º); já a Duke está apenas entre as de maiores riquezas criadas por empregado (15º).

Destaque para a Cielo que está despontando entre as empresas que distribuem resultados a seus funcionários, aumento de 0,22% no percentual analisado. Refletindo os destaques de: primeiro lugar como a mais rentável, sétimo lugar como maiores lucros e décimo lugar como maiores riquezas criadas por funcionários.

4.3 ANÁLISE DA ADERÊNCIA

A terceira etapa da pesquisa, a da aderência entre o discurso (empresas que dizem que fazem a distribuição – divulgam a PLR em suas PI) e a prática (empresas que fazem – divulgam a PLR nas suas DVA) não foi executada, pois as empresas do discurso não são as mesmas da prática.

Assim, identificou-se 11 empresas que divulgam a PLR em suas PI (Arcelor Mittal, CSN, Duratex, Fosfertil, Localiza, Marcopolo, Natura, Suzano, Tam e Tupy) e quatro (4) empresas que divulgam a PLR nas DVA (Coelba, Cielo, Duke e Tegma) representando amostra diversa na primeira e na segunda etapa inviabilizando a consecução da terceira etapa que seria a análise da aderência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um novo, dinâmico e turbulento cenário se apresenta para as organizações, ou seja, captar, compreender e sintonizar as tendências atuais e as que estão se delineando para o futuro é vital para as organizações, considerando que são sistemas abertos que interagem com o ambiente. Trabalhar em sintonia com as mudanças, alinhando as forças das organizações com as tendências de mudanças do meio ambiente, pode ser um diferencial competitivo. Portanto, compreender as transformações e analisar as informações, leva a abstrair o processo de transformação ao longo do tempo e formular questões estratégicas relevantes.

As tecnologias são propulsoras e contribuem para superar um dos desafios das organizações que é o da capacidade de reagir de forma ágil, dando respostas rápidas às necessidades de mudanças do mercado e ao ambiente empresarial global em contínua mutação, onde o excesso de análises e lentidão nas decisões podem ser tão prejudiciais ou onerosas quanto às decisões incorretas.

A era da informação está entrando em uma nova etapa da era digital, onde a informação é tratada como um produto de consumo. Um novo paradigma de tecnologia ocorre paralelamente a outras mudanças, sendo que o sistema de informação atingiu a maturidade, tornou-se economicamente viável e tangível, gerando informações para tomada de decisão para os diversos usuários que estão mais exigentes com relação à qualidade e à utilidade da informação.

A contabilidade gerencial inserida neste contexto está sofrendo estas mudanças, torna-se imprescindível refletir e tomar uma postura frente a esses novos desafios em que informações oportunas, pertinentes e precisas sobre a economia e o desempenho das empresas são cruciais ao sucesso organizacional.

Assim, a gestão estratégica de pessoas potencializa o recurso humano, tornando-o fator mais importante dentro da organização, considerando que os demais recursos são inúteis sem este. Os colaboradores são essenciais neste processo. Para tanto, os princípios, os objetivos e as metas devem estar alinhados com os interesses das partes envolvidas no processo. A motivação entra como fator decisivo do envolvimento e comprometimento dos funcionários. Os instrumentos de motivação estão relacionados à remuneração e às demais necessidades dos indivíduos tais como: o ambiente de trabalho, as oportunidades de ascensão e os benefícios recebidos. A PLR é uma das modalidades de remuneração variável de

curto prazo e hoje obrigatória no nosso país, considerada uma ferramenta gerencial estratégica para as organizações.

A aplicação prática destes conceitos é investigada neste trabalho que procurou verificar a aderência entre o discurso e a prática das organizações em relação à PLR para seus colaboradores. O universo é representado pelas maiores empresas brasileiras relacionadas na Revista Exame edição 2010 e com ações na BM&FBovespa. Os resultados da pesquisa estão evidenciados em pressupostos:

a) Quanto ao volume da divulgação realizado nas PI observa-se que apenas 8,7% (oito vírgula sete por cento) das empresas, ou seja, 11 (onze) de um universo de 127 organizações apresentam a PLR no conteúdo de seus *sites*.

Todas as empresas que divulgam a PLR utilizam a modalidade “resultado” em suas expressões: Programa de Participação nos Lucros ou Resultados (PPLR), Programa de Participação nos Resultados (PPR), Participação nos Lucros ou Resultado (PLR) e PR (Participação nos Resultados).

Os ícones de divulgação nas PI remetem para: Recursos Humanos (5), Gestão (3) e Valores (3), sendo que estes remetem, em sua maioria, para Remuneração e/ou Benefício, consideram a PLR como remuneração ou benefício ao trabalhador. A grande parte das empresas, ou seja, 81,8% (oitenta e um vírgula oito por cento) estão entre as 300 maiores empresas situadas no Brasil e estão distribuídas em sete setores de atividades: siderurgia (3), papel e celulose (2), transporte (1), indústria da construção (1), química e petroquímica (1), automobilística (1) e bens de consumo (1). Constata-se que não há concentração em um setor específico. A criação de valor destas empresas representa US\$ 9.439,4 milhões, demonstrando o forte impacto econômico e social das organizações.

Apesar das empresas pertencerem ao grupo das maiores empresas e de empregarem mais de 80 mil funcionários, não são consideradas “as melhores empresas para se trabalhar”, apenas uma empresa atende a esse requisito, na classificação das “150 Melhores Empresas para Você Trabalhar”.

Na classificação das “Melhores e Piores 2010”, seis empresas têm pelo menos uma classificação, sendo que a Arcelor Mittal alcançou nove (9) classificações e a Tam, sete (7) classificações, que estão entre as melhores colocações.

b) Com relação à evidenciação das DVA: do universo pesquisado (124 empresas) três não estavam mais no site da bolsa instabilidade dos sites, três não

tinham a DVA na relação das demonstrações financeiras, apesar da obrigatoriedade. Portanto 118 empresas apenas quatro (4) destacam a PLR em suas demonstrações.

Destas supracitadas, duas empresas usam a nomenclatura distribuição de lucros e duas de resultados. A Cielo apresentou uma variação média percentual de 0,22% de aumento em relação a receitas do período (2007 a 2009) no valor distribuído relativo à PLR, a empresa possui boas classificações nas “Melhores e Piores) e é a única empresa, deste grupo, que consta na relação das melhores empresas de se trabalhar e com três (3) classificações nas “Melhores e Piores 2010”. Estão distribuídas em três setores energia (2), transporte (1) e serviços (1), com riqueza criada de US\$ 3.631 milhões.

c) Os dois grupos analisados, das empresas que divulgam sua política nas PI e das que divulgam na DVA, são constituídos por empresas diferentes, inviabilizou a análise da aderência, desta forma comprovou a não existência da aderência entre a política divulgada nas PI e os números da DVA no que diz respeito à participação dos colaboradores na riqueza gerada pelas organizações.

Portanto, diante do exposto, os resultados são surpreendentes haja vista que, após realizar todos os procedimentos elencados e estruturados no trabalho, seguindo o planejamento estabelecido, realizando as etapas do roteiro, os resultados podem ser assim resumidos:

a) As corporações que se preocupam em criar e manter uma imagem de amiga de seus colaboradores representam apenas 8,87% (oito vírgula oitenta e sete por cento) das empresas pesquisadas, a maioria, 91,13% (noventa e um vírgula treze por cento) dispensam a oportunidade de construir sua imagem perante o público e demonstra a desconsideração para com seus colaboradores atuais, bem como dos futuros profissionais;

b) Das que o fazem 11 (onze) empresas não demonstram a participação dos colaboradores nos lucros e/ou resultados na DVA, o que comprovaria sua coerência entre o discurso e a prática. Porém, demonstram estar preocupadas em divulgar a ferramenta gerencial (PLR) como um atrativo positivo em suas PI;

c) Quatro empresas, ou seja, 3,39% destacam a conta referente à participação dos colaboradores nos lucros ou resultados, mas não se preocupam em divulgar isso. O que comprova o primeiro resultado, ou seja, não se preocupam com a sua imagem, ou não acham interessante a publicação da participação. Apesar da exigência legal da apresentação da DVA, a maioria das empresas, 96,61% não

destaca a PLR em suas demonstrações e, considerando a obrigatoriedade da participação dos colaboradores, possivelmente os respectivos valores devem estar agrupados em outras contas, como benefícios.

A preocupação com a imagem de “amiga” de seus colaboradores não está entre as prioridades das empresas pesquisadas, o discurso e a prática ainda estão dissociados.

Portanto, a resposta para a questão de pesquisa deste estudo é: A política relativa aos colaboradores, enunciada pelas maiores empresas brasileiras e que negociam ações na Bovespa, não encontra aderência na sua atuação em relação à distribuição de resultados conforme a DVA.

Cumpridas as etapas da pesquisa, cabe considerar que as empresas parecem ainda não ter despertado para a utilização das ferramentas de gestão estratégicas disponíveis e que o discurso ainda não concomita com a prática, comprovando a dissociação.

Após tantos anos da publicação da Lei no. 10.101/2000, ou seja, já se passaram dez anos, das evidências e estudos favoráveis para sua utilização, percebe-se, ainda, a cautela por parte de gestores na adoção ou, pelo menos, na divulgação de sua adoção.

As empresas analisadas apresentam um perfil positivo em relação à criação de riquezas e à criação de riquezas para seus colaboradores; empregam um número significativo de pessoas e as empresa que, efetivamente, distribuem a riqueza, estão aumentando seus percentuais de participação. Portanto o impacto econômico e social é expressivo.

Outro aspecto a ser considerado é a instabilidade dos conteúdos apresentados nos *sites* das PI. As empresas não estão preocupadas com as informações divulgadas, as mudanças parecem constantes e sem responsabilidade com seus *stakeholders*. Dispensam a oportunidade de bem utilizar um excelente e abrangente meio de comunicação.

Recomenda-se para futuras pesquisas, verificar a utilização dos PPLR junto às organizações, a fim de confrontar com o resultado desta pesquisa; a visão dos gestores com relação à imagem publicada das organizações e os motivos para não fazerem divulgação dos PPLR.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, P. R. O Brasil como ator regional e como emergente global Estratégias de políticas externa e impacto na nova ordem internacional. Revista **Cena Internacional**. Brasília: UnB – IREL, vol. 9, n. 1, 2007, p. 7 – 36.

ATKINSON, A. A.; BANKER, R. D.; KAPLAN, R. S.; YOUNG, S. M. **Contabilidade gerencial**. Trad.: André O. M. C. Castro. São Paulo: Atlas, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad.: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, C. M. E.; TEODORO, J. D.; ESPEJO, M. M. S. B. **Participação nos lucros ou resultados (PLR):** perspectivas do estado da arte. 2011. No prelo.

BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2006.

CARAVANTES, G. R.; PANNON, C. C.; KLOECKNER, M. C. **Gestão estratégica de resultados: construindo o futuro**. Porto Alegre: Age, 2004.

CATELLI, A. (coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON**. 2. ed. 7 reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

CERVO, A. L.; BREVIAN, P. A. **Metodologia Científica** 4. ed. São Paulo: Makron Boks, 1996.

COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S.; **O planejamento pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Tradução: Sandra Regina Netz. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DUARTE, J.; BARROS, A. (organizadores) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ESPEJO, M. M. dos S. B. **Perfil dos Atributos do Sistema Orçamentário sob a Perspectiva Contingencial**: uma Abordagem Multivariada. São Paulo, 2008. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo.

ESPEJO, M. M. dos S. B.; CRUZ, A. P. C. da; COSTA, F.; ALMEIDA, L. B. de. Uma análise crítico-reflexiva da adoção dos artefatos de Contabilidade Gerencial sob uma lente alternativa – a Contribuição de Abordagens Organizacionais. **Revista de Contabilidade e Organizações – RCO**. FEARP/USP, v. 3, n. 5, p. 25–43. Jan/Abr. 2009.

EXAME, **Melhores e Maiores**. São Paulo: Abril, Jul. 2010.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERNANDES, B. H. R.; BERTON, L. H. **Administração estratégica**: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005.

FIGUEIREDO, S.; CAGGIANO, P. C. **Controladoria**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Trad.: Sandra Netz. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. Reimpressão 2005.

GUERREIRO, R. **Modelo conceitual de sistema de informação de gestão econômica**: uma contribuição à teoria da comunicação da contabilidade. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) – FEA, São Paulo: Universidade Estadual de São Paulo, 1989.

HAIR JÚNIOR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Trad.: Lene B. Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAMPTON, D. R. **Administração contemporânea**. Tradução: Lauro S. Blandy e Antonio C. A. Maximiano. 3. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **metodologia do trabalho científico**. São Paulo Atlas: 1992.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LUNKES, R. J.; SCHNORRENBARGER, D. **Controladoria na coordenação dos sistemas de gestão**. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, E. A.; et all. Destinação de riqueza aos empregados no Brasil: comparação entre empresas estatais e privadas do setor elétrico (2004-2007). **Revista Contabilidade & Finanças**. USP, São Paulo, v. 20, n. 50, p.110-122. maio/agosto 2009.

MCLAGAN, P.; NEL, C. **A nova era da participação**: o desafio de emocionar e envolver pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MASCARENHAS, A. O. **Gestão estratégica de pessoas** evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MINTZBERG, H.; QUINN, J.B. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

NAKAGAWA, M. **Introdução à controladoria**: conceitos, sistemas, implementação. São Paulo: Atlas, 1993.

OLIVEIRA, A. B. S. (Coordenador). **Métodos e técnicas de pesquisa em Contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial**: um enfoque em sistema de informação contábil. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PADOVEZE, C. L. **Controladoria estratégica e operacional**. São Paulo: Atlas, 2003.

PARISI, C.; MEGLIORINI, E. (Org.) **Contabilidade gerencial**. São Paulo: Atlas, 2011.

PEREZ JUNIOR, J. H.; PESTANA, A. O.; FRANCO, S. P. C. **Controladoria de gestão** teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

ROSA, F. D. **Participação nos lucros ou resultados**: a grande vantagem competitiva: como pessoas motivadas podem potencializar resultados e contribuir para a redução de custos das empresas. 3. ed. São Paulo: IOB – Thomson, 2006.

SALOMON, D.V. **Como fazer uma monografia**. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SOUTES, D. O. **Uma investigação do uso de artefatos da contabilidade gerencial por empresas brasileiras**. Dissertação (Mestrado) – USP, São Paulo, 2006.

SOUZA, L. C. **Controladoria aplica aos pequenos negócios**. Curitiba: Jarua Editora, 2008.

SOUZA, M. A.; LISBOA, L. P.; ROCHA, W. Práticas de Contabilidade Gerencial adotadas por subsidiárias brasileiras de empresas multinacionais. **Revista Contabilidade & Finanças – USP**, São Paulo, n. 32, p. 40-57, maio/agosto 2003.

TACHIZAWA, T.; REZENDE, W. **Estratégia empresarial**: tendências e desafios – um enfoque na realidade brasileira. São Paulo: Maron Books, 2000.

TINOCO, J. E. P. Contribuição ao estudo da Mensuração, avaliação e evidenciação de recursos humanos. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, São Paulo, Edição Comemorativa, p. 66–78, outubro/2003.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa na educação. São Paulo: Atlas, 2007. UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Sistemas de Bibliotecas**. Projetos. Curitiba: Editora UFPR, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

XAVIER, P. R.; SILVA, M. O.; NAKAHARA, J. M. **Remuneração variável**: quando os resultados falam mais alto. São Paulo: Makros Books, 1999.

WOOD JUNIOR, T.; PICARELLI FILHO, V. **Remuneração estratégica**: a nova vantagem competitiva. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

APÉNDICE

APÊNDICE

LISTA DAS EMPRESAS BMF&BOVESPA / 500 MELHORES E MAIORES (ordem alfabética)

Razão Social	Nome Pregão	Classificação Melhores e Maiores
1 Aços Villares S.A.	Aços Vill	219
2 AES Sul Dtrib. Gaúcha de Energia S.A.	AES Sul	172
3 AES Tietê S.A.	AES Tietê	233
4 Agrenco LTD.	Agrenco	302
5 ALL América Latina Logistica Malha Norte S.A	ALL Norte	362
6 Americel S.A (Claro)	Americel	121
7 Amil Participações S.A	Amil	113
8 Ampla Energia e Serviços S.A	Ampla Energ	85
9 Anhanguera Educacional Participações S.A	Anhanguera	389
10 Arcelor Mittal	Arcelor	19
11 B2W-Companhia Global do Varejo	B2W Varejo	77
12 Bandeirante Energia S.A	EBE	117
13 BMFBOVESPA S.A Bolsa de Valores Merc Fut	BMFBOVESPA	252
14 Bombril S.A	Bombril	364
15 Brasil Telecom S.A	Brasil Telec	17
16 Braskem S.A	Braskem	14
17 BRF-Brasil Foods S.A	BRF Foods	36
18 Camargo Correa Cimentos S.A	Camargo Cim	254
19 CEMIG Distribuição S.A	CEMIG Dist	35
20 CEMIG Geração e Transmissão S.A	CEMIG GT	82
21 Centrais Elet Bras S.A-Eletronbras	Eletronbras	51
22 Centrais Elet de Santa Catarina S.A	CELESC	72
23 Centrais Elet do Pará S.A-CELPA	CELPA	189
24 Centrais Elet Matogrossenses S.A-CEMAT	CEMAT	179
25 Cia Bebidas das Americas-AMBEV	AMBEV	5
26 Cia Brasileira de Distribuição	P.Açucar-CBD	16
27 Cia Distrib de Gás do Rio de Janeiro-CEG	CEG	177
28 Cia Eletricidade Est da Bahia-COELBA	COELBA	76
29 Cia Energetica de Brasília	CEB	267
30 Cia Energetica de Pernambuco-CELPE	CELPE	102
31 Cia Energetica do Ceara-COELCE	COELCE	132
32 Cia Enegetica do Maranhão-CEMAR	CEMAR	260
33 Cia Energetica do Rio Gde Norte-COSERN	COSERN	327
34 Cia Estadual de Distrib Ener Elet-CEEE-D	CEEE-D	167
35 Cia Estadual Ger. Trans. Ener. Elet-CEEE-GT	CEEE-GT	495
36 Cia Gas de São Paulo-COMGAS	COMGAS	74
37 Cia Hering	Cia Hering	450
38 Cia Panaraense de Energia-COPEL	COPEL	52
39 Cia Paulista de Força e Luz	Paul F Luz	47
40 Cia Piratininga de Força e Luz	CPFL Piratin	126
41 Cia de Saneamento Básico Est São Paulo	SABESP	48
42 Cia Saneamento de Minas Gerais-COPASA MG	COPASA	108
43 Cia Saneamento do Paraná-SANEPAR	SANEPAR	283
44 Cia Siderurgica Nacional	SID Nacional	32
45 Cia Telecomunicações do Brasil Cental	CTBC TELECOM	399
46 Cielo S.A	Cielo	101
47 Concessionaria Rodovia Pres. Dutra S.A	NOVADUTRA	479
48 CONFAB Industrial S.A	CONFAB	163
49 CONTAX Participações S.A	CONTAX	170

50	COSAN S.A Industria e Comercio	COSAN	34
51	CPFL Energia S.A	CPFL Energia	221
52	Diagnosticos da América S.A	DASA	407
53	DIMED S.A Distribuidora de Medicamentos	DIMED	352
54	DROGASIL S.A	DROGASIL	231
55	Duke Energy Int. Ger. Paranapanema S.A	GER PARANAP	441
56	DURATEX S.A	DURATEX	228
57	Elektro-Eletricidade e Serviços S.A	Elektro	94
58	EMBRAER-Empresa Bras de Aeronautica S.A	EMBRAER	39
59	EMBRATEL Participações S.A	EMBRATEL PAR	24
60	Empresa Energ Mato Gros. Sul S.A-ENERSUL	ENERSUL	307
61	Espirito Santo Centr. Eletr. S.A-ESCELSA	ESCELSA	175
62	Ferrovía Centro-Atlantica S.A	FER C ATLANT	472
63	Fertilizantes Fosfatados S.A-FOSFERTIL	FOSFERTIL	323
64	Fertilizantes Heringer S.A	FER HERINGER	119
65	Fibria Celulose S.A	Fibria	164
66	Gafisa S.A	Gafisa	340
67	Gerdau S.A	Gerdau	41
68	Globex Utilidades S.A	Globex	90
69	Grendene S.A	Grendene	232
70	Guararapes Confecções S.A	Guararapes	447
71	Hypermarcas S.A	Hypermarcas	156
72	lochpe Maxion S.A	lochp-Maxion	329
73	ITAUTEC S.A- Grupo ITAUTEC	ITAUTEC	282
74	J. Macedo S.A	J.Macedo	310
75	JBS S.A	JBS	61
76	JOSAPAR-Joaquim Oliveira S.A-Particip	JOSAPAR	491
77	Julio Simões Logística S.A	Julio Simões	281
78	Klabin S.A	Klabin S/A	103
79	Light Serviços de Eletricidade S.A	Light	42
80	Localiza Rent a Car S.A	Localiza	334
81	Lojas Americanas S.A	Lojas Americ	65
82	Lojas Renner S.A	lojas Renner	129
83	M. Dias Branco S.A Ind Com de Alimentos	M. DIASBRANCO	251
84	Magnesita Refratarios S.A	Magnesita S.A	317
85	Mahle-Metal Leve S.A	Metal Leve	273
86	Marcopolo S.A	Marcopolo	244
87	Marfrig Alimentos S/A	Marfrig	137
88	Marisa Lojas S.A	Lojas Marisa	192
89	Mendes Junior Engenharia S.A	Mendes Jr	301
90	Minerva S.A	Minerva	152
91	MRS Logística S.A	MRS Logist	159
92	MRV Engenharia e Participações S.A	MRV	431
93	Natura Cosméticos S.A	Natura	68
94	Petroleo Brasileiro S.A PETROBRAS	PETROBRAS	1
95	Positivo Informatica S.A	Positivo Inf	165
96	Profarma Distrib Prod Farmaceuticos S.A	Profarma	130
97	Quattor Petroquimica S.A	Quattor Petr	161
98	Randon S.A Implementos e Participações	Randon Part	333
99	Redecard S.A	Redecard	153
100	Rio Grande Energia S.A	Rio Gde Ener	136
101	Santher Fab de Papel Sta Therezinha S.A	Santher	397
102	São Paulo Alpargatas S.A	Alpargatas	241
103	Solvay Indupa S.A.I.C	Solvayindupa	406

104	Souza Cruz S.A	Souza Cruz	29
105	Suzano Papel e Celulose S.A	Suzano Papel	91
106	Tam S.A	Tam S/A	37
107	Tegma Gestão Logística S.A	Tegma	445
108	Tele Norte Leste Participações S.A	TELEMAR	11
109	Telefonica S.A	Telefonica	9
110	Tim Participações S.A	Tim Part S/A	12
111	Tivit Terc. De Proc., Serv e Tec. S.A	Tivit	393
112	TOTVS S.A	TOTVS	465
113	Tractebel Energia S.A	Tractebel	125
114	Tupy S.A	Tupy	295
115	Universo Online S.A	UOL	458
116	Usinas Sid de Minas Gerais S.A-USIMINAS	USIMINAS	30
117	Vale S.A	Vale	4
118	Varig Partic Em Transportes Aereos S.A	VARIG TRANSP	58
119	Vicunha Textil S.A	Vicunha Text	315
120	Vivo Participações S.A	Vivo	10
121	Wal Mart Stores INC	Wal Mart	18
122	Weg S.A	Weg	104
123	Whirlpool S.A	Whirlpool	54
124	Yara Brasil Fertilizantes S.A	Yara Brasil	183

ANEXOS

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009	ORDEM 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO		
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	
1	1	Petrobras ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	102 830,7	-20,5	13 397,1	16 835,2	96 289,4	94 118,5	3,1
2	2	BR Distribuidora ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Atacado	39 494,5	-2,3	789,6	839,5	4 569,4	4 518,7	7,5
3	4	Volkswagen ² , São Bernardo do Campo, SP	Autoindústria	16 005,2	NA	NI	NI	NI	NI	NA
4	3	Vale ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Mineração	15 975,6	-25,4	5 505,7	5 886,2	55 877,2	54 983,3	9,9
5	6	AmBev ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	15 723,5	-0,1	2 400,5	3 422,9	11 148,0	11 051,6	7,4
6	5	Fiat ^{2,6} , Betim, MG	Autoindústria	15 537,1	-3,1	951,2	947,4	721,9	680,5	5,1
7	10	Carrefour ¹ , São Paulo, SP	Varejo	13 583,8	NA	NI	NI	NI	NI	NA
8	8	Shell ² , Rio de Janeiro, RJ	Atacado	12 933,9	NA	NI	NI	NI	NI	NA
9	12	Telefônica ^{2,6} , São Paulo, SP	Telecomunicações	12 536,2	-7,2	1 254,0	1 248,0	5 980,5	5 776,1	1,1
10	14	Vivo ^{2,6,8} , Londrina, PR	Telecomunicações	11 980,3	-3,0	637,7	612,7	4 295,4	4 124,8	2,6
11	13	Telemar ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Telecomunicações	11 792,2	-7,9	-415,9	-341,6	5 574,4	5 415,0	7,5
12	20	TIM Celular ^{3,6} , São Paulo, SP	Telecomunicações	11 382,8	30,5	141,6	138,8	4 689,9	4 503,0	3,0
13	7	General Motors ¹ , São Caetano do Sul, SP	Autoindústria	11 319,0	NA	NI	NI	NI	NI	NA
14	16	Braskem ^{2,6} , Camaçari, BA	Química e Petroquímica	10 484,5	-0,2	891,5	526,8	2 957,2	2 730,3	30,1
15	9	Bunge Alimentos ^{2,6,8} , Gaspar, SC	Bens de Consumo	9 747,2	-13,7	51,2	69,4	1 454,0	1 408,2	3,5
16	17	Pão de Açúcar ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Varejo	9 349,2	4,2	250,8	339,8	3 853,8	3 767,2	4,4
17	18	Brasil Telecom ^{2,6} , Brasília, DF	Telecomunicações	8 878,3	-0,8	-920,0	-656,3	6 456,6	6 372,0	2,2
18	15	Walmart ^{1,8} , Barueri, SP	Varejo	8 622,2	NA	NI	NI	NI	NI	NA
19	25	ArcelorMittal Brasil ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Siderurgia e Metalurgia	8 573,8	2,8	756,9	1 567,1	6 955,5	6 640,6	9,0
20	27	Ipiranga Produtos ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Atacado	8 530,4	-5,3	14,0	42,7	1 573,1	1 568,4	0,8
21	22	Ford ¹ , São Bernardo do Campo, SP	Autoindústria	8 431,3	NA	NI	NI	NI	NI	NA
22	19	Cargill ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	8 406,4	-3,3	281,1	186,8	267,7	245,9	NA
23	24	Casas Bahia ¹ , São Caetano do Sul, SP	Varejo	8 042,6	NA	NI	NI	NI	NI	NA
24	29	Embratel ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Telecomunicações	7 988,7	2,1	653,1	606,8	4 837,1	4 698,6	13,1
25	28	Claro ^{2,6} , São Paulo, SP	Telecomunicações	7 946,2	0,3	283,3	905,7	5 067,1	4 867,0	5,5
26	31	AES Eletropaulo ^{2,6,8,8} , São Paulo, SP	Energia	7 394,3	1,2	635,0	610,6	2 355,2	2 215,4	21,3
27	26	Refap ^{2,6,8} , Canoas, RS	Química e Petroquímica	7 391,7	-11,2	727,6	631,3	834,8	764,7	87,2
28	36	E.C.T. ² , Brasília, DF	Serviços	7 274,3	NA	NI	NI	NI	NI	NA
29	34	Souza Cruz ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Bens de Consumo	7 082,6	3,9	755,7	831,0	1 226,3	1 211,3	5,9
30	32	Usiminas ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Siderurgia e Metalurgia	6 730,8	-5,7	531,4	748,4	8 887,0	8 764,1	5,8
31	33	Sadia ^{3,6} , Concórdia, SC	Bens de Consumo	6 495,7	-7,3	302,7	195,0	451,6	373,6	NA
32	21	CSN ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Siderurgia e Metalurgia	6 387,6	-25,9	1 101,4	1 475,2	3 327,2	3 195,9	25,2
33	23	Mercedes-Benz ² , São Bernardo do Campo, SP	Autoindústria	6 361,7	NA	NI	NI	NI	NI	NA
34	39	Cosan CL ^{2,7} , Rio de Janeiro, RJ	Atacado	6 094,1	NA	NI	NI	NI	NI	NA
35	41	Cemig Distribuição ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Energia	6 007,8	-3,6	180,8	194,2	3 019,5	2 933,2	5,8
36	224	BRF ^{2,6,8} , Itajaí, SC	Bens de Consumo	5 992,9	NA	-94,8	55,2	7 600,0	7 560,4	1,2
37	37	TAM ^{2,6} , São Paulo, SP	Transporte	5 898,3	-11,7	936,9	766,8	1 074,3	935,7	7,9
38	52	Oi - TNL PCS ² , Rio de Janeiro, RJ	Telecomunicações	5 886,5	NA	NI	NI	NI	NI	NA
39	38	Embraer ^{2,6,8} , São José dos Campos, SP	Autoindústria	5 473,1	-18,0	161,4	511,3	2 963,6	2 911,3	5,2
40	44	Toyota ¹ , São Bernardo do Campo, SP	Autoindústria	5 427,1	NA	NI	NI	NI	NI	NA
41	30	Gerdau Aços Longos ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Siderurgia e Metalurgia	5 217,6	-30,5	805,1	845,3	3 416,7	3 348,0	21,9
42	48	Light Sesa ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	4 854,1	-1,1	287,0	303,5	1 644,1	1 572,4	14,5
43	47	Honda Automóveis ² , Sumaré, SP	Autoindústria	4 851,1	NA	NI	NI	NI	NI	NA
44	40	Unilever ^{1,8} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	4 684,1	NA	NI	NI	NI	NI	NA
45	42	Moto Honda ² , Manaus, AM	Autoindústria	4 434,7	NA	NI	NI	NI	NI	NA
46	126	AmBev Bebidas ^{2,6} , Jaguariúna, SP	Bens de Consumo	4 328,4	NA	434,1	416,4	429,8	422,8	59,2
47	56	CPFL - Paulista ^{2,6,8,8} , Campinas, SP	Energia	4 303,0	3,6	293,7	263,0	684,4	641,6	31,0
48	54	Sabesp ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	4 236,9	-0,4	905,8	789,0	6 357,6	6 046,2	13,8
49	61	Ale ^{2,6,8} , Natal, RN	Atacado	4 068,8	7,6	18,9	17,3	77,1	73,5	24,2
50	81	Copersucar-Cooperativa ^{2,7} , São Paulo, SP	Energia	4 047,3	38,5	1,3	-0,3	59,8	56,1	0,8

1. Venda e
7. Data do
Obs: as ar

12º TIM CELULAR

A empresa faturou 11,3 bilhões de dólares, ou 30,5% mais que em 2008

90%

da receita da Embraer foi obtida com exportações, o equivalente a 4,9 bilhões de dólares

SUSTENTABILIDADE			CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)	ENDIVIDAMENTO		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO		CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEN 2009
LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)	GERAL (em %)			LONGO PRAZO (em %)	VALOR (em US\$ milhões)							% DAS VENDAS			
13,3	17,0	13,0	-13 231,2	0,83	47,7	22,4	62 586,7	55 802	1 127,7	5 872,2	24 320,4	25 593,8	15 589,2	15,2	Estatal	1
14,3	15,3	2,0	1 934,1	1,75	38,6	11,2	6 996,4	4 346	1 774,2	367,1	7 264,7	1 163,0	518,8	1,3	Estatal	2
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	21 524	NI	1 373,4	3 500,6	NI	1 673,6	10,5	Alemão	3
9,5	10,3	34,5	-939,0	0,32	39,9	29,8	7 090,2	40 101	181,8	1 320,7	500,6	7 734,9	12 644,1	79,1	Brasileiro	4
18,4	26,4	15,3	-842,4	0,62	43,4	19,5	7 604,7	19 264	400,7	661,5	5 200,0	2 432,1	10,0	0,1	Belga	5
7,0	58,2	6,1	-74,5	0,77	87,1	44,5	3 877,0	14 231	273,7	453,0	3 401,6	1 659,4	973,5	6,3	Italiano	6
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	71 890	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Francês	7
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Anglo-holan.	8
7,1	17,5	10,0	-526,0	0,80	49,5	13,9	5 950,2	5 675	1 053,9	369,9	3 077,3	3 230,5	-	-	Espanhol	9
2,6	12,6	5,3	-161,0	0,84	54,9	18,6	4 745,0	8 267	673,4	331,4	2 469,3	2 593,2	-	-	Luso-espan.	10
7,5	-6,3	-3,5	-860,1	0,34	76,9	53,5	4 721,1	NI	NI	358,7	3 202,2	2 270,0	-	-	Brasileiro	11
3,0	3,0	1,2	667,6	0,82	52,0	20,2	3 564,5	NI	NI	NI	2 413,3	1 987,4	NI	NI	Italiano	12
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	13
30,1	19,3	8,5	-316,5	0,52	76,7	46,1	1 655,9	4 572	354,4	384,9	2 052,4	1 355,6	2 419,7	23,1	Brasileiro	14
3,5	4,9	0,5	-1 206,2	0,91	72,8	13,4	5 209,9	5 210	98,3	173,5	467,4	-244,7	5 303,9	54,4	Holandês	15
6,4	8,8	2,7	855,7	0,87	50,4	27,1	2 230,0	54 069	42,4	708,8	1 016,0	684,6	-	-	Franco-brasil.	16
4,2	-10,3	-10,4	-227,0	1,11	47,0	27,1	2 197,6	NI	NI	244,7	2 041,4	1 965,4	-	-	Brasileiro	17
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	79 801	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	18
9,0	19,4	8,8	-1 034,2	0,54	52,1	30,3	1 522,0	9 087	162,3	359,0	1 473,4	1 609,1	2 059,7	24,0	Anglo-indiano	19
0,8	2,6	0,2	920,7	1,06	58,3	31,2	NI	1 939	NI	60,7	267,3	99,9	2,1	0,0	Brasileiro	20
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	10 000	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	21
NA	NA	3,3	263,9	0,73	92,2	34,8	647,0	5 906	112,2	229,0	426,5	-15,6	5 763,4	68,6	Americano	22
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	23
13,1	12,5	8,2	67,1	0,74	41,8	17,0	3 354,6	7 213	460,0	369,6	2 063,1	1 400,9	-	-	Mexicano	24
5,5	18,4	3,6	106,5	0,77	48,1	21,1	NI	8 255	NI	300,2	1 801,9	1 398,1	-	-	Mexicano	25
11,3	21,5	8,6	-21,0	0,59	67,9	39,1	3 534,7	4 360	831,6	198,4	2 139,2	903,6	-	-	Amer./Brasil.	26
37,2	82,6	9,8	-787,0	0,48	75,0	22,6	2 446,9	829	2 946,3	71,7	1 993,8	829,9	555,1	7,5	Estatal	27
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	108 614	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Estatal	28
35,9	39,8	10,7	455,4	0,92	57,0	27,7	4 920,5	7 259	675,5	329,9	3 705,5	976,7	600,8	8,5	Inglês	29
5,8	8,3	7,9	2 640,8	0,90	38,5	27,6	1 797,2	12 140	159,9	711,3	1 609,5	831,4	853,8	12,7	Brasileiro	30
NA	NA	4,7	-909,5	0,65	93,4	56,4	NI	NI	NI	NI	NI	283,2	2 286,9	35,2	Brasileiro	31
25,2	34,8	17,2	1 518,9	0,40	82,3	66,7	2 545,3	11 921	218,6	425,1	1 291,6	1 620,0	875,2	13,7	Brasileiro	32
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	13 280	NI	NI	1 074,5	NI	1 090,4	17,1	Alemão	33
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	500	NI	134,1	360,9	NI	-	-	Brasileiro	34
5,8	6,4	3,0	375,6	0,71	57,4	31,3	3 224,3	7 461	416,3	503,1	1 772,8	577,9	-	-	Estatal	35
1,2	0,7	-1,6	752,3	0,88	30,4	14,9	1 314,5	114 273	15,2	698,4	595,7	162,4	1 915,3	32,0	Brasileiro	36
7,9	72,1	15,9	-610,6	0,34	84,4	55,1	2 217,1	23 504	93,9	983,7	223,3	472,2	1 770,6	30,0	Brasileiro	37
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	86,3	1 087,2	NI	-	-	Brasileiro	38
5,2	16,8	2,9	1 773,7	1,05	63,2	35,6	1 182,1	15 952	64,7	937,0	19,6	952,4	4 930,0	90,1	Brasileiro	39
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 277	NI	10,3	787,2	NI	575,1	10,6	Japonês	40
21,9	23,5	15,4	-122,6	0,69	39,5	12,4	2 145,0	9 773	204,2	407,4	997,9	1 402,1	309,7	5,9	Brasileiro	41
14,5	16,0	5,9	647,7	0,78	68,4	45,8	2 409,3	3 453	699,5	116,6	1 848,5	586,0	-	-	Brasileiro	42
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 529	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Japonês	43
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	12 000	NI	NI	NI	NI	-	-	Anglo-holan.	44
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	10 678	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Japonês	45
59,2	57,4	10,0	125,2	1,34	55,1	0,8	1 696,3	4 877	354,8	31,0	1 201,9	820,4	-	-	Belga	46
31,0	29,1	6,8	-224,7	0,69	76,8	40,6	1 848,9	3 132	590,8	131,6	1 162,9	492,2	-	-	Brasileiro	47
13,8	12,6	21,4	-334,1	0,41	50,4	36,5	2 488,1	15 103	156,7	700,5	296,1	1 574,8	-	-	Estatal	48
24,2	23,3	0,5	1,0	0,76	86,2	40,1	206,0	910	232,5	34,0	91,7	74,7	-	-	Brasileiro	49
0,8	-0,2	0,0	-115,1	0,96	97,8	52,9	NI	164	NI	1,9	415,2	616,0	1 390,1	34,3	Brasileiro	50

500 MAIORES | VENDAS | 1 - 50

endas estimadas pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas pela revista Data do balanço diferente de 31/12/2009 8. Ebitda publicado pela empresa 8. Bônus: Guia EXAME de Sustentabilidade/Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado * Não classificada as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO	
			VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)
51	35 Eletrobras ^{2,6} , Brasília, DF	Energia	3 929,2	-42,2	-2 746,8	97,9	43 702,8	43 700,8
52	59 Copel DIS ^{2,6,8} , Curitiba, PR	Energia	3 924,6	0,8	140,8	183,6	2 419,4	2 357,9
53	57 Eletrobras Furnas ^{2,8} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	3 904,2	-0,5	-22,4	-74,2	8 160,1	7 840,9
54	55 Whirlpool ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Eletroeletrônico	3 862,3	-7,8	124,8	208,5	957,0	943,3
55	51 Peugeot Citroën ² , Rio de Janeiro, RJ	Autoindústria	3 859,0	NA	NI	NI	NI	NI
56	73 Samsung ^{3,6} , Manaus, AM	Eletroeletrônico	3 832,8	23,4	164,9	161,0	566,2	561,1
57	63 Globo ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Comunicações	3 810,8	1,7	625,9	1 093,3	2 707,7	2 657,5
58	159 Gol ^{2,6} , São Paulo, SP	Transporte	3 668,2	NA	259,3	398,2	1 574,1	1 520,5
59	60 Renault ^{2,6} , São José dos Pinhais, PR	Autoindústria	3 570,8	-5,7	-153,6	-150,6	617,1	592,4
60	49 Itaipu Binacional ² , Brasília, DF	Energia	3 482,3	NA	NI	NI	NI	NI
61	67 JBS ^{3,6,8} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	3 376,7	0,6	-140,3	74,3	9 659,2	9 607,2
62	58 Nestlé ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	3 356,7	NA	NI	NI	NI	NI
63	69 ADM ² , Vitória, ES	Produção Agropecuária	3 295,9	NA	NI	NI	NI	NI
64	70 Votorantim Cimentos ^{2,6,8} , Votorantim, SP	Indústria da Construção	3 293,1	3,0	727,2	810,1	2 043,5	1 998,8
65	77 Lojas Americanas ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	3 266,7	7,6	96,7	87,3	237,8	218,3
66	46 Bunge Fertilizantes ^{2,6} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	3 265,9	-36,1	58,0	122,7	1 346,2	1 324,6
67	68 Basf ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	3 193,8	-4,6	89,5	120,5	903,9	893,0
68	86 Natura ^{2,6,8} , Itaipericica da Serra, SP	Bens de Consumo	3 167,6	11,3	310,0	392,8	655,6	654,6
69	76 Construtora Odebrecht ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Indústria da Construção	3 098,7	1,9	485,7	565,1	1 703,5	1 696,9
70	90 Camargo Corrêa ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	3 082,6	10,9	339,9	375,9	1 615,2	1 605,9
71	74 Makro ^{2,6} , São Paulo, SP	Atacado	3 042,7	-2,0	47,7	60,6	267,9	262,5
72	80 Celesc Distribuição ^{1,6,8} , Florianópolis, SC	Energia	2 951,9	-0,9	43,3	41,1	1 140,3	1 106,1
73	64 Chesf ^{2,6,8} , Recife, PE	Energia	2 930,4	-16,4	417,9	439,0	9 402,9	9 088,0
74	72 Comgás ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Energia	2 894,0	-7,3	226,1	211,3	786,2	734,6
75	66 Louis Dreyfus Commodities Brasil ² , São Paulo, SP	Produção Agropecuária	2 890,4	NA	NI	NI	NI	NI
76	83 Coelba ^{2,6,8} , Salvador, BA	Energia	2 888,0	-0,2	387,4	464,8	2 099,8	2 020,9
77	95 B2W ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	2 804,7	7,1	32,0	27,3	150,9	141,8
78	87 HP ¹ , Barueri, SP	Indústria Digital	2 788,7	NA	NI	NI	NI	NI
79	96 Kraft Foods ^{3,6} , Curitiba, PR	Bens de Consumo	2 676,7	6,0	85,7	105,6	240,9	233,5
80	92 IBM ¹ , São Paulo, SP	Indústria Digital	2 627,8	NA	NI	NI	NI	NI
81	89 Coamo ^{2,6} , Campo Mourão, PR	Produção Agropecuária	2 573,3	-8,5	111,2	166,3	1 088,6	1 079,0
82	104 Cemig GT ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Energia	2 564,8	8,6	780,9	752,0	2 175,0	2 070,4
83	79 Robert Bosch ² , Campinas, SP	Autoindústria	2 509,7	NA	NI	NI	NI	NI
84	98 Transpetro ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Transporte	2 490,9	-0,7	223,9	229,6	1 122,2	1 091,3
85	102 Ampla ^{2,6,8,9} , Niterói, RJ	Energia	2 487,3	4,2	154,4	127,7	1 024,4	969,9
86	174 Spa ^{3,6} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	2 462,8	NA	185,6	184,2	678,1	662,5
87	108 Andrade Gutierrez ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	2 449,2	37,2	-514,9	-276,0	1 332,1	1 328,0
88	75 Case New Holland ^{1,6,8} , Contagem, MG	Autoindústria	2 449,1	-21,0	33,8	55,7	488,6	481,4
89	85 Eletronorte ^{2,8} , Brasília, DF	Energia	2 447,0	NA	NI	NI	NI	NI
90	91 Ponto Frio ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	2 431,8	-12,4	-275,9	-181,2	373,9	368,9
91	78 Suzano ^{2,6,8} , Salvador, BA	Papel e Celulose	2 426,5	-20,0	520,3	490,1	2 660,1	2 525,5
92	310 Nextel ^{1,8} , São Paulo, SP	Telecomunicações	2 421,1	NA	NI	NI	NI	NI
93	151 Queiroz Galvão ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Indústria da Construção	2 362,9	35,4	195,1	276,8	1 055,4	1 050,1
94	107 Elektro ^{2,6,8} , Campinas, SP	Energia	2 362,3	2,1	287,7	278,9	872,2	840,5
95	114 Amaggy ^{2,6} , Rondonópolis, MT	Atacado	2 359,6	8,2	111,8	133,0	362,0	356,6
96	105 Bayer ^{2,6} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	2 359,4	0,5	-10,9	23,9	689,6	682,7
97	82 Volvo do Brasil ^{1,8} , Curitiba, PR	Autoindústria	2 308,1	NA	NI	NI	NI	NI
98	97 Casas Pernambucanas ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	2 294,4	-8,6	25,4	36,5	288,6	282,6
99	129 Electrolux ^{2,6,8} , Curitiba, PR	Eletroeletrônico	2 273,5	14,9	73,4	117,4	299,6	294,4
100	158 Magazine Luiza ^{2,6,8} , Franca, SP	Varejo	2 241,8	12,7	30,3	29,0	134,6	126,7

1. Vendas estim.
7. Data do balanço.
Obs.: as empresas

56º SAMSUNG

Em 2009, a empresa faturou 3,8 bilhões de dólares no Brasil e lucrou 164,9 milhões de dólares

21,4%

foi a rentabilidade sobre vendas da fabricante de papel e celulose Suzano

CLASSIFICAÇÃO	RENTABILIDADE SOBRE VENDAS (em %)	RENTABILIDADE GERAL (em %)	CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)	ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)	ENDIVIDAMENTO LONGO PRAZO (em %)	RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO VALOR (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO % DAS VENDAS	CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEM 2009	
1	0,2	-69,9	8 332,3	2,00	29,5	22,2	-1 064,2	1 300	-857,5	197,3	25,3	-612,1	-	-	Estatal	51	
2	7,4	3,6	235,1	1,22	39,9	21,4	2 052,4	6 554	314,3	285,8	1 380,7	238,2	-	-	Estatal	52	
3	-0,9	-0,6	-175,6	0,47	30,8	21,1	1 221,6	4 758	257,7	515,8	146,4	708,7	-	-	Estatal	53	
4	17,6	3,2	238,4	1,10	58,2	13,7	1 143,8	16 876	70,0	NI	833,9	379,6	701,3	18,2	Americano	54	
5	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 894	NI	NI	849,6	NI	263,2	6,8	Francês	55	
6	28,7	4,3	516,2	1,46	61,0	12,5	NI	4 490	NI	115,0	NI	333,3	NI	NI	Coreano	56	
7	36,4	16,4	1 011,1	1,19	51,0	21,6	1 902,1	NI	NI	1 356,7	161,1	484,5	22,5	0,6	Brasileiro	57	
8	26,2	7,1	115,5	0,79	62,7	37,2	1 401,7	17 963	82,6	435,1	159,6	305,9	223,0	6,1	Brasileiro	58	
9	25,4	-4,3	547,5	0,87	69,2	37,1	NI	4 800	NI	NI	694,4	-1,6	486,0	13,6	Francês	59	
10	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 268	NI	242,2	NI	NI	203,4	5,8	Estatal	60	
11	0,8	-4,2	646,4	0,48	49,6	31,2	642,8	55 361	11,6	NI	229,9	229,2	1 088,6	32,2	Brasileiro	61	
12	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Suíço	62	
13	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 201	NI	68,3	NI	NI	3 295,9	100,0	Americano	63	
14	NA	NA	833,3	0,39	73,6	66,6	1 866,8	6 702	272,1	122,9	814,3	874,7	7,2	0,2	Brasileiro	64	
15	36,3	3,0	420,6	0,69	90,4	47,5	920,0	13 425	68,4	135,6	559,9	369,9	-	-	Brasileiro	65	
16	8,1	1,8	347,8	1,42	60,4	4,2	-121,4	3 011	-39,2	148,3	59,7	-859,2	110,7	3,4	Holandês	66	
17	12,8	2,8	532,3	1,46	54,0	9,2	NI	3 450	NI	255,9	453,6	272,6	384,8	12,0	Alemão	67	
18	40,4	9,8	-78,2	1,07	50,0	4,0	1 005,0	1 419	675,2	117,8	473,7	490,2	-	-	Brasileiro	68	
19	31,5	15,7	784,3	1,71	49,3	28,0	784,8	70 808	11,3	1 765,9	176,5	121,5	633,0	20,4	Brasileiro	69	
20	21,8	11,0	572,9	1,38	41,3	15,0	1 602,5	21 645	67,1	792,5	191,4	399,3	224,4	7,3	Brasileiro	70	
21	21,8	1,6	-175,3	0,80	68,6	2,5	240,3	6 303	40,3	112,1	333,9	65,3	-	-	Holandês	71	
22	3,8	3,7	149,3	0,82	50,8	28,6	1 448,2	3 793	378,3	234,7	900,6	101,6	-	-	Estatal	72	
23	4,7	14,3	55,9	0,61	17,6	9,0	1 834,0	5 635	328,4	458,8	278,6	1 172,3	-	-	Estatal	73	
24	25,6	25,4	7,8	-242,3	0,39	65,4	32,0	784,4	948	825,6	56,6	619,7	481,4	-	-	Inglês	74
25	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 975	NI	58,1	119,0	NI	2 081,9	72,0	Francês	75	
26	19,4	13,4	-145,5	0,68	45,0	20,9	1 611,7	2 550	620,4	91,6	799,8	679,6	-	-	Brasileiro	76	
27	18,4	1,1	418,3	0,84	87,9	51,2	288,1	1 565	192,0	36,5	333,8	253,2	-	-	Brasileiro	77	
28	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 031	NI	NI	505,9	NI	174,3	6,2	Americano	78	
29	31,6	3,2	133,1	0,97	72,6	31,7	727,9	9 031	81,7	220,1	397,7	183,0	20,5	0,8	Americano	79	
30	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	80	
31	9,7	14,6	4,3	874,5	1,95	42,0	10,5	250,6	4 974	53,3	102,1	51,6	170,6	828,5	32,2	Brasileiro	81
32	27,1	27,1	30,4	-566,8	0,53	66,6	25,4	2 061,5	2 041	980,0	179,0	414,9	1 369,7	-	-	Estatal	82
33	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	9 878	NI	NI	507,0	NI	438,4	17,5	Alemão	83	
34	16,3	17,1	9,0	118,3	0,89	43,6	11,6	1 480,2	8 684	196,0	617,3	344,0	474,5	-	-	Estatal	84
35	12,5	10,8	6,2	145,1	0,61	64,5	39,1	1 324,5	1 235	1 045,8	50,3	730,3	375,7	-	-	Italiano	85
36	27,4	27,8	7,5	189,9	1,43	35,3	8,9	NI	NI	NI	636,1	277,7	NI	NI	Mexicano	86	
37	20,8	21,0	472,3	1,73	49,9	27,5	74,8	12 828	6,1	486,4	136,6	-754,4	243,1	9,9	Brasileiro	87	
38	9,7	1,4	226,8	1,18	69,6	20,1	NI	3 326	NI	NI	NI	209,6	331,1	13,5	Italiano	88	
39	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 701	NI	405,3	212,0	NI	-	-	Estatal	89	
40	-49,1	-11,3	-44,0	1,18	71,5	15,2	NI	NI	NI	NI	433,4	-83,4	NI	NI	Brasileiro	90	
41	18,6	18,4	21,4	1 141,9	0,63	64,2	47,9	517,2	3 862	139,8	211,4	278,6	551,0	1 162,2	47,9	Brasileiro	91
42	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	4 982	NI	121,9	679,4	NI	-	-	Americano	92	
43	15,3	21,8	8,3	973,1	1,99	35,5	25,0	1 041,6	16 375	76,6	442,7	168,6	314,8	390,9	16,5	Brasileiro	93
44	25,3	25,2	12,2	-14,0	0,71	58,5	27,9	1 174,7	3 018	412,5	109,3	638,7	432,1	-	-	Americano	94
45	28,9	34,9	4,7	265,4	1,04	68,9	22,2	71,2	982	74,2	23,6	38,2	-2,9	1 905,5	80,8	Brasileiro	95
46	1,6	3,5	-0,5	703,3	1,41	62,2	28,2	NI	3 569	NI	222,3	183,1	57,6	81,4	3,4	Alemão	96
47	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 819	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Sueco	97	
48	8,5	12,4	1,1	7,7	0,97	73,6	5,7	619,3	14 322	42,5	262,2	493,2	79,7	-	-	Brasileiro	98
49	22,0	35,7	3,2	174,9	1,01	70,4	20,3	NI	6 810	NI	179,5	601,8	133,3	48,9	2,1	Sueco	99
50	22,5	22,9	1,4	128,8	0,82	87,5	30,1	551,7	14 534	38,8	184,0	497,1	32,2	-	-	Brasileiro	100

500 MAIORES | VENDAS | 51 - 100

1. Dados estimados pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas pela revista 7. Balanço diferente de 31/12/2009 8. Ebitda publicado pela empresa B. Bônus; Guia EXAME de Sustentabilidade/Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado * Não classificada as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009

500 MAIORES

VENDAS

ORDEN 2009	ORDEN 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO	
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)
101	128	Cielo ^{2,6,8} , Barueri, SP	Serviços	2 240,6	12,6	938,3	880,9	499,7	494,2
102	116	Celpe ^{2,6,8} , Recife, PE	Energia	2 231,8	5,5	206,7	250,1	970,4	936,8
103	101	Klabin ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Papel e Celulose	2 136,0	-8,9	322,2	191,2	1 439,9	1 370,9
104	106	Weg Equipamentos ^{2,6} , Jaraguá do Sul, SC	Bens de Capital	2 122,7	-8,4	255,8	306,1	1 187,3	1 173,5
105	53	Gerdau Açominas ^{2,6} , Ouro Branco, MG	Siderurgia e Metalurgia	2 118,5	-47,5	306,9	329,2	2 420,0	2 320,5
106	119	Syngenta ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	2 101,0	1,1	93,0	123,5	848,5	846,3
107	139	Pepsico do Brasil ^{1,8} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	2 081,1	NA	NI	NI	NI	NI
108	182	Copasa ^{2,6,8} , Belo Horizonte, MG	Serviços	2 063,7	19,1	286,5	301,7	2 229,0	2 143,0
109	110	Grupo Martins ^{2,6} , Uberlândia, MG	Atacado	2 050,6	-9,3	7,5	12,0	107,6	105,0
110	118	Sendas Distribuidora ^{2,6,8} , São João de Meriti, RJ	Varejo	2 029,2	-2,9	26,3	12,7	10,6	0,1
111	99	Gerdau Comercial de Aços ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Siderurgia e Metalurgia	2 020,5	-18,8	12,4	29,0	596,8	594,8
112	113	LG ^{2,6} , Taubaté, SP	Indústria Digital	2 015,7	-8,6	-100,8	-86,9	305,3	303,2
113	133	Amil ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	2 015,6	4,6	18,5	33,4	674,7	667,8
114	121	Cedae ² , Rio de Janeiro, RJ	Serviços	1 974,8	NA	NI	NI	NI	NI
115	88	Mitsubishi Motors ^{3,6} , São Paulo, SP	Autoindústria	1 964,8	-19,7	136,8	161,9	504,9	498,4
116	124	Liquigás ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Energia	1 964,4	-3,8	65,6	65,6	322,1	314,9
117	142	Bandeirante ^{2,6,8,8} , São Paulo, SP	Energia	1 943,5	5,0	141,4	138,9	503,0	479,4
118	274	Pfizer ² , São Paulo, SP	Farmacêutico	1 932,2	NA	NI	NI	NI	NI
119	111	Heringer ^{2,6,8} , Viana, ES	Química e Petroquímica	1 909,3	-15,0	33,1	34,2	176,9	170,4
120	65	Nokia ^{2,8} , Manaus, AM	Eletroeletrônico	1 905,4	NA	NI	NI	NI	NI
121	93	Amerigel ^{2,6,8} , Brasília, DF	Telecomunicações	1 849,9	-31,4	94,4	197,8	744,0	724,9
122	125	SHV Gás ² , Betim, MG	Energia	1 842,6	NA	NI	NI	NI	NI
123	131	Atacadão ¹ , São Paulo, SP	Varejo	1 833,2	NA	NI	NI	NI	NI
124	100	Pirelli Pneus ¹ , Santo André, SP	Autoindústria	1 826,8	NA	NI	NI	NI	NI
125	134	Tractebel Energia ^{2,6} , Florianópolis, SC	Energia	1 826,8	-4,9	629,4	651,5	2 182,4	2 120,2
126	146	CPFL - Piratininga ^{2,6,8} , Campinas, SP	Energia	1 825,6	1,0	119,2	105,7	289,2	269,6
127	137	Celg ^{2,6} , Goiânia, GO	Energia	1 819,3	-2,9	-1,6	-52,3	124,4	74,7
128	141	Cesp ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Energia	1 805,7	-2,8	556,9	438,0	5 177,9	4 894,7
129	149	Renner ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Varejo	1 790,3	1,6	99,5	108,9	454,2	446,6
130	144	Profarma ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Atacado	1 779,9	-1,8	21,2	30,5	279,3	278,8
131	135	Seara ^{3,6} , Itajaí, SC	Bens de Consumo	1 753,6	-8,5	-195,7	-191,0	574,3	562,3
132	152	Coelce ^{2,6,8,8} , Fortaleza, CE	Energia	1 747,2	1,4	172,4	192,1	1 047,6	1 000,4
133	122	DuPont ^{2,6,8} , Barueri, SP	Química e Petroquímica	1 746,6	-6,3	214,2	249,6	661,3	651,6
134	117	Siemens ^{1,8} , São Paulo, SP	Eletroeletrônico	1 722,5	NA	NI	NI	NI	NI
135	123	Dow ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 684,8	-17,5	-12,4	65,1	710,0	700,5
136	163	RGE ^{2,6,8} , Caxias do Sul, RS	Energia	1 646,7	3,2	93,4	93,8	793,1	759,1
137	184	Marfrig ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Produção Agropecuária	1 642,8	15,5	269,2	390,0	2 429,4	2 403,1
138	130	Alunorte ^{2,6} , Barcarena, PA	Mineração	1 639,5	-15,9	168,1	133,6	2 695,9	2 594,1
139	181	LG-AM ^{2,6} , Manaus, AM	Eletroeletrônico	1 634,1	13,9	-92,6	-77,8	178,7	176,8
140	157	Aurora Alimentos ^{2,6,8} , Chapecó, SC	Bens de Consumo	1 628,3	-2,0	-79,2	-85,1	169,5	161,6
141	94	Samarco ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Mineração	1 627,4	-39,4	658,8	821,0	211,4	119,9
142	166	Lojas Riachuelo ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	1 616,6	3,0	7,2	19,2	472,3	463,3
143	167	Novartis ^{2,6} , São Paulo, SP	Farmacêutico	1 603,7	2,7	8,0	9,5	130,1	126,1
144	84	ArcelorMittal Inox ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Siderurgia e Metalurgia	1 596,2	-44,1	308,9	322,9	1 158,6	1 112,0
145		GVT ^{2,6,8} , Maringá, PR	Telecomunicações	1 594,9	24,1	180,4	143,3	860,5	827,1
146	153	Sanofi-Aventis ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Farmacêutico	1 583,9	NA	NI	NI	NI	NI
147	160	Ultragaz ^{2,6} , São Paulo, SP	Energia	1 581,1	-3,0	43,8	39,3	237,9	229,7
148	221	Kimberly-Clark ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	1 574,3	NA	NI	NI	NI	NI
149	147	White Martins ² , Rio de Janeiro, RJ	Química e Petroquímica	1 572,5	NA	NI	NI	NI	NI
150	127	V&M ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Siderurgia e Metalurgia	1 566,6	-22,1	262,7	280,7	909,2	898,3

1. Vendas e
7. Data de
Obs.: as em

145º GVT

A companhia de telecomunicações faturou 1,5 bilhão de dólares, ou 24,1% mais que em 2008

19,1%

foi o crescimento da Copasa em 2009. A empresa lucrou 286,5 milhões de dólares

	ESTABILIDADE		CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)	ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO (em US\$ milhões)		CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEM 2009	
	LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)			GERAL (em %)	LONGO PRAZO (em %)							VALOR	% DAS VENDAS			
98	94,3	41,9	218,7	1,30	65,3	3,8	1 540,4	1 089	1 396,5	71,6	229,8	1 369,7	-	-	Brasileiro	101	
99	22,2	9,3	215,7	0,90	56,3	32,3	1 194,2	1 705	691,9	59,8	680,1	392,2	-	-	Brasileiro	102	
100	13,0	15,1	1 047,6	0,67	69,2	50,9	508,6	7 283	69,7	207,9	444,0	429,0	324,7	15,2	Brasileiro	103	
101	21,9	12,1	887,4	1,26	55,7	21,7	821,6	16 157	54,0	311,6	291,1	409,6	676,8	31,9	Brasileiro	104	
102	13,6	14,5	281,9	0,70	45,0	22,7	243,9	5 015	43,4	240,0	322,0	168,4	689,1	32,5	Brasileiro	105	
103	13,8	4,4	606,4	2,23	42,5	4,0	NI	1 273	NI	138,7	61,7	104,8	61,3	2,9	Suíço	106	
104	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	9 848	NI	NI	369,7	NI	8,0	0,4	Americano	107	
105	13,4	13,9	170,2	0,59	45,7	36,9	1 619,6	11 442	143,6	166,0	130,8	536,8	-	-	Estatal	108	
106	11,0	0,4	-21,8	1,02	81,1	5,7	92,0	4 786	19,0	87,5	282,6	-7,0	-	-	Brasileiro	109	
107	NA	1,3	-155,7	0,69	98,9	49,6	430,8	5 404	77,4	140,4	267,2	462,2	-	-	Brasileiro	110	
108	7,0	4,7	525,5	8,25	11,0	0,9	192,7	1 782	106,6	43,7	455,5	30,8	0,2	0,0	Brasileiro	111	
109	3,0	-28,7	-5,0	88,9	1,12	62,7	8,9	NI	2 466	NI	88,7	368,8	5,2	229,5	11,4	Coreano	112
110	2,7	5,0	0,9	14,2	0,95	40,0	8,5	232,1	3 690	61,4	116,5	28,5	81,5	NI	NI	Brasileiro	113
111	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	7 160	NI	143,7	NI	NI	-	-	Estatal	114	
112	26,6	7,0	643,2	1,31	64,1	36,7	NI	2 080	NI	NI	433,2	233,7	NI	NI	Brasileiro	115	
113	19,0	3,3	93,5	1,28	36,0	15,1	315,7	3 256	96,8	98,4	226,4	122,4	-	-	Estatal	116	
114	21,6	7,3	-79,9	0,77	68,6	22,2	983,3	1 055	926,3	48,4	556,8	255,6	-	-	Português	117	
115	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 500	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	118
116	20,1	1,7	-165,6	0,96	82,1	4,3	34,1	2 888	14,2	44,8	25,6	2,9	2,4	0,1	Brasileiro	119	
117	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 800	NI	NI	NI	NI	629,6	33,0	Finlandês	120	
118	14,6	24,9	5,1	156,1	1,33	37,3	9,0	690,4	1 232	565,9	24,7	407,2	242,9	-	-	Mexicano	121
119	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 792	NI	94,2	389,5	NI	-	-	Holandês	122	
120	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Francês	123
121	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Italiano	124
122	24,8	26,3	34,5	253,9	0,56	50,2	35,1	1 257,9	1 011	1 288,8	84,8	158,6	1 043,2	35,5	1,9	Franco-belga	125
123	20,2	28,2	6,5	-158,1	0,64	77,3	27,2	824,6	1 170	698,5	52,5	510,6	206,8	-	-	Brasileiro	126
124	13	-70,0	-0,1	-1 424,5	0,68	96,7	32,7	NI	2 554	NI	157,8	642,9	-54,0	-	-	Estatal	127
125	10,6	8,8	30,8	-435,5	0,27	47,0	37,6	953,0	1 284	731,7	107,3	196,8	1 033,8	-	-	Estatal	128
126	10,6	20,6	5,6	234,3	1,33	57,8	4,6	681,2	10 489	67,7	162,9	418,6	292,9	-	-	Pulverizado	129
127	10,5	10,8	1,2	311,3	1,95	49,1	11,7	221,2	2 243	104,2	34,9	NI	39,1	-	-	Brasileiro	130
128	14,1	-34,0	-11,2	58,0	1,28	44,6	6,9	NI	NI	NI	101,8	-107,0	NI	NI	Brasileiro	131	
129	14,7	17,1	9,9	-63,0	0,53	50,7	26,7	863,2	1 298	670,2	55,9	414,7	332,5	-	-	Italiano	132
130	32,4	38,3	12,3	626,8	1,25	62,2	28,3	NI	5 300	NI	63,4	287,4	-97,3	48,2	2,8	Americano	133
131	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	9 000	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Alemão	134
132	-1,6	8,6	-0,7	-72,3	1,24	48,4	18,2	NI	NI	NI	323,2	-45,0	168,7	10,0	Americano	135	
133	10,5	11,0	5,7	15,8	0,67	51,9	32,1	707,8	1 470	482,2	36,7	467,3	225,7	-	-	Brasileiro	136
134	10,6	15,5	16,4	1 882,1	1,22	55,6	40,0	517,7	12 051	46,2	151,2	54,5	482,4	518,6	31,6	Brasileiro	137
135	10,2	5,1	10,3	185,8	0,55	28,3	23,4	-76,2	1 493	-49,6	37,6	28,4	108,6	1 371,3	83,6	Brasileiro	138
136	10,8	44,0	-5,7	129,9	1,31	69,2	5,8	NI	2 281	NI	54,6	207,4	1,2	1,3	0,1	Coreano	139
137	10,7	-52,7	-4,9	-70,8	0,87	79,4	28,0	247,3	13 003	18,7	156,8	121,0	24,3	226,3	13,9	Brasileiro	140
138	NA	NA	40,5	-1 042,4	0,27	92,9	38,6	747,2	1 987	371,8	91,7	4,0	841,3	1 600,6	98,3	Brasileiro	141
139	1,5	4,1	0,4	84,1	1,32	43,4	1,3	335,0	12 673	27,0	153,0	384,0	30,8	-	-	Brasileiro	142
140	5,9	7,3	0,5	17,5	0,99	80,2	31,4	178,1	1 764	100,7	134,8	74,9	0,8	56,1	3,5	Suíço	143
141	23,8	25,8	19,3	224,7	0,62	55,8	41,4	408,8	2 730	142,6	126,3	329,9	171,6	282,2	17,7	Anglo-indiano	144
142	NA	NA	11,3	291,6	0,62	58,9	43,0	560,4	5 442	115,6	105,5	243,5	379,1	-	-	Francês	145
143	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 248	NI	NI	NI	NI	57,2	3,6	Francês	146
144	14,5	13,4	2,8	159,7	0,96	56,9	44,0	248,1	3 429	71,3	116,0	11,3	124,8	-	-	Brasileiro	147
145	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 015	NI	124,2	326,4	NI	16,4	1,0	Americano	148
146	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 504	NI	136,3	316,8	NI	53,0	3,4	Americano	149
147	22,9	24,7	16,8	85,8	1,19	32,6	6,9	758,5	3 816	185,5	173,7	302,5	453,1	184,7	11,8	Francês	150

1. Vendas estimadas pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas pela revista 7. Data do balanço diferente de 31/12/2009 8. Ebitda publicado pela empresa B. Bônus: Guia EXAME de Sustentabilidade/Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado * Não classificada Obs.: as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009

500 MAIORES

VENDAS

500 MAIORES | VENDAS | 151 - 200

ORDEM 2009	ORDEM 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO	
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)
151	150	Panarello ¹ , Goiânia, GO	Atacado	1 565,8	NA	NI	NI	NI	NI
152	185	Frigorífico Minerva ^{2,6} , Barretos, SP	Bens de Consumo	1 565,7	10,2	34,1	46,7	313,7	302,5
153	186	Redecard ^{2,6} , Barueri, SP	Serviços	1 547,0	9,1	818,9	800,9	417,3	413,0
154	120	Goodyear ¹ , São Paulo, SP	Autoindústria	1 545,7	NA	NI	NI	NI	NI
155	112	CBA ^{2,6} , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	1 543,3	-30,8	273,1	317,2	3 453,0	3 376,1
156	261	Hypermarcas ^{2,6} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	1 540,4	NA	190,3	180,0	2 014,9	1 974,1
157	222	OAS ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	1 530,5	29,7	6,9	34,2	503,3	501,3
158	165	Infraero ^{2,6,8} , Brasília, DF	Serviços	1 528,4	-3,4	-7,6	12,0	590,4	585,0
159	115	MRS ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Transporte	1 524,1	-27,9	380,7	347,9	1 012,9	959,0
160	168	Oi ² , Brasília, DF	Telecomunicações	1 496,1	NA	NI	NI	NI	NI
161	420	Quattor Química ^{2,6} , Santo André, SP	Química e Petroquímica	1 485,9	NA	-15,6	-16,6	652,1	639,6
162	248	Cosan Açúcar e Alcool ^{2,6,7} , Barra Bonita, SP	Energia	1 482,8	40,1	-129,3	-79,5	1 585,6	1 526,7
163	164	Tenaris Confab ^{2,6,8} , São Caetano do Sul, SP	Siderurgia e Metalurgia	1 468,2	-7,3	85,4	118,0	759,5	755,4
164	155	Fibra ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Papel e Celulose	1 464,8	-12,8	232,4	294,9	5 814,7	5 736,9
165	187	Positivo ^{3,6} , Curitiba, PR	Indústria Digital	1 458,8	5,6	12,9	68,2	360,4	358,6
166	156	Imcopa ¹ , Araucária, PR	Bens de Consumo	1 452,3	NA	NI	NI	NI	NI
167	177	CEEE ^{2,6,8} , Porto Alegre, RS	Energia	1 449,2	-1,7	783,3	1 094,5	1 189,4	1 169,1
168	178	Telemig Celular ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Telecomunicações	1 411,6	-2,7	66,1	76,9	571,9	555,3
169	132	Johnson & Johnson ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	1 379,5	NA	NI	NI	NI	NI
170	217	Contax ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Serviços	1 367,3	14,8	91,1	85,7	145,3	137,7
171	140	Alcoa ^{2,6,8} , Poços de Caldas, MG	Siderurgia e Metalurgia	1 348,8	-30,1	-117,9	-6,1	1 393,9	1 367,3
172	190	AES Sul ^{2,6,8} , Porto Alegre, RS	Energia	1 344,2	-0,8	61,9	90,1	451,0	420,4
173	240	Cosan ^{2,6,7} , Piracicaba, SP	Energia	1 341,8	23,5	-483,3	-280,4	2 036,7	1 991,7
174	154	Rhodia ¹ , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 332,4	NA	NI	NI	NI	NI
175	207	Escelsa ^{2,6,8} , Vitória, ES	Energia	1 306,2	4,0	70,2	71,3	560,8	535,8
176	211	Petróleo Sabbá ^{2,6} , Manaus, AM	Atacado	1 298,7	5,1	15,5	16,8	94,8	93,8
177	169	CEG ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	1 296,1	-16,5	147,5	130,2	399,7	373,4
178	197	McDonald's ^{1,8} , Barueri, SP	Varejo	1 287,9	NA	NI	NI	NI	NI
179	208	Cemat ^{2,6,8} , Cuiabá, MT	Energia	1 284,0	3,4	96,3	95,9	1 259,8	1 217,7
180	202	G. Barbosa ² , Nossa Senhora do Socorro, SE	Varejo	1 282,9	NA	NI	NI	NI	NI
181	390	Akzo Nobel ¹ , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 281,9	NA	NI	56,3	NI	273,9
182	172	Novelis ² , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	1 277,6	NA	NI	NI	NI	NI
183	136	Yara ^{3,6} , Porto Alegre, RS	Química e Petroquímica	1 271,1	-32,8	-67,8	1,9	291,8	288,0
184	234	Unimed Rio ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Serviços	1 252,1	12,3	7,7	10,8	77,4	75,7
185	300	Eletrobras Amazonas Energia ^{2,6} , Manaus, AM	Energia	1 249,3	46,6	-2,2	-34,5	1 474,1	1 432,8
186	206	Editora Abril ^{2,6} , São Paulo, SP	Comunicações	1 246,5	-1,1	72,7	64,6	107,8	102,2
187	395	Galvão ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	1 246,4	93,7	117,6	161,2	252,9	252,8
188	220	Medial Saúde ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	1 245,4	5,2	-82,3	-62,5	252,9	244,4
189	223	Celpe ^{2,6,8} , Belém, PA	Energia	1 241,4	5,2	55,3	69,9	1 511,4	1 454,9
190	255	Fratelli Vita ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Bens de Consumo	1 240,9	20,0	33,3	19,8	213,9	212,1
191	180	Avon ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	1 238,9	NA	NI	NI	NI	NI
192	209	Marisa Lojas ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	1 236,0	0,4	33,6	43,3	409,5	404,4
193	237	Zaffari & Bourbon ² , Porto Alegre, RS	Varejo	1 235,4	NA	NI	NI	NI	NI
194	305	Delta Construção ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Indústria da Construção	1 235,1	48,0	103,7	130,6	474,4	473,2
195	247	Schincariol-NE ^{2,6} , Alagoinhas, BA	Bens de Consumo	1 221,8	15,4	75,6	130,2	885,1	875,9
196	162	Caterpillar ^{1,8} , Piracicaba, SP	Autoindústria	1 217,9	NA	NI	NI	NI	NI
197	196	Caramuru Alimentos ^{2,6} , Itumbiara, GO	Produção Agropecuária	1 216,6	-6,2	49,3	48,4	205,2	197,6
198	214	C. Vale ^{2,6} , Patotina, PR	Produção Agropecuária	1 207,6	-0,3	11,1	17,2	230,1	223,9
199	259	Prezunic ² , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	1 193,2	NA	NI	NI	NI	NI
200	195	Dedini ¹ , Piracicaba, SP	Bens de Capital	1 178,4	NA	NI	NI	NI	NI

1.Ve
7.D
Obs

195º SCHINCARIOL

A cervejaria obteve em 2009 uma receita de 1,2 bilhão de dólares, ou 15,4% mais que em 2008

12,4%

foi a rentabilidade sobre vendas da Hypermarcas em 2009

	RENTABILIDADE LEGAL SOBRE VENDAS (em %)		CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)	ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO VALOR (em US\$ milhões) % DAS VENDAS		CONTROLE AÇIONÁRIO	ORDEN 2009
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Alemão	151
10,9	15,4	2,2	378,1	0,86	73,6	49,6	144,8	7 198	19,7	62,4	97,7	113,3	1 053,5	67,3	Brasileiro	152
67,2	66,0	52,9	280,8	1,03	95,8	0,1	1 071,1	822	1 305,4	81,9	128,1	959,7	-	-	Brasileiro	153
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	154
7,8	9,3	17,7	613,7	1,12	37,9	29,4	730,4	5 887	117,1	199,1	247,9	118,1	398,0	25,8	Brasileiro	155
2,4	9,0	12,4	291,7	0,74	44,2	24,7	499,4	6 672	93,9	78,2	242,0	231,3	10,1	0,6	Brasileiro	156
1,3	6,7	0,4	247,4	2,39	36,6	21,1	734,5	51 631	16,5	437,3	97,9	51,2	8,9	0,7	Brasileiro	157
1,3	2,0	-0,5	435,6	1,50	56,6	8,6	871,1	11 184	76,7	593,8	84,8	206,5	259,4	17,0	Estatal	158
1,9	28,1	25,0	-134,6	0,60	64,3	35,8	904,4	3 511	254,6	109,4	191,5	706,2	-	-	Brasileiro	159
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	250,6	NI	-	-	Brasileiro	160
7,4	-2,6	-1,1	-221,4	0,33	75,7	47,2	NI	909	NI	40,4	414,4	106,5	117,9	7,9	Brasileiro	161
8,2	-5,2	-8,7	456,5	1,22	42,5	34,9	458,7	17 093	21,6	222,2	130,5	184,3	748,1	50,5	Brasileiro	162
10,6	14,8	5,8	574,6	3,11	24,5	10,0	335,5	1 830	179,2	87,6	281,6	252,0	232,5	15,8	Argentino	163
4,0	5,1	15,9	502,6	0,41	60,0	44,1	192,7	3 028	65,0	130,8	204,5	399,1	504,9	34,5	Brasileiro	164
13,2	17,2	0,9	283,0	1,70	53,6	5,0	NI	NI	NI	166,0	88,9	NI	NI	NI	Brasileiro	165
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	166
1,9	93,6	54,1	-124,8	1,43	50,5	33,2	1 816,4	2 832	649,9	117,1	386,6	1 125,1	-	-	Estatal	167
10,0	10,7	4,7	52,2	1,18	43,9	7,4	523,4	2 331	214,0	54,4	246,2	278,4	-	-	Brasileiro	168
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	169
1,3	40,2	6,7	-38,5	0,75	76,1	20,8	1 083,6	78 200	14,2	643,5	NI	210,8	-	-	Brasileiro	170
7,6	-0,4	-8,7	-25,6	0,31	69,6	58,7	68,4	3 219	18,9	169,9	198,0	-20,7	295,3	21,9	Americano	171
11,5	17,8	4,6	-102,7	0,46	67,8	39,9	639,0	902	722,5	38,7	409,5	150,7	-	-	Americano	172
23,7	-14,1	-36,0	-276,8	0,36	54,8	32,3	265,9	15 325	15,5	207,6	69,9	92,6	919,6	68,5	Brasileiro	173
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Francês	174
11,0	11,6	5,4	6,0	0,70	60,6	31,3	672,6	953	704,3	31,8	407,0	174,1	-	-	Português	175
16,3	17,9	1,2	56,7	1,81	46,7	20,8	37,6	71	518,1	2,4	19,3	33,1	-	-	Brasileiro	176
12,0	29,9	11,4	-164,5	0,45	65,7	32,7	381,3	434	837,1	42,4	244,1	291,1	-	-	Espanhol	177
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	33 330	NI	266,6	138,3	NI	-	-	Argentino	178
7,5	7,7	7,5	-122,4	0,69	48,9	30,5	682,7	1 610	425,4	33,1	411,1	218,6	-	-	Brasileiro	179
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	7 971	NI	87,1	201,6	NI	-	-	Chileno	180
NI	15,3	NI	76,3	1,47	56,3	1,8	407,1	2 369	213,2	69,9	266,2	291,5	83,9	6,5	Holandês	181
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 910	NI	81,8	243,3	NI	172,7	13,5	Indiano	182
23,3	0,7	-5,3	-116,7	1,07	57,6	8,1	86,8	1 079	79,3	NI	NI	-111,6	NI	NI	Norueguês	183
9,6	13,7	0,6	8,1	0,98	88,9	67,6	77,4	1 507	52,0	46,4	10,9	37,5	-	-	Brasileiro	184
-0,1	-2,4	-0,2	-117,1	1,07	47,0	20,7	559,0	2 302	243,7	102,2	278,5	93,5	-	-	Estatal	185
12,1	38,6	5,8	-203,9	0,71	88,7	37,0	512,3	3 968	126,6	211,7	48,0	191,3	7,7	0,6	Brasileiro	186
1,1	52,2	9,4	215,9	2,29	38,6	3,9	534,5	5 202	130,4	195,0	84,3	166,3	-	-	Brasileiro	187
2,6	-25,6	-6,6	-45,3	0,76	51,1	14,2	97,1	7 008	13,7	120,4	15,1	-30,9	NI	NI	Brasileiro	188
1,6	4,7	4,5	-78,0	0,80	53,2	32,6	583,3	2 125	273,2	31,6	364,5	169,5	-	-	Brasileiro	189
15,5	9,3	2,7	71,6	1,40	49,1	12,1	337,3	1 186	296,0	6,5	279,3	84,8	-	-	Belga	190
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	191
7,8	10,2	2,7	81,7	1,04	46,6	11,9	413,9	10 213	40,3	103,7	305,0	132,8	-	-	Brasileiro	192
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	8 838	NI	NI	NI	NI	-	-	Brasileiro	193
20,9	26,4	8,4	473,7	3,16	27,8	15,5	585,6	13 647	49,5	184,2	84,5	160,3	-	-	Brasileiro	194
8,5	14,9	6,2	71,5	2,12	23,0	7,8	402,3	1 806	243,3	34,1	549,5	55,8	-	-	Brasileiro	195
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	196
23,9	24,4	4,0	69,8	0,76	68,8	34,7	65,9	2 112	32,6	32,0	109,9	30,3	589,1	48,4	Brasileiro	197
4,7	7,5	0,9	94,9	1,01	69,5	16,0	135,7	5 504	26,6	68,7	13,9	59,7	260,6	21,6	Brasileiro	198
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	6 729	NI	62,7	48,5	NI	-	-	Brasileiro	199
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	200

500 MAIORES | VENDAS | 151 - 200

Vendas em: 1. Unidades pela revista. 2. Vendas informadas por meio de questionário. 3. Vendas extraídas da demonstração contábil. 4. Vendas em moeda constante. 5. Controle acionário em maio de 2010. 6. Informações ajustadas calculadas pela revista. Data do balanço referente de 31/12/2009. B. Ebitda publicado pela empresa. B. Bônus: Guia EXAME de Sustentabilidade/Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar. NA - Não aplicável. NI - Não informado. * Não classificada. As empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009.

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009	ORDEM 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO	
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)
201		Copersucar ^{2,7} , São Paulo, SP	Energia	1 178,3	NI	NI	2,8	NI	47,0
202	148	Mosaic ^{2,6} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 175,6	-34,0	-156,1	-146,6	243,8	240,7
203	256	Roche ^{2,6} , São Paulo, SP	Farmacêutico	1 174,2	14,1	65,6	78,4	331,7	329,4
204	179	Delphi ² , São Caetano do Sul, SP	Autoindústria	1 171,0	NA	NI	NI	NI	NI
205	194	Procter & Gamble ¹ , Manaus, AM	Bens de Consumo	1 156,2	NA	NI	NI	NI	NI
206	242	Atento ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	1 146,9	6,2	64,2	65,2	214,3	210,8
207	143	CBMM ^{3,6} , Araxá, MG	Mineração	1 138,4	-38,4	572,2	516,8	679,7	669,0
208		LDCSEV ^{2,6} , São Paulo, SP	Energia	1 136,7	NA	2,1	-21,9	1 696,2	1 645,2
209	243	Spaipa Coca-Cola ^{2,6} , Curitiba, PR	Bens de Consumo	1 134,0	5,3	74,4	91,8	348,4	342,8
210	176	Quattor ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 133,7	-23,4	85,0	98,5	510,0	493,9
211	183	Dow Brasil Sudeste ¹ , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 126,3	NA	NI	NI	NI	NI
212		Assai ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Atacado	1 123,5	25,1	18,8	19,1	74,6	72,8
213	212	3M ^{2,6,8} , Sumaré, SP	Química e Petroquímica	1 123,2	-8,8	112,0	121,8	372,5	364,2
214	203	ABB ¹ , Osasco, SP	Bens de Capital	1 122,4	NA	NI	NI	NI	NI
215	235	CTEEP ^{3,6,8} , São Paulo, SP	Energia	1 115,3	-0,5	445,8	475,5	2 501,8	2 419,9
216	200	Rio de Janeiro Refrescos ¹ , Rio de Janeiro, RJ	Bens de Consumo	1 111,6	NA	NI	NI	NI	NI
217	233	Copel GET ^{2,6,8} , Curitiba, PR	Energia	1 109,1	-1,1	353,2	376,1	2 170,9	2 103,1
218	171	Eaton ¹ , Valinhos, SP	Autoindústria	1 105,9	NA	NI	NI	NI	NI
219	145	Aços Villares ^{2,6} , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	1 095,2	-39,5	96,4	114,5	529,7	517,7
220	228	Insinuante ¹ , Vitória da Conquista, BA	Varejo	1 094,0	NA	NI	NI	NI	NI
221	216	CPFL Brasil ^{2,6} , Campinas, SP	Energia	1 090,9	-8,9	122,1	120,8	2,5	2,1
222	230	Bretas ¹ , Contagem, MG	Varejo	1 089,1	NA	NI	NI	NI	NI
223	173	Aliança Navegação e Logística ² , São Paulo, SP	Transporte	1 087,0	NA	NI	NI	NI	NI
224	266	Farmácia Pague Menos ^{2,6} , Fortaleza, CE	Varejo	1 086,2	12,7	16,9	24,2	52,7	51,3
225	244	Garoto ^{3,6} , Vila Velha, ES	Bens de Consumo	1 085,2	1,4	101,6	98,3	119,7	116,1
226	204	Itambé ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Bens de Consumo	1 079,1	-14,8	35,5	45,1	190,7	182,3
227	365	Philips da Amazônia ^{1,8} , Manaus, AM	Eletr eletrônico	1 069,8	NA	NI	NI	NI	NI
228	549	Duratex ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	1 061,7	NA	37,5	56,2	1 375,6	1 362,2
229	193	Monsanto ^{1,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	1 057,4	NA	NI	NI	NI	NI
230	245	DMA ¹ , São Paulo, SP	Varejo	1 051,8	NA	NI	NI	NI	NI
231	313	Drogasil ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Varejo	1 046,8	26,9	38,7	42,8	236,7	234,1
232	273	Grendene ^{2,6} , Sobral, CE	Têxtil	1 035,3	10,3	98,5	158,6	819,1	816,0
233	251	AES Tietê ^{2,6} , São Paulo, SP	Energia	1 022,8	-2,2	481,7	448,1	313,4	290,5
234	225	Kaiser ¹ , Jacareí, SP	Bens de Consumo	1 018,1	NA	NI	NI	NI	NI
235	302	Leroy Merlin ² , São Paulo, SP	Varejo	1 016,3	NA	NI	NI	NI	NI
236	277	Ericsson Telecomunicações ^{2,6} , São Paulo, SP	Eletr eletrônico	1 016,2	10,3	-39,3	-8,5	525,1	523,5
237	250	Granol ^{2,6} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	1 013,3	-3,2	49,0	50,2	280,3	270,5
238	253	Votorantim Siderurgia ^{2,6} , Barra Mansa, RJ	Siderurgia e Metalurgia	1 012,3	-2,6	68,7	37,7	75,1	31,6
239	213	Doux ^{2,6} , Montenegro, RS	Bens de Consumo	1 010,9	-17,3	59,5	47,8	237,1	224,5
240	265	Votorantim Cimentos N/NE ^{2,6} , Recife, PE	Indústria da Construção	1 010,5	4,8	193,6	216,6	1 593,4	1 570,0
241	241	São Paulo Alpargatas ^{2,6} , São Paulo, SP	Têxtil	997,0	-7,8	51,6	76,6	614,6	606,8
242	287	Drogaria São Paulo ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	996,0	13,4	19,2	18,9	60,2	58,8
243	321	Accenture ^{1,8} , São Paulo, SP	Serviços	995,4	NA	NI	NI	NI	NI
244	219	Marcopolo ^{2,6} , Caxias do Sul, RS	Autoindústria	992,1	-16,3	56,0	78,6	422,0	418,7
245	201	International Paper ^{1,8} , Mogi Guaçu, SP	Papel e Celulose	990,3	NA	NI	NI	NI	NI
246	312	A. Telecom ^{2,6} , São Paulo, SP	Telecomunicações	983,8	19,2	28,4	-2,6	380,7	371,8
247	198	AGCO ¹ , Canoas, RS	Autoindústria	983,7	NA	NI	NI	NI	NI
248	264	Eletronuclear ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	982,1	0,6	74,4	31,6	2 611,9	2 482,9
249		Multigrain ² , São Paulo, SP	Atacado	972,2	NA	NI	NI	NI	NI
250	268	Schincariol-SP ^{2,6} , Itu, SP	Bens de Consumo	971,7	2,7	-134,9	-101,0	51,0	36,7

1. Vendas em US\$
7. Data da publicação
Obs.: as empresas

244º MARCOPOLO

A companhia do setor de autoindústria lucrou 56 milhões de dólares em 2009

75 MIL

foi o total de funcionários da empresa Atento, do setor de serviços, em 2009

RANKING	RENTABILIDADE		CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)	ENDIVIDAMENTO		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO		CONTROLE AÇIONÁRIO	ORDEM 2009	
	LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)			GERAL (em %)	LONGO PRAZO (em %)							VALOR (em US\$ milhões)	% DAS VENDAS			
1	NI	5,8	NI	8,8	1,01	84,4	2,4	NI	NI	NI	17,0	-66,6	NI	NI	Brasileiro	201	
2	64,0	-60,9	-13,3	-147,0	0,80	64,9	2,3	-78,4	812	-96,4	44,0	33,8	-114,9	73,4	6,2	Americano	202
3	16,2	19,5	5,6	261,0	2,80	30,9	2,8	356,9	1 304	275,8	108,3	49,5	112,2	93,3	7,9	Suíço	203
4	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	11 400	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	204
5	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	205
6	27,5	5,6	29,5	1,44	46,8	6,2	970,7	75 000	13,1	583,9	88,7	136,5	553,3	48,2	Espanhol	206	
7	46,6	50,3	363,7	1,62	43,0	7,6	NI	NI	NI	NI	18,1	686,9	1 061,3	93,2	Brasileiro	207	
8	-1,3	0,2	36,0	0,46	67,3	47,8	NI	13 144	NI	147,6	166,9	-118,9	435,2	38,3	Franco-brasil.	208	
9	25,1	6,6	208,7	1,75	36,8	12,1	366,3	3 684	102,8	71,9	314,2	115,6	-	-	Brasileiro	209	
10	19,7	7,5	319,2	0,88	61,0	42,1	181,2	413	436,7	33,3	255,9	94,8	132,0	11,6	Brasileiro	210	
11	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	211
12	20,8	21,6	1,7	-24,5	0,64	80,6	31,2	120,4	5 315	24,5	50,5	102,9	40,7	-	-	Brasileiro	212
13	23,7	26,3	10,0	43,7	1,28	32,0	6,3	614,0	3 214	189,0	40,0	272,3	175,2	66,2	5,9	Americano	213
14	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 518	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Suíço	214
15	5,1	16,6	40,0	-282,1	0,75	32,1	14,0	885,1	1 409	647,0	86,2	55,1	781,9	NI	NI	Colombiano	215
16	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Chileno	216
17	10,0	15,3	31,8	144,8	0,72	31,9	15,8	773,7	1 594	491,5	97,5	122,9	467,7	-	-	Estatal	217
18	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	4 618	NI	162,9	249,8	NI	93,1	8,4	Americano	218
19	14,4	16,2	8,8	364,3	1,32	50,9	20,4	377,2	2 983	117,0	126,5	236,2	169,8	155,9	14,2	Brasileiro	219
20	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	220
21	99,0	98,3	11,2	40,8	0,95	99,1	37,2	216,4	112	1 949,4	6,8	134,1	152,5	-	-	Brasileiro	221
22	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	222
23	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 025	NI	NI	NI	NI	871,4	80,2	Alemão	223
24	31,1	45,6	1,6	69,3	1,00	85,2	25,9	316,5	9 023	37,8	83,1	17,6	51,2	-	-	Brasileiro	224
25	48,8	48,0	9,4	6,5	0,96	71,1	14,2	NI	NI	NI	NI	198,3	164,6	NI	NI	Suíço	225
26	18,5	24,6	3,3	-18,0	0,89	76,3	21,4	120,6	3 375	35,7	58,5	93,6	11,0	45,4	4,2	Brasileiro	226
27	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 393	NI	60,3	205,5	NI	1,5	0,1	Holandês	227
28	2,7	4,1	3,5	26,2	0,59	41,5	21,6	338,5	8 681	70,1	111,0	264,8	142,2	25,2	2,4	Brasileiro	228
29	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	229
30	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	9 038	NI	68,4	58,3	NI	-	-	Brasileiro	230
31	15,4	17,3	3,7	149,3	1,77	44,2	4,0	297,4	6 102	52,5	87,9	33,3	68,1	-	-	Brasileiro	231
32	11,2	18,0	9,5	712,4	4,64	18,9	2,1	440,7	30 327	17,5	221,1	119,3	145,5	185,5	17,9	Brasileiro	232
33	63,3	60,7	47,1	-16,2	0,60	76,4	37,8	773,8	315	2 444,7	19,2	39,6	743,6	-	-	Amer./Brasil.	233
34	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Holandês	234
35	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 663	NI	75,5	167,3	NI	-	-	Francês	235
36	6,2	-1,3	-3,9	591,5	1,65	56,3	22,1	NI	1 626	NI	141,1	156,6	-66,2	138,4	13,6	Sueco	236
37	2,4	18,5	4,8	36,4	0,82	46,9	17,0	171,5	1 556	116,1	22,2	110,7	67,6	384,2	37,9	Brasileiro	237
38	10,6	53,9	6,8	13,5	0,29	96,7	80,7	509,2	2 339	238,7	87,3	197,3	260,2	19,2	1,9	Brasileiro	238
39	4,0	20,3	5,9	-82,0	0,79	71,4	19,0	NI	8 307	NI	111,5	38,3	95,5	781,6	77,3	Francês	239
40	10,8	12,2	19,2	83,3	2,33	26,4	17,6	567,7	1 552	368,0	25,1	278,2	269,7	13,1	1,3	Brasileiro	240
41	8,2	12,3	5,2	324,9	2,21	26,5	12,3	384,3	9 890	36,0	119,4	142,0	154,4	72,9	7,3	Brasileiro	241
42	30,9	31,2	1,9	6,2	0,98	75,3	9,6	154,3	6 497	24,5	101,4	10,2	27,4	-	-	Brasileiro	242
43	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	7 000	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	243
44	12,1	17,1	5,6	365,3	1,23	55,0	28,4	267,1	7 040	36,5	137,5	206,2	69,8	207,5	20,9	Brasileiro	244
45	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	245
46	7,5	-0,7	2,9	80,1	1,80	31,3	3,0	308,3	88	1 963,5	8,2	222,1	103,2	-	-	Espanhol	246
47	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	247
48	2,8	1,2	7,6	48,7	0,38	49,1	41,9	524,4	2 308	230,4	142,3	35,9	392,9	NI	NI	Estatal	248
49	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	859	NI	26,4	8,5	NI	761,0	78,3	Nipo-america.	249
50	264,2	-275,1	-13,9	80,3	0,52	94,1	74,7	264,3	3 211	92,1	108,5	417,8	-93,2	2,7	0,3	Brasileiro	250

500 MAIORES | VENDAS | 201 - 250

Vendas ajustadas pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas por esta revista
Data do balanço diferente de 31/12/2009 B. Ebitda publicado pela empresa B. Bônus Guia EXAME de Sustentabilidade/Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado * Não classificado
As empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009

500 MAIORES

VENDAS

ORDEN 2009	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO		RENT
			VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	
251	215 M. Dias Branco ^{2,6} , Eusébio, CE	Bens de Consumo	970,2	-19,6	146,8	200,4	856,4	845,6	16,3
252	412 BM&F Bovespa ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	966,7	NA	424,1	506,0	11 602,5	11 319,6	3,6
253	296 Serpro ^{2,6} , Brasília, DF	Indústria Digital	965,8	12,0	13,9	24,8	602,8	593,1	2,3
254	286 Cauê ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	963,4	9,6	201,1	297,4	1 060,6	1 028,7	17,8
255	188 Ultrafertil ^{2,6} , Cubatão, SP	Química e Petroquímica	957,8	-29,9	-41,7	-24,4	375,8	365,9	11,1
256	335 Drogarias Pacheco ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	949,3	22,3	15,2	16,4	127,8	126,6	NA
257	191 BBA ^{2,6} , Contagem, MG	Siderurgia e Metalurgia	948,9	-29,5	61,0	103,2	370,7	367,1	2,2
258	252 Tigre ^{2,6,8} , Joinville, SC	Indústria da Construção	947,7	-9,1	68,0	78,8	402,4	399,7	2,0
259	288 Vonpar ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Bens de Consumo	942,2	7,6	78,7	94,2	310,7	303,7	2,4
260	290 Cemar ^{2,6} , São Luís, MA	Energia	937,2	7,5	129,1	113,9	456,5	419,1	2,4
261	281 Valeo ² , Itatiba, SP	Autoindústria	936,8	NA	NI	NI	NI	NI	NI
262	276 Lojas CEM ^{3,6} , Salto, SP	Varejo	934,6	1,3	54,6	66,7	394,3	393,5	13,1
263	349 Droga Raia ^{3,6} , São Paulo, SP	Varejo	933,6	30,8	1,2	0,0	54,0	51,3	2,1
264	239 Cooxup ^{4,2,6} , Guaxupé, MG	Atacado	927,8	-14,6	13,1	21,0	185,2	182,5	7,1
265	278 CCB ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	927,2	1,3	91,7	92,2	587,6	568,8	13,1
266	- Brazil Trading ² , Vitória, ES	Atacado	922,9	NI	NI	79,3	NI	279,6	NA
267	298 CEB Distribuição ^{3,6} , Brasília, DF	Energia	919,7	7,3	15,8	12,0	259,1	245,9	6,1
268	630 Medley ¹ , Campinas, SP	Farmacêutico	918,8	NA	NI	NI	NI	NI	NI
269	332 Parmalat ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	918,1	NA	NI	NI	NI	NI	NI
270	254 TRW ² , Limeira, SP	Autoindústria	904,0	NA	NI	NI	NI	NI	NI
271	345 GR ^{2,6,7} , São Paulo, SP	Serviços	902,2	1,3	-10,1	-4,3	73,6	71,0	13,7
272	316 AstraZeneca ^{2,6} , Cotia, SP	Farmacêutico	899,5	9,9	59,8	59,6	143,6	142,5	NA
273	227 Mahle ^{2,6} , Mogi Guaçu, SP	Autoindústria	899,1	-21,9	33,0	30,8	332,2	322,5	9,4
274	500 Casa da Moeda ^{2,6} , Brasília, DF	Serviços	898,5	84,5	129,4	189,6	352,3	348,0	32,6
275	297 Angeloni ^{2,6} , Criciúma, SC	Varejo	898,2	4,2	18,2	22,9	217,6	210,8	7,7
276	199 Cummins ² , Guarulhos, SP	Autoindústria	891,2	NA	NI	NI	NI	NI	NI
277	307 Unimed BH ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Serviços	881,6	5,8	50,5	63,2	263,3	259,5	9,2
278	50 ArcelorMittal Tubarão ^{2,6} , Vitória, ES	Siderurgia e Metalurgia	874,0	NA	24,7	37,5	157,7	145,5	5,7
279	279 DPaschoal ^{2,6} , Campinas, SP	Varejo	869,8	-4,9	12,8	14,5	136,8	136,2	9,3
280	323 Hospital Albert Einstein ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	869,0	8,5	23,9	43,2	781,5	765,2	3,1
281	269 Grupo Júlio Simões ^{2,6} , São Paulo, SP	Transporte	867,2	-8,1	57,3	36,2	227,4	204,1	24,3
282	299 Itaútec ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria Digital	866,3	1,4	14,2	30,9	287,1	284,9	4,8
283	293 Sanepar ^{3,6,8} , Curitiba, PR	Serviços	861,7	-0,6	114,9	79,2	1 247,0	1 169,1	9,1
284	231 Scania ¹ , São Bernardo do Campo, SP	Autoindústria	859,5	NA	NI	NI	NI	NI	NI
285	257 Engevix ^{2,6} , Barueri, SP	Indústria da Construção	859,1	-15,6	64,4	71,5	136,9	136,7	36,3
286	328 Golden Cross ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Serviços	858,4	8,3	2,3	1,2	104,5	100,6	2,1
287	336 UTC Engenharia ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	857,5	10,6	68,6	63,0	161,0	159,5	11,1
288	355 SPDM ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	852,7	19,3	40,3	55,3	54,1	51,7	14,4
289	285 Holcim ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	851,0	-4,2	55,1	146,6	234,2	219,6	23,5
290	192 MWM Internacional Motores ² , São Paulo, SP	Autoindústria	850,0	NA	NI	NI	NI	NI	NI
291	292 Ajinomoto ^{2,7} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	845,4	NA	NI	NI	NI	NI	NI
292	347 Supermercado Condor ² , Curitiba, PR	Varejo	842,1	NA	NI	NI	NI	NI	NI
293	189 Albras ^{2,6,8,8} , Barcarena, PA	Siderurgia e Metalurgia	833,6	-38,5	18,9	88,1	1 206,4	1 185,6	1,6
294	352 Intermédica ^{2,6} , São Paulo, SP	Serviços	829,3	14,0	32,1	31,7	79,5	77,0	28,5
295	205 Tupy ^{2,6} , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	826,5	-32,7	86,8	90,0	515,7	499,2	15,7
296	- Terracap ^{2,6} , Brasília, DF	Diversos	822,8	30,5	265,7	299,8	618,9	616,6	34,6
297	284 Lar ^{3,6} , Medianeira, PR	Produção Agropecuária	822,7	-8,2	12,2	16,1	194,2	188,2	6,1
298	338 Lilly ² , São Paulo, SP	Farmacêutico	819,0	NA	NI	NI	NI	NI	NI
299	337 Arcor ^{2,6} , Uberlândia, MG	Atacado	815,8	6,7	59,4	66,2	200,3	198,4	26,9
300	289 Clariant ^{2,6} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	813,7	-7,0	40,1	46,3	122,3	119,1	20,0

1. Vendas estim.
7. Data do balanço
Obs.: as empresas



280º ALBERT EINSTEIN

O hospital obteve em 2009 uma receita de 869 milhões de dólares, ou 8,5% mais que em 2008

558,3 MILHÕES

de dólares foi o Ebitda da BM&F Bovespa em 2009

RANKING	RENTABILIDADE			CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)		ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO		CONTROLE AÇIONÁRIO	ORDEM 2009
	LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)	SOBRE VENDAS (em %)		GERAL (em %)	LONGO PRAZO (em %)	VALOR (em US\$ milhões)	% DAS VENDAS										
163	22,5	15,1	78,3	1,38	19,9	5,6	361,2	6 347	54,2	115,2	111,1	203,9	6,7	0,7	Brasileiro	251		
3,6	4,4	43,9	1 008,4	2,16	6,9	2,4	806,4	1 079	717,7	154,0	98,7	558,3	-	-	Brasileiro	252		
2,3	4,1	1,4	257,6	1,54	47,2	24,9	844,1	10 618	80,0	583,4	120,9	124,0	-	-	Estatal	253		
17,8	27,1	20,9	34,2	0,69	38,4	24,3	492,6	2 123	235,6	66,5	228,0	200,8	7,9	0,8	Brasileiro	254		
11,1	-6,7	-4,4	16,3	1,18	44,7	9,5	39,0	1 686	23,1	82,0	74,9	42,4	10,6	1,1	Brasileiro	255		
NA	12,9	1,6	77,6	1,43	57,5	7,7	203,6	9 276	25,8	99,6	36,2	23,7	-	-	Brasileiro	256		
2,2	20,8	6,4	-13,2	1,14	37,1	0,6	242,8	2 160	113,3	56,9	223,0	35,2	46,9	4,9	Inglês	257		
6,0	18,7	7,2	186,4	1,44	41,5	14,7	460,1	2 958	158,7	115,7	211,3	149,5	20,9	2,2	Brasileiro	258		
2,4	28,6	8,4	143,4	1,27	45,8	16,5	485,2	3 084	166,9	53,2	273,1	102,5	-	-	Brasileiro	259		
2,4	25,2	13,8	213,8	0,69	69,9	51,0	495,3	1 313	381,0	34,2	231,9	293,3	-	-	Brasileiro	260		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	4 300	NI	NI	NI	NI	46,8	5,0	Francês	261		
13,1	16,1	5,8	393,8	3,45	27,3	5,5	NI	NI	NI	NI	212,4	87,9	NI	NI	Brasileiro	262		
2,1	0,0	0,1	20,8	0,86	84,6	27,2	159,7	5 961	29,1	88,2	27,1	14,0	NI	NI	Brasileiro	263		
7,1	11,5	1,4	160,7	1,16	76,6	11,5	82,8	1 941	43,3	40,3	22,1	8,5	310,0	33,4	Brasileiro	264		
13,1	13,6	9,9	103,5	0,94	35,2	16,2	290,1	1 549	189,6	55,5	230,7	189,3	-	-	Português	265		
NA	28,4	NI	203,3	4,30	22,1	2,3	NI	20	NI	0,7	300,4	NI	-	-	Estatal	266		
6,1	4,9	1,7	-76,5	0,71	71,1	37,6	427,2	661	642,9	NI	255,3	47,7	NI	NI	Estatal	267		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 620	NI	NI	NI	NI	-	-	Brasileiro	268		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	269		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	4 242	NI	106,9	215,2	NI	69,6	7,7	Americano	270		
13,7	-6,1	-1,1	17,9	0,58	79,4	45,3	402,7	25 794	15,2	246,8	71,9	43,4	2,3	0,3	Inglês	271		
NA	NA	6,7	107,9	3,44	23,6	4,9	235,8	1 174	NA	95,5	66,5	99,1	0,8	0,1	Anglo-sueco	272		
9,4	9,0	3,7	192,1	0,99	52,5	32,7	360,5	5 926	55,8	184,5	189,7	121,2	253,1	28,2	Brasileiro	273		
32,6	48,2	14,4	150,0	1,55	42,6	3,9	349,5	2 298	158,6	77,6	16,2	201,3	-	-	Estatal	274		
7,7	10,0	2,0	62,2	0,97	49,3	16,3	118,3	8 504	14,8	78,0	147,9	-4,5	0,1	0,0	Brasileiro	275		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 252	NI	NI	206,4	NI	56,4	6,3	Americano	276		
19,2	24,4	5,7	120,7	1,57	42,7	10,9	124,0	2 014	70,5	26,8	12,5	72,5	-	-	Brasileiro	277		
15,7	25,8	2,8	NA	NA	18,1	4,1	29,4	160	180,2	4,7	238,7	13,0	-	-	Anglo-indiano	278		
9,3	10,7	1,5	105,8	1,68	55,2	4,9	151,0	3 743	39,7	79,5	32,3	17,4	-	-	Brasileiro	279		
3,1	5,6	2,8	326,0	1,62	26,7	15,7	286,1	7 624	39,9	245,8	NI	70,2	-	-	Brasileiro	280		
24,3	17,0	6,6	-142,7	0,38	79,2	43,6	418,9	14 652	34,0	100,3	74,6	133,5	-	-	Brasileiro	281		
4,8	10,6	1,6	204,7	1,42	55,2	21,2	250,6	6 218	42,0	145,4	87,4	81,8	7,1	0,8	Brasileiro	282		
9,1	6,6	13,3	-6,1	0,24	57,0	48,6	492,4	6 727	74,6	188,8	60,6	340,6	NI	NI	Estatal	283		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Alemão	284		
36,3	40,4	7,5	217,5	1,63	58,2	31,1	257,3	2 630	102,0	18,4	63,6	115,9	21,3	2,5	Brasileiro	285		
2,1	1,2	0,3	-63,6	0,94	74,7	20,2	8,3	1 179	7,1	31,1	7,2	-31,9	NI	NI	Brasileiro	286		
11,1	38,1	8,0	127,5	1,51	57,4	11,0	428,5	8 552	59,4	228,6	60,7	107,1	174,9	20,4	Brasileiro	287		
2,4	106,9	4,7	80,2	0,97	81,9	29,4	642,5	25 439	26,8	567,7	NI	67,3	NI	NI	Brasileiro	288		
23,5	66,8	6,5	57,1	0,50	67,2	43,9	NI	2 158	NI	90,6	186,1	123,9	-	-	Suíço	289		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 058	NI	NI	NI	NI	180,0	21,2	Americano	290		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 200	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Japonês	291		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	5 848	NI	NI	NI	NI	-	-	Brasileiro	292		
1,6	7,4	2,3	-107,1	1,92	34,0	13,6	-65,7	1 219	-51,2	43,6	6,6	-32,4	785,3	94,2	Brasileiro	293		
28,5	28,7	3,9	13,3	1,04	68,7	16,4	140,3	7 015	20,8	125,7	28,9	42,7	-	-	Brasileiro	294		
15,7	16,8	10,5	187,0	0,92	59,4	37,2	311,2	7 453	39,9	150,2	126,3	77,9	240,4	29,1	Brasileiro	295		
34,6	39,2	32,3	142,4	1,74	54,2	17,6	592,4	650	899,7	68,8	41,8	652,4	-	-	Estatal	296		
6,1	8,3	1,5	25,9	0,92	64,6	19,3	129,6	4 922	27,6	46,6	22,1	21,2	NI	NI	Brasileiro	297		
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	657	NI	NI	60,0	NI	13,2	1,6	Americano	298		
26,9	30,2	7,3	130,6	1,84	40,7	5,5	NI	1 577	NI	NI	149,0	44,9	-	-	Brasileiro	299		
20,0	23,5	4,9	75,9	1,11	60,1	27,1	233,4	1 667	137,7	94,8	180,1	72,5	66,2	8,1	Suíço	300		

1. Vendas estimadas pela revista. 2. Vendas informadas por meio de questionário. 3. Vendas extraídas da demonstração contábil. 4. Vendas em moeda constante. 5. Controle acionário em maio de 2010. 6. Informações ajustadas calculadas pela revista. 7. Data do balanço referente de 31/12/2009. 8. Ebitda publicado pela empresa. B. Bônus: Guia EXAME de Sustentabilidade. Guia EXAME - A. Menores empresas para Você Popólar. NA - Não aplicável. NI - Não informado. * Não classificadas. Obs.: as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009.

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO		
			VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	
301	514	Mendes Júnior ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	807,8	72,6	71,8	75,7	211,9	211,6
302	280	Agrenco ¹ , São Paulo, SP	Atacado	806,5	NA	NI	NI	NI	NI
303	373	Móveis Gazin ^{2,6,8} , Douradina, PR	Varejo	804,8	17,3	25,3	28,2	119,8	118,7
304	341	Coop ^{2,6} , Santo André, SP	Varejo	801,8	6,3	10,3	13,0	138,1	135,8
305	246	Bridgestone ¹ , Santo André, SP	Autoindústria	801,0	NA	NI	NI	NI	NI
306	226	Rexam ¹ , Rio de Janeiro, RJ	Siderurgia e Metalurgia	799,6	NA	NI	NI	NI	NI
307	325	Enersul ^{2,6} , Campo Grande, MS	Energia	798,6	0,1	50,4	45,2	561,9	544,0
308	238	Rio Polímeros ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Química e Petroquímica	798,5	-27,1	44,0	23,2	827,6	778,9
309	551	Namisa ^{2,6} , Congonhas, MG	Mineração	789,4	NA	401,8	526,7	5 656,4	5 644,8
310	271	J. Macêdo ^{2,6,8} , Fortaleza, CE	Bens de Consumo	789,2	-16,1	0,7	26,3	156,6	153,5
311	311	Philip Morris ¹ , Curitiba, PR	Bens de Consumo	786,5	NA	NI	NI	NI	NI
312	306	Bianchini ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Bens de Consumo	786,3	-5,7	15,6	16,4	132,4	130,6
313	301	Comigo ^{2,6} , Rio Verde, GO	Atacado	785,3	-7,7	16,2	24,8	233,8	229,1
314	454	TAG ^{3,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Transporte	785,2	NA	586,3	510,0	1 935,6	1 849,6
315	303	Vicunha ^{3,6} , Fortaleza, CE	Têxtil	781,6	-5,6	-123,6	-16,8	301,8	288,0
316	282	Oxiteno NE ^{2,6} , Camaçari, BA	Química e Petroquímica	776,2	-13,5	31,8	43,9	443,9	434,4
317	267	Magnesita ^{3,6} , Contagem, MG	Mineração	764,7	-19,8	-28,7	-17,2	1 307,0	1 275,2
318	272	Motorola ¹ , Jaguariúna, SP	Eletroeletrônico	761,2	NA	NI	NI	NI	NI
319	381	Servimed ^{1,6} , Bauru, SP	Atacado	759,6	13,5	20,9	22,5	58,0	57,2
320	351	Metró ^{3,6,8} , São Paulo, SP	Transporte	759,1	3,0	-57,4	-84,7	7 296,4	7 072,5
321	406	Supermercados BH ² , Belo Horizonte, MG	Varejo	758,1	NA	NI	NI	NI	NI
322	350	Corsan ^{2,6,8} , Porto Alegre, RS	Serviços	754,7	2,2	126,7	124,9	545,8	518,7
323	229	Fosfertil ^{2,6} , Uberaba, MG	Química e Petroquímica	752,1	-34,6	-158,8	-87,6	1 028,6	1 017,5
324	324	Cocamar ^{2,6} , Maringá, PR	Produção Agropecuária	752,0	-5,8	17,2	22,7	254,1	247,9
325	262	Magneti Marelli ¹ , Contagem, MG	Autoindústria	742,5	NA	NI	NI	NI	NI
326	377	Usina Caeté ¹ , Maceió, AL	Energia	742,2	NA	NI	NI	NI	NI
327	353	Cosern ^{2,6,8} , Natal, RN	Energia	741,1	2,3	92,4	113,2	441,2	428,0
328	-	Sotreq ^{2,6} , Sumaré, SP	Varejo	739,9	NI	52,9	71,0	213,1	213,0
329	445	Maxion ^{2,6} , Cruzeiro, SP	Autoindústria	739,8	31,0	37,9	31,7	282,3	277,1
330	331	Alliance One ¹ , Vera Cruz, RS	Bens de Consumo	739,2	NA	NI	NI	NI	NI
331	376	Embasa ^{2,6,8} , Salvador, BA	Serviços	738,1	8,5	124,0	190,7	2 465,6	2 377,7
332	317	Coteminas ^{2,6} , Montes Claros, MG	Têxtil	730,5	-10,3	-35,4	-17,1	820,2	800,3
333	258	Randon ^{2,6,8} , Caxias do Sul, RS	Autoindústria	727,9	-28,5	51,0	79,3	513,5	508,1
334	314	Localiza ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Transporte	727,8	-11,6	49,4	58,7	367,8	349,6
335	409	EMS Sigma Pharma ^{3,6} , Hortolândia, SP	Farmacêutico	727,2	16,7	90,6	99,6	352,2	348,9
336	364	Atlas Schindler ^{2,6} , São Paulo, SP	Bens de Capital	725,9	3,8	88,7	87,3	141,3	135,8
337	358	Algar Agro ^{2,6} , Uberlândia, MG	Produção Agropecuária	725,5	2,2	7,7	7,6	94,5	91,4
338	329	Villares Metals ^{3,6,7} , Sumaré, SP	Siderurgia e Metalurgia	724,2	NA	34,9	42,2	327,4	309,1
339	295	Carol ¹ , Orlândia, SP	Produção Agropecuária	723,8	NA	NI	NI	NI	NI
340	432	Gafisa ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	719,0	23,7	72,6	122,6	1 336,2	1 335,7
341	344	Lojas Colombo ^{2,6,8} , Farroupilha, RS	Varejo	715,4	-4,7	0,7	3,2	153,1	151,6
342	-	Prada ^{2,6} , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	714,0	NA	-55,5	-46,5	281,5	277,8
343	370	CPTM ^{2,6} , São Paulo, SP	Transporte	713,4	3,7	-180,3	-203,1	3 330,8	3 210,5
344	363	Lojas Yamada ^{3,6,8} , Belém, PA	Varejo	709,8	1,5	6,2	5,2	37,9	36,2
345	249	BHP Billiton ^{1,7} , Rio de Janeiro, RJ	Mineração	706,7	NA	NI	NI	NI	NI
346	236	VarigLog ¹ , São Paulo, SP	Transporte	702,6	NA	NI	NI	NI	NI
347	425	Eurofarma ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Farmacêutico	696,3	17,4	86,7	89,5	270,5	261,1
348	210	Lanxess ^{3,6} , Duque de Caxias, RJ	Química e Petroquímica	695,2	-44,0	-34,6	-17,5	238,2	232,1
349	327	Universal Leaf ² , Santa Cruz do Sul, RS	Bens de Consumo	692,1	NA	NI	NI	NI	NI
350	375	AutoBan ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	690,7	1,1	205,9	177,7	274,3	251,3

340º GAFISA

Em 2009, a construtora cresceu 23,7% e faturou 719 milhões de dólares

29,8%

foi a rentabilidade sobre vendas da concessionária AutoBan em 2009

PRODUTIVIDADE		CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em % índice)		ENDIVIDAMENTO (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO (em US\$ milhões)		CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEM 2009
GERAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)		GERAL	LONGO PRAZO	GERAL	LONGO PRAZO							VALOR	% DAS VENDAS		
35,8	8,9	148,7	2,27	39,8	5,7	403,9	6 278	64,5	157,7	64,8	105,3	-	-	Brasileiro	301	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	302	
22,4	3,1	91,8	1,32	67,1	5,9	176,8	3 809	49,3	60,4	122,5	48,5	8,0	1,0	Brasileiro	303	
9,0	1,3	80,4	1,53	44,9	9,0	110,0	4 261	26,8	129,7	69,2	-12,8	-	-	Brasileiro	304	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Japonês	305	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Inglês	306	
7,7	6,3	55,2	0,80	52,8	36,6	401,4	829	513,6	39,0	202,3	136,4	-	-	Brasileiro	307	
3,0	5,5	-126,2	0,37	56,1	38,1	79,2	422	212,0	27,2	150,3	34,6	136,8	17,1	Brasileiro	308	
8,9	50,9	NA	NA	19,9	14,4	NI	495	NI	10,5	4,5	90,3	763,6	96,7	Brasileiro	309	
16,8	0,1	53,0	1,09	56,1	16,3	NI	2 886	NI	60,0	99,1	21,4	-	-	Brasileiro	310	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 400	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	311	
12,2	2,0	60,6	1,69	44,7	0,3	21,3	750	28,6	12,5	8,7	3,1	696,1	88,5	Brasileiro	312	
10,5	2,1	113,4	1,38	47,6	9,8	107,8	1 742	63,4	36,7	43,7	91,1	29,5	3,8	Brasileiro	313	
NI	NA	74,7	870,0	0,54	72,1	50,6	678,9	19	36 698,3	NI	NI	0,5	NI	Brasileiro	314	
9,0	-5,8	-15,8	45,1	0,78	65,0	25,8	129,7	10 389	12,4	NI	119,9	55,4	NI	Brasileiro	315	
8,9	4,1	163,7	1,56	30,5	14,2	87,0	286	306,2	4,8	125,9	68,6	146,8	18,9	Brasileiro	316	
-1,4	-3,7	236,2	0,73	43,0	30,1	396,0	5 488	69,5	NI	167,7	140,8	122,6	16,0	Brasileiro	317	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	4 000	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	318	
37,6	2,7	51,0	1,23	69,1	15,7	62,4	1 440	43,7	23,8	20,4	26,5	-	-	Brasileiro	319	
-1,2	-7,6	-25,8	0,61	16,1	9,5	427,6	8 278	53,1	441,6	44,9	-5,1	NI	NI	Estatal	320	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	6 000	NI	NI	190,4	NI	-	-	Brasileiro	321	
21,9	22,7	16,8	-19,1	0,41	52,7	36,0	468,9	4 703	103,1	214,8	70,6	210,8	-	Estatal	322	
35,4	-8,6	-21,1	210,1	2,24	17,2	4,6	-95,1	1 129	-83,4	31,9	14,8	-117,5	0,0	0,0	Brasileiro	323
6,7	9,0	2,3	135,6	1,17	52,1	22,3	70,1	1 768	37,0	31,6	26,6	74,7	88,0	11,7	Brasileiro	324
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Italiano	325	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	326	
23	21,7	12,5	-34,4	0,99	54,7	21,0	399,1	734	542,6	27,4	206,0	144,1	-	-	Brasileiro	327
27	26,5	7,2	64,8	1,18	68,9	16,9	223,5	2 710	77,8	42,6	70,0	66,4	2,6	0,4	Brasileiro	328
29	11,0	5,1	56,7	0,82	57,8	26,7	230,2	5 846	41,7	122,2	133,5	83,4	80,3	10,9	Brasileiro	329
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Suíço	330	
30	8,0	16,8	158,0	0,62	25,2	19,5	NI	3 587	NI	121,0	71,9	184,2	-	Estatal	331	
33	-2,1	-4,9	256,8	1,53	30,2	13,3	140,4	12 049	11,6	150,2	90,3	22,4	171,2	23,4	Brasileiro	332
35	14,9	7,0	273,5	1,16	41,6	26,5	128,0	3 471	34,6	76,6	137,2	43,0	70,7	9,7	Brasileiro	333
37,8	16,0	6,8	-190,3	0,33	67,9	29,5	207,4	2 865	77,1	68,6	12,9	209,2	-	-	Brasileiro	334
21,3	23,6	12,5	223,5	2,16	36,4	24,8	NI	NI	NI	NI	114,3	143,8	NI	NI	Brasileiro	335
37	38,0	12,2	-74,2	0,92	74,2	14,6	335,8	4 096	82,4	141,7	110,2	145,3	34,2	4,7	Espanhol	336
38	8,0	1,1	44,5	0,93	80,3	17,9	65,0	334	198,8	13,2	NI	25,1	350,4	48,3	Brasileiro	337
35	10,8	4,8	4,1	0,95	43,2	4,5	NI	NI	NI	NI	142,6	83,2	NI	NI	Austríaco	338
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	339	
33	9,0	10,1	764,7	1,06	59,0	37,5	218,0	4 478	64,3	105,2	22,1	84,2	-	-	Brasileiro	340
34	2,1	0,1	-40,3	0,88	63,7	2,9	112,8	6 679	16,6	72,5	131,5	-1,8	-	-	Brasileiro	341
39,7	-16,7	-7,8	176,7	3,54	20,6	2,8	80,9	1 727	49,3	42,5	191,3	-1,6	-	-	Brasileiro	342
34	-5,4	-6,3	-25,3	-131,7	0,24	17,1	11,7	151,7	6 720	23,3	270,8	19,4	-59,6	-	Estatal	343
35,2	15,2	13,3	0,9	8,7	0,91	88,9	16,6	87,9	7 109	12,3	55,3	NI	4,5	NI	Brasileiro	344
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Australiano	345
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	346
31,6	33,7	12,4	30,9	0,68	48,8	24,3	438,4	3 199	138,3	186,3	85,2	157,1	3,1	0,4	Brasileiro	347
34,5	-7,5	-5,0	-78,7	1,17	62,4	14,0	NI	NI	NI	NI	NI	13,3	NI	NI	Alemão	348
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 180	NI	44,0	NI	NI	692,1	100,0	Americano	349
46,4	42,3	29,8	-199,7	0,34	73,6	48,0	541,5	1 249	440,6	NI	NI	427,2	NI	NI	Brasileiro	350

500 MAIORES | VENDAS | 301 - 350

Índices criados pela revista. 1. Vendas informadas pelo formulário questionário. 2. Vendas extras das demonstrações contábeis. 3. Vendas em moeda constante. 4. Controle acionário em maio de 2010. 5. Informações baseadas nos dados da empresa referentes ao período de 12 meses anteriores a 31/12/2009. 6. Empresa pública de capital aberto. 7. Não foi possível obter o valor. 8. Não foi possível obter o valor. 9. Não foi possível obter o valor. 10. Não foi possível obter o valor. 11. Não foi possível obter o valor. 12. Não foi possível obter o valor. 13. Não foi possível obter o valor. 14. Não foi possível obter o valor. 15. Não foi possível obter o valor. 16. Não foi possível obter o valor. 17. Não foi possível obter o valor. 18. Não foi possível obter o valor. 19. Não foi possível obter o valor. 20. Não foi possível obter o valor. 21. Não foi possível obter o valor. 22. Não foi possível obter o valor. 23. Não foi possível obter o valor. 24. Não foi possível obter o valor. 25. Não foi possível obter o valor. 26. Não foi possível obter o valor. 27. Não foi possível obter o valor. 28. Não foi possível obter o valor. 29. Não foi possível obter o valor. 30. Não foi possível obter o valor. 31. Não foi possível obter o valor. 32. Não foi possível obter o valor. 33. Não foi possível obter o valor. 34. Não foi possível obter o valor. 35. Não foi possível obter o valor. 36. Não foi possível obter o valor. 37. Não foi possível obter o valor. 38. Não foi possível obter o valor. 39. Não foi possível obter o valor. 40. Não foi possível obter o valor. 41. Não foi possível obter o valor. 42. Não foi possível obter o valor. 43. Não foi possível obter o valor. 44. Não foi possível obter o valor. 45. Não foi possível obter o valor. 46. Não foi possível obter o valor. 47. Não foi possível obter o valor. 48. Não foi possível obter o valor. 49. Não foi possível obter o valor. 50. Não foi possível obter o valor. 51. Não foi possível obter o valor. 52. Não foi possível obter o valor. 53. Não foi possível obter o valor. 54. Não foi possível obter o valor. 55. Não foi possível obter o valor. 56. Não foi possível obter o valor. 57. Não foi possível obter o valor. 58. Não foi possível obter o valor. 59. Não foi possível obter o valor. 60. Não foi possível obter o valor. 61. Não foi possível obter o valor. 62. Não foi possível obter o valor. 63. Não foi possível obter o valor. 64. Não foi possível obter o valor. 65. Não foi possível obter o valor. 66. Não foi possível obter o valor. 67. Não foi possível obter o valor. 68. Não foi possível obter o valor. 69. Não foi possível obter o valor. 70. Não foi possível obter o valor. 71. Não foi possível obter o valor. 72. Não foi possível obter o valor. 73. Não foi possível obter o valor. 74. Não foi possível obter o valor. 75. Não foi possível obter o valor. 76. Não foi possível obter o valor. 77. Não foi possível obter o valor. 78. Não foi possível obter o valor. 79. Não foi possível obter o valor. 80. Não foi possível obter o valor. 81. Não foi possível obter o valor. 82. Não foi possível obter o valor. 83. Não foi possível obter o valor. 84. Não foi possível obter o valor. 85. Não foi possível obter o valor. 86. Não foi possível obter o valor. 87. Não foi possível obter o valor. 88. Não foi possível obter o valor. 89. Não foi possível obter o valor. 90. Não foi possível obter o valor. 91. Não foi possível obter o valor. 92. Não foi possível obter o valor. 93. Não foi possível obter o valor. 94. Não foi possível obter o valor. 95. Não foi possível obter o valor. 96. Não foi possível obter o valor. 97. Não foi possível obter o valor. 98. Não foi possível obter o valor. 99. Não foi possível obter o valor. 100. Não foi possível obter o valor. 101. Não foi possível obter o valor. 102. Não foi possível obter o valor. 103. Não foi possível obter o valor. 104. Não foi possível obter o valor. 105. Não foi possível obter o valor. 106. Não foi possível obter o valor. 107. Não foi possível obter o valor. 108. Não foi possível obter o valor. 109. Não foi possível obter o valor. 110. Não foi possível obter o valor. 111. Não foi possível obter o valor. 112. Não foi possível obter o valor. 113. Não foi possível obter o valor. 114. Não foi possível obter o valor. 115. Não foi possível obter o valor. 116. Não foi possível obter o valor. 117. Não foi possível obter o valor. 118. Não foi possível obter o valor. 119. Não foi possível obter o valor. 120. Não foi possível obter o valor. 121. Não foi possível obter o valor. 122. Não foi possível obter o valor. 123. Não foi possível obter o valor. 124. Não foi possível obter o valor. 125. Não foi possível obter o valor. 126. Não foi possível obter o valor. 127. Não foi possível obter o valor. 128. Não foi possível obter o valor. 129. Não foi possível obter o valor. 130. Não foi possível obter o valor. 131. Não foi possível obter o valor. 132. Não foi possível obter o valor. 133. Não foi possível obter o valor. 134. Não foi possível obter o valor. 135. Não foi possível obter o valor. 136. Não foi possível obter o valor. 137. Não foi possível obter o valor. 138. Não foi possível obter o valor. 139. Não foi possível obter o valor. 140. Não foi possível obter o valor. 141. Não foi possível obter o valor. 142. Não foi possível obter o valor. 143. Não foi possível obter o valor. 144. Não foi possível obter o valor. 145. Não foi possível obter o valor. 146. Não foi possível obter o valor. 147. Não foi possível obter o valor. 148. Não foi possível obter o valor. 149. Não foi possível obter o valor. 150. Não foi possível obter o valor. 151. Não foi possível obter o valor. 152. Não foi possível obter o valor. 153. Não foi possível obter o valor. 154. Não foi possível obter o valor. 155. Não foi possível obter o valor. 156. Não foi possível obter o valor. 157. Não foi possível obter o valor. 158. Não foi possível obter o valor. 159. Não foi possível obter o valor. 160. Não foi possível obter o valor. 161. Não foi possível obter o valor. 162. Não foi possível obter o valor. 163. Não foi possível obter o valor. 164. Não foi possível obter o valor. 165. Não foi possível obter o valor. 166. Não foi possível obter o valor. 167. Não foi possível obter o valor. 168. Não foi possível obter o valor. 169. Não foi possível obter o valor. 170. Não foi possível obter o valor. 171. Não foi possível obter o valor. 172. Não foi possível obter o valor. 173. Não foi possível obter o valor. 174. Não foi possível obter o valor. 175. Não foi possível obter o valor. 176. Não foi possível obter o valor. 177. Não foi possível obter o valor. 178. Não foi possível obter o valor. 179. Não foi possível obter o valor. 180. Não foi possível obter o valor. 181. Não foi possível obter o valor. 182. Não foi possível obter o valor. 183. Não foi possível obter o valor. 184. Não foi possível obter o valor. 185. Não foi possível obter o valor. 186. Não foi possível obter o valor. 187. Não foi possível obter o valor. 188. Não foi possível obter o valor. 189. Não foi possível obter o valor. 190. Não foi possível obter o valor. 191. Não foi possível obter o valor. 192. Não foi possível obter o valor. 193. Não foi possível obter o valor. 194. Não foi possível obter o valor. 195. Não foi possível obter o valor. 196. Não foi possível obter o valor. 197. Não foi possível obter o valor. 198. Não foi possível obter o valor. 199. Não foi possível obter o valor. 200. Não foi possível obter o valor. 201. Não foi possível obter o valor. 202. Não foi possível obter o valor. 203. Não foi possível obter o valor. 204. Não foi possível obter o valor. 205. Não foi possível obter o valor. 206. Não foi possível obter o valor. 207. Não foi possível obter o valor. 208. Não foi possível obter o valor. 209. Não foi possível obter o valor. 210. Não foi possível obter o valor. 211. Não foi possível obter o valor. 212. Não foi possível obter o valor. 213. Não foi possível obter o valor. 214. Não foi possível obter o valor. 215. Não foi possível obter o valor. 216. Não foi possível obter o valor. 217. Não foi possível obter o valor. 218. Não foi possível obter o valor. 219. Não foi possível obter o valor. 220. Não foi possível obter o valor. 221. Não foi possível obter o valor. 222. Não foi possível obter o valor. 223. Não foi possível obter o valor. 224. Não foi possível obter o valor. 225. Não foi possível obter o valor. 226. Não foi possível obter o valor. 227. Não foi possível obter o valor. 228. Não foi possível obter o valor. 229. Não foi possível obter o valor. 230. Não foi possível obter o valor. 231. Não foi possível obter o valor. 232. Não foi possível obter o valor. 233. Não foi possível obter o valor. 234. Não foi possível obter o valor. 235. Não foi possível obter o valor. 236. Não foi possível obter o valor. 237. Não foi possível obter o valor. 238. Não foi possível obter o valor. 239. Não foi possível obter o valor. 240. Não foi possível obter o valor. 241. Não foi possível obter o valor. 242. Não foi possível obter o valor. 243. Não foi possível obter o valor. 244. Não foi possível obter o valor. 245. Não foi possível obter o valor. 246. Não foi possível obter o valor. 247. Não foi possível obter o valor. 248. Não foi possível obter o valor. 249. Não foi possível obter o valor. 250. Não foi possível obter o valor. 251. Não foi possível obter o valor. 252. Não foi possível obter o valor. 253. Não foi possível obter o valor. 254. Não foi possível obter o valor. 255. Não foi possível obter o valor. 256. Não foi possível obter o valor. 257. Não foi possível obter o valor. 258. Não foi possível obter o valor. 259. Não foi possível obter o valor. 260. Não foi possível obter o valor. 261. Não foi possível obter o valor. 262. Não foi possível obter o valor. 263. Não foi possível obter o valor. 264. Não foi possível obter o valor. 265. Não foi possível obter o valor. 266. Não foi possível obter o valor. 267. Não foi possível obter o valor. 268. Não foi possível obter o valor. 269. Não foi possível obter o valor. 270. Não foi possível obter o valor. 271. Não foi possível obter o valor. 272. Não foi possível obter o valor. 273. Não foi possível obter o valor. 274. Não foi possível obter o valor. 275. Não foi possível obter o valor. 276. Não foi possível obter o valor. 277. Não foi possível obter o valor. 278. Não foi possível obter o valor. 279. Não foi possível obter o valor. 280. Não foi possível obter o valor. 281. Não foi possível obter o valor. 282. Não foi possível obter o valor. 283. Não foi possível obter o valor. 284. Não foi possível obter o valor. 285. Não foi possível obter o valor. 286. Não foi possível obter o valor. 287. Não foi possível obter o valor. 288. Não foi possível obter o valor. 289. Não foi possível obter o valor. 290. Não foi possível obter o valor. 291. Não foi possível obter o valor. 292. Não foi possível obter o valor. 293. Não foi possível obter o valor. 294. Não foi possível obter o valor. 295. Não foi possível obter o valor. 296. Não foi possível obter o valor. 297. Não foi possível obter o valor. 298. Não foi possível obter o valor. 299. Não foi possível obter o valor. 300. Não foi possível obter o valor. 301. Não foi possível obter o valor. 302. Não foi possível obter o valor. 303. Não foi possível obter o valor. 304. Não foi possível obter o valor. 305. Não foi possível obter o valor. 306. Não foi possível obter o valor. 307. Não foi possível obter o valor. 308. Não foi possível obter o valor. 309. Não foi possível obter o valor. 310. Não foi possível obter o valor. 311. Não foi possível obter o valor. 312. Não foi possível obter o valor. 313. Não foi possível obter o valor. 314. Não foi possível obter o valor. 315. Não foi possível obter o valor. 316. Não foi possível obter o valor. 317. Não foi possível obter o valor. 318. Não foi possível obter o valor. 319. Não foi possível obter o valor. 320. Não foi possível obter o valor. 321. Não foi possível obter o valor. 322. Não foi possível obter o valor. 323. Não foi possível obter o valor. 324. Não foi possível obter o valor. 325. Não foi possível obter o valor. 326. Não foi possível obter o valor. 327. Não foi possível obter o valor. 328. Não foi possível obter o valor. 329. Não foi possível obter o valor. 330. Não foi possível obter o valor. 331. Não foi possível obter o valor. 332. Não foi possível obter o valor. 333. Não foi possível obter o valor. 334. Não foi possível obter o valor. 335. Não foi possível obter o valor. 336. Não foi possível obter o valor. 337. Não foi possível obter o valor. 338. Não foi possível obter o valor. 339. Não foi possível obter o valor. 340. Não foi possível obter o valor. 341. Não foi possível obter o valor. 342. Não foi possível obter o valor. 343. Não foi possível obter o valor. 344. Não foi possível obter o valor. 345. Não foi possível obter o valor. 346. Não foi possível obter o valor. 347. Não foi possível obter o valor. 348. Não foi possível obter o valor. 349. Não foi possível obter o valor. 350. Não foi possível obter o valor.

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009	ORDEM 2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO		2009
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	
351	348	Cosan Alimentos ^{2,6,7} , Tarumã, SP	Energia	687,6	NA	-67,2	-71,4	345,1	326,4	19,5
352	401	Panvel Farmácias ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Varejo	686,7	7,9	13,4	17,1	87,1	86,5	14,6
353	494	Arosuco ^{2,6} , Manaus, AM	Bens de Consumo	684,1	39,2	298,7	385,6	745,7	744,8	27,6
354	400	Aché ^{3,6} , Guarulhos, SP	Farmacêutico	683,7	7,1	123,1	155,1	418,7	413,4	21,4
355	294	Dow Agro ¹ , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	683,6	NA	NI	NI	NI	NI	NI
356	308	Fertipar ^{2,6} , Curitiba, PR	Química e Petroquímica	683,5	-17,4	39,9	52,5	195,7	195,0	2,2
357	383	Trop ^{2,6} , Vitória, ES	Atacado	674,4	1,7	19,0	18,4	19,2	19,2	2,2
358	423	Serasa ^{3,6,7,8} , São Paulo, SP	Serviços	674,0	10,7	131,2	133,3	554,1	548,3	2,2
359	356	Semp Toshiba-AM ^{2,6} , Manaus, AM	Eletroeletrônico	671,6	-5,9	77,6	120,6	782,6	781,8	2,2
360	283	Usiminas Mecânica ² , Belo Horizonte, MG	Bens de Capital	669,4	-25,4	45,3	50,4	351,1	349,1	2,2
361	429	Aethra ^{2,6} , Betim, MG	Autoindústria	669,3	14,5	32,8	33,1	117,9	112,9	5,2
362	468	ALL - Malha Norte ^{2,6} , Cuiabá, MT	Transporte	664,2	26,7	102,4	222,0	276,9	238,8	NA
363	270	Cooperativa Agrária ^{2,6,8} , Guarapuava, PR	Produção Agropecuária	662,0	-29,6	15,6	22,5	359,2	349,7	4,3
364	411	Bombril ^{2,6,8} , São Bernardo do Campo, SP	Bens de Consumo	661,9	7,0	139,2	224,9	-119,5	-120,9	NA
365	304	M&G Polímeros ^{3,6} , Ipojuca, PE	Química e Petroquímica	661,0	-21,5	18,5	10,3	115,6	105,4	6,0
366	263	Alcatel-Lucent ^{2,6} , São Paulo, SP	Eletroeletrônico	660,0	-32,8	4,9	23,2	183,9	183,3	2,6
367	361	Integrada ^{2,6} , Londrina, PR	Atacado	657,9	-6,1	1,8	3,3	79,6	77,7	2,1
368	371	ALL - Malha Sul ^{2,6} , Curitiba, PR	Transporte	645,0	-6,1	-97,9	-120,9	7,0	-26,0	NA
369	529	Refinaria Riograndense ^{2,6,8} , Rio Grande, RS	Química e Petroquímica	643,2	41,9	19,1	17,5	-1,6	-3,2	NA
370	326	Copagaz ^{2,6} , São Paulo, SP	Energia	641,4	-19,4	27,1	27,1	82,6	81,0	30,5
371	404	Energisa PB ^{2,6,8} , João Pessoa, PB	Energia	641,0	1,1	63,4	76,9	397,0	384,8	2,4
372	617	Construcap ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	640,9	81,5	57,4	74,1	262,1	261,2	21,0
373	374	Amico Saúde ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	638,6	-6,7	20,7	25,8	174,0	168,6	11,9
374	232	CEG Rio ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	632,4	-44,4	43,6	40,5	105,9	100,6	33,8
375	385	Treelog ^{2,6} , Osasco, SP	Atacado	630,6	-4,2	-19,5	-19,9	-18,2	-18,5	NA
376	368	Carioca Engenharia ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Indústria da Construção	626,5	-9,1	43,5	51,9	152,8	151,7	2,2
377	415	Prosegur ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Transporte	625,9	2,0	57,3	59,9	248,5	243,9	20,9
378	397	Distribuidora Automotiva ^{3,6} , São Paulo, SP	Atacado	623,5	-2,8	4,8	15,6	225,1	224,7	2,1
379	512	Hermes ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Varejo	621,8	33,1	5,3	5,7	40,9	40,7	2,4
380	309	Votorantim Metais Zinco ^{2,6} , Três Marias, MG	Mineração	617,3	-25,4	137,2	119,7	457,6	424,2	2,2
381		Fiagril ^{2,6} , Lucas do Rio Verde, MT	Atacado	616,7	31,0	10,8	9,9	34,3	32,7	31,4
382	275	Sol Coqueria ^{2,6} , Serra, ES	Siderurgia e Metalurgia	615,3	-33,6	-62,5	45,3	807,2	773,9	7,6
383	652	Voith Hydro ^{3,6,7} , São Paulo, SP	Bens de Capital	613,9	87,8	37,3	35,2	69,7	68,8	NA
384	448	Usina Coruripe ^{1,7} , Coruripe, AL	Energia	613,5	NA	NI	NI	NI	NI	NI
385	456	Hospital Santa Catarina ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	611,2	12,6	8,7	16,2	446,1	435,6	1,9
386	330	Cotia Trading ^{2,6} , Vitória, ES	Atacado	610,0	-21,1	5,5	6,1	41,4	41,3	2,1
387	382	Universidade Estácio de Sá ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Serviços	608,5	-8,9	-5,4	-6,6	60,5	57,6	2,9
388	499	Supermix ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Indústria da Construção	607,4	24,2	33,8	34,2	67,7	66,0	24,3
389		Anhanguera Educacional ^{3,6} , Valinhos, SP	Serviços	605,2	NA	48,2	63,6	361,0	353,2	3,3
390	315	Cisa Trading ^{2,6} , Vitória, ES	Atacado	602,2	-26,2	30,1	31,1	65,2	65,1	27,4
391	405	Bahiagás ^{2,6} , Salvador, BA	Energia	601,7	-4,8	50,1	48,1	155,5	151,6	24,9
392	471	Cálamo ^{3,6} , Curitiba, PR	Atacado	600,8	16,3	100,8	135,4	20,6	20,4	65,1
393	723	Tivit Terceirização ^{3,6} , Mogi das Cruzes, SP	Serviços	600,6	NA	32,6	39,2	156,0	153,4	17,1
394	542	Mataboi ^{2,6} , Araguari, MG	Produção Agropecuária	599,4	38,7	8,3	8,8	34,1	33,0	22,9
395	466	Oracle ² , São Paulo, SP	Indústria Digital	594,5	NA	NI	NI	NI	NI	NI
396	967	Livraria Siciliano ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	594,3	NA	2,7	3,1	141,6	139,1	1,9
397	393	Santher ² , São Paulo, SP	Papel e Celulose	592,9	NA	NI	NI	NI	NI	NI
398	398	Videolar ^{2,6} , Manaus, AM	Diversos	590,0	-8,0	9,4	14,6	275,7	269,1	3,3
399	410	Algar Telecom ^{2,6,8} , Uberlândia, MG	Telecomunicações	587,0	-5,8	47,5	39,2	209,0	200,2	21,2
400	418	Copacol ^{2,6,8} , Cafelândia, PR	Produção Agropecuária	584,3	-4,0	10,1	13,6	143,6	138,6	6,8

1. Vendas e
7. Data de
Obs.: em R\$



364º BOMBRIL

A companhia faturou no ano passado 661 milhões de dólares e lucrou 139,2 milhões de dólares

143,2 MILHÕES

de dólares foi o Ebitda do laboratório Aché no ano passado

RANKING	SUSTENTABILIDADE			CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)		ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO (em US\$ milhões)		CONTROLE AÇIONÁRIO	ORDEM 2009
	LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)			GERAL (em %)	LONGO PRAZO (em %)	VALOR	% DAS VENDAS										
1	19,5	-21,9	-9,8	-179,1	0,56	59,6	23,2	120,7	1 204	105,5	36,9	106,9	85,1	63,8	9,3	Brasileiro	351	
2	11,6	18,7	2,0	67,9	1,55	54,7	7,4	118,8	3 534	35,3	46,5	52,4	27,3	-	-	Brasileiro	352	
3	37,6	35,6	43,7	-58,5	2,46	12,7	0,2	539,2	701	1 174,6	6,7	128,9	415,4	1,3	0,2	Belga	353	
4	21,4	27,3	18,0	87,2	0,85	48,1	23,3	NI	NI	NI	NI	NI	143,2	NI	NI	Brasileiro	354	
5	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	355	
6	26,9	5,8	89,7	89,7	1,05	54,7	18,4	3,6	613	5,9	13,8	3,2	-21,0	-	-	Brasileiro	356	
7	66,7	2,8	45,3	45,3	1,12	89,4	18,1	136,3	96	1 481,6	4,7	83,6	34,7	-	-	Brasileiro	357	
8	19,7	19,5	79,1	79,1	3,06	25,3	5,4	420,8	2 940	155,3	149,1	78,7	271,6	NI	NI	Irlandês	358	
9	14,9	11,6	318,4	318,4	2,88	23,3	2,7	181,5	1 627	116,1	20,0	99,3	74,5	0,0	0,0	Brasileiro	359	
10	14,0	6,8	296,5	296,5	1,89	44,6	9,6	359,7	6 988	46,2	185,4	109,4	73,4	11,4	1,7	Brasileiro	360	
11	25,2	26,5	4,9	32,8	0,80	59,5	26,7	290,6	3 760	85,0	97,3	136,1	68,3	52,1	7,8	Brasileiro	361	
12	NA	NA	15,4	270,6	0,49	87,6	75,5	NI	596	NI	9,3	63,1	261,9	-	-	Brasileiro	362	
13	4,3	6,4	2,4	141,7	1,12	50,6	22,5	90,3	989	92,2	20,6	43,8	42,4	37,4	5,6	Brasileiro	363	
14	NA	NA	21,0	37,2	0,25	125,4	103,5	347,9	2 479	150,7	48,4	158,3	82,9	4,1	0,6	Brasileiro	364	
15	16,0	9,8	2,8	-32,7	0,62	81,6	34,6	NI	NI	NI	NI	78,0	31,1	77,6	11,7	Italiano	365	
16	6	12,7	0,7	220,4	1,50	64,1	15,6	NI	839	NI	94,3	136,2	5,6	3,8	0,6	Francês	366	
17	1	4,1	0,3	35,5	1,07	74,2	12,0	36,5	1 554	23,9	15,5	11,9	62,0	149,0	22,7	Brasileiro	367	
18	NA	NA	-15,2	-53,9	0,32	99,6	80,3	NI	2 545	NI	59,3	73,0	184,4	-	-	Brasileiro	368	
19	NA	NA	3,0	5,9	0,81	101,1	23,8	255,0	272	937,5	9,2	202,3	43,4	-	-	Brasileiro	369	
20	30,5	31,0	4,2	33,9	1,50	41,5	19,1	99,6	1 246	79,7	29,9	NI	62,4	-	-	Brasileiro	370	
21	12,4	15,4	9,9	112,9	0,95	50,0	33,1	376,7	2 071	192,4	31,4	190,5	140,2	-	-	Brasileiro	371	
22	21,0	27,2	9,0	97,6	3,01	26,7	12,9	266,9	3 430	77,9	136,6	40,7	96,5	-	-	Brasileiro	372	
23	11,9	15,3	3,2	-6,9	0,92	51,7	16,7	117,3	3 286	42,4	56,7	18,3	43,9	NI	NI	Brasileiro	373	
24	33,8	32,7	6,9	-35,2	0,67	64,9	23,0	107,5	1	NA	1,9	90,6	70,5	-	-	Espanhol	374	
25	NA	NA	-3,1	8,5	0,82	114,0	30,0	71,6	1 718	40,5	19,5	47,3	-8,2	-	-	Brasileiro	375	
26	12	25,5	6,9	187,9	1,63	54,3	41,3	132,4	4 000	40,7	43,2	45,5	61,7	NI	NI	Brasileiro	376	
27	20,9	22,2	9,1	19,4	0,98	37,0	13,3	498,8	18 496	27,2	300,5	61,2	95,2	0,0	0,0	Espanhol	377	
28	21	6,8	0,8	142,7	2,09	37,1	10,4	NI	NI	NI	NI	NI	2,8	NI	NI	Brasileiro	378	
29	24	13,5	0,8	32,1	1,14	83,7	2,7	163,7	1 730	99,5	27,1	110,9	11,6	-	-	Brasileiro	379	
30	28,2	26,4	22,2	-148,4	0,38	81,5	66,1	115,2	2 234	45,4	71,3	92,5	-13,6	131,9	21,4	Brasileiro	380	
31	31,4	30,3	1,7	-32,5	0,92	87,8	5,1	NI	413	NI	4,4	24,1	14,0	51,0	8,3	Brasileiro	381	
32	-7,6	5,8	-10,2	-64,1	1,26	13,9	1,5	-33,0	0	NA	NI	156,6	-30,8	-	-	Brasileiro	382	
33	NA	NA	6,1	208,0	1,05	84,9	65,3	191,4	971	NA	80,1	42,0	57,1	332,8	54,2	Alemão	383	
34	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	384	
35	1,9	3,7	1,4	93,7	2,22	17,3	3,2	241,7	12 013	21,2	221,9	NI	22,8	NI	NI	Brasileiro	385	
36	9,1	10,2	0,9	-13,7	0,95	81,8	0,6	79,8	178	472,1	9,3	127,5	13,6	35,8	5,9	Brasileiro	386	
37	8,9	-11,5	-0,9	-3,6	0,65	62,6	20,1	307,9	10 254	31,6	245,0	18,6	11,9	NI	NI	Brasileiro	387	
38	14,3	35,4	5,6	-0,2	0,82	64,4	14,9	NI	2 480	NI	65,1	31,7	64,1	-	-	Brasileiro	388	
39	13,3	18,0	8,0	100,3	1,74	23,7	9,1	NI	NI	NI	NI	12,9	55,5	NI	NI	Brasileiro	389	
40	27,4	38,8	5,0	102,8	1,20	77,4	28,6	140,2	245	554,1	18,6	126,2	51,4	-	-	Brasileiro	390	
41	24,9	24,4	8,3	33,3	1,37	36,1	1,1	102,9	128	788,5	8,2	127,9	78,5	-	-	Estatal	391	
42	65,1	87,6	16,8	10,2	1,15	77,2	3,9	NI	NI	NI	NI	80,9	140,5	NI	NI	Brasileiro	392	
43	17,1	20,8	5,4	-54,1	0,72	56,8	6,0	425,6	24 385	17,4	308,4	56,8	105,1	NI	NI	Brasileiro	393	
44	22,9	25,2	1,4	32,0	1,00	85,8	19,8	64,0	3 085	24,9	30,1	26,9	27,2	240,0	40,0	Brasileiro	394	
45	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	900	NI	NI	NI	NI	23,9	4,0	Americano	395	
46	1,9	2,2	0,4	70,6	1,23	58,6	12,0	104,6	3 112	36,3	46,9	37,5	21,5	-	-	Brasileiro	396	
47	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 408	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	397	
48	3,3	5,2	1,6	96,4	1,78	23,9	9,8	131,0	1 896	63,0	39,2	66,3	83,9	0,2	0,0	Brasileiro	398	
49	21,2	18,2	8,1	1,8	0,47	67,3	46,0	296,7	972	317,3	41,5	NI	120,6	-	-	Brasileiro	399	
50	6,8	9,5	1,7	42,6	0,89	63,9	20,6	118,8	6 462	18,5	61,8	15,9	34,6	153,7	26,3	Brasileiro	400	

500 MAIORES | VENDAS | 351 - 400

1. Informações gerais da empresa. 2. Vendas informadas por meio do questionário. 3. Vendas extraídas da demonstração contábil. 4. Vendas em moeda constante. 5. Controle acionário em maio de 2010. 6. Informações ajustadas calculadas pela revista. 7. Balanço diferente de 31/12/2009. 8. Colômbia publicada pela empresa. 9. Bônus. Guia EXAME de Sustentabilidade. Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar. NA - Não aplicável. NI - Não informado. * Não classificada. † As empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009.

500 MAIORES

VENDAS

500 MAIORES | VENDAS | 401 - 450

ORDEM 2009	2008	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO	
				VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)
401		Springer Carrier ¹ , Canoas, RS	Eletroeletrônico	584,0	NA	NI	NI	NI	NI
402	260	Gerdau Aços Especiais ^{2,6} , Porto Alegre, RS	Siderurgia e Metalurgia	581,5	-42,3	75,1	114,3	587,4	583,5
403		Unimed Curitiba ^{3,6} , Curitiba, PR	Serviços	581,5	4,5	22,9	15,7	-56,2	-56,6
404	388	Cooperalfa ^{2,6} , Chapecó, SC	Produção Agropecuária	580,3	-11,4	8,8	12,1	159,3	155,0
405	389	Danone ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	577,9	NA	NI	NI	NI	NI
406	319	Solvay Indupa ^{3,6} , Santo André, SP	Química e Petroquímica	577,5	-28,6	-42,8	-30,6	265,2	254,0
407	507	Dasa ^{3,6} , Barueri, SP	Serviços	573,7	20,6	35,0	48,1	321,6	309,0
408	450	Castrolanda ^{2,6} , Castro, PR	Produção Agropecuária	569,7	1,7	15,4	21,6	162,1	158,0
409	384	Camil ^{2,6,7} , São Paulo, SP	Produção Agropecuária	569,3	-13,9	35,5	41,6	112,5	110,5
410	430	TBG ^{2,6,8} , Rio de Janeiro, RJ	Transporte	566,5	-3,1	397,0	339,0	612,8	562,4
411	449	Schincariol N-NE ^{2,6} , Caxias, MA	Bens de Consumo	562,2	0,2	35,5	54,2	282,9	275,0
412	322	Cenibra ² , Belo Oriente, MG	Papel e Celulose	560,0	-29,0	108,4	103,5	459,6	432,1
413	416	Coopavel ^{2,6} , Cascavel, PR	Produção Agropecuária	559,0	-8,4	7,5	6,1	72,1	66,7
414	467	Yoki Alimentos ^{2,6} , São Bernardo do Campo, SP	Bens de Consumo	558,4	6,0	18,9	23,8	79,6	77,1
415		Mabe Hortolândia ² , São Paulo, SP	Eletroeletrônico	558,0	NA	NI	NI	NI	NI
416		Infoglobo ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Comunicações	557,3	NA	47,7	45,3	91,9	88,9
417	419	Usaúcar ^{2,6} , Maringá, PR	Energia	555,6	-8,6	106,7	110,8	573,0	546,4
418	480	UTE Norte Fluminense ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Energia	555,2	10,6	84,9	81,1	304,7	287,1
419	391	Vipal ^{2,6} , Nova Prata, RS	Autoindústria	554,9	-12,8	63,6	64,7	195,9	192,3
420	479	EIT ^{2,6} , Jaguaruana, CE	Indústria da Construção	552,2	9,9	26,6	50,8	384,4	383,3
421		Camera ^{2,6} , Santa Rosa, RS	Atacado	552,0	9,0	6,9	5,8	40,4	38,1
422	354	Mineração Maracá ^{3,6} , Alto Horizonte, GO	Mineração	551,4	10,2	47,0	41,5	309,4	295,3
423	484	Megafort ² , Contagem, MG	Atacado	551,3	NA	NI	NI	NI	NI
424	318	Diplomata ² , Cascavel, PR	Produção Agropecuária	543,3	NA	NI	NI	NI	NI
425	427	Arno Panex ^{2,6} , São Bernardo do Campo, SP	Eletroeletrônico	542,6	-7,5	15,0	19,9	181,5	179,1
426	417	DPA ¹ , São Paulo, SP	Bens de Consumo	539,4	NA	NI	NI	NI	NI
427	413	Panasonic ¹ , Manaus, AM	Eletroeletrônico	538,5	NA	NI	NI	NI	NI
428	451	Martin-Brower ² , Osasco, SP	Transporte	536,1	NA	NI	NI	NI	NI
429	402	Magneti Marelli Cofap ^{3,6} , Santo André, SP	Autoindústria	535,7	-12,6	-20,2	-20,0	99,5	96,0
430	524	Comercial Carvalho ^{2,6} , Teresina, PI	Varejo	535,3	17,2	6,8	5,8	53,0	50,0
431	620	MRV Engenharia ^{3,6} , Belo Horizonte, MG	Indústria da Construção	535,2	52,6	119,4	199,5	1 374,9	1 374,3
432	442	Oxiteno ^{2,6} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	533,8	-5,9	-4,0	30,4	910,5	903,4
433	387	Eluma ^{2,6,8} , Santo André, SP	Siderurgia e Metalurgia	532,2	-18,8	32,9	34,3	257,3	254,6
434	573	Guarani ^{3,6,7} , Olímpia, SP	Energia	530,4	NA	-249,3	-172,2	710,1	682,3
435	486	Unimed Porto Alegre ^{3,6,8} , Porto Alegre, RS	Serviços	529,4	6,5	2,5	4,1	17,1	16,4
436		Supermercados Líder ² , Belém, PA	Varejo	528,6	NA	NI	NI	NI	NI
437	357	MRN ^{2,6,8} , Oriximiná, PA	Mineração	527,9	-26,0	76,9	26,6	359,5	342,3
438	459	Enertrade ^{2,6} , São Paulo, SP	Energia	527,5	-2,4	14,5	14,4	18,4	18,3
439	489	Central Nacional Unimed ^{3,6,8} , São Paulo, SP	Serviços	526,0	6,2	3,4	3,2	35,9	35,5
440	433	Carbocloro ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Química e Petroquímica	519,5	-10,3	74,2	71,7	196,6	187,1
441	473	Duke Energy ^{2,6,8} , São Paulo, SP	Energia	518,4	1,5	124,4	108,8	1 293,3	1 239,4
442	431	Milenia ^{3,6} , Londrina, PR	Química e Petroquímica	517,7	-11,1	-125,2	-76,4	113,7	110,2
443	438	Cisper ^{2,6} , São Paulo, SP	Diversos	517,5	-9,1	37,5	46,0	172,4	170,8
444		Henkel ² , Itapevi, SP	Química e Petroquímica	517,3	NA	NI	NI	NI	NI
445	478	Tegma ^{2,6} , São Bernardo do Campo, SP	Transporte	517,1	2,8	39,9	43,9	198,4	195,2
446	457	Ceal ^{2,6} , Maceió, AL	Energia	516,8	-4,8	5,5	-1,3	350,0	339,4
447	422	Guararapes ^{2,6,8} , Natal, RN	Têxteis	516,4	-13,4	72,8	119,4	886,8	884,4
448	444	Sapora ^{2,6} , Campinas, SP	Serviços	515,0	-8,2	1,5	1,1	27,5	26,7
449	497	Vigor ^{3,6} , São Paulo, SP	Bens de Consumo	514,9	5,1	38,8	39,9	106,2	102,7
450	578	Hering ^{2,6,8} , Blumenau, SC	Têxteis	513,3	31,3	73,7	65,8	185,4	181,7

409º CAMIL

Em 2009, a empresa faturou 569,3 milhões de dólares e lucrou 35,5 milhões de dólares

14,1%

foi a rentabilidade sobre vendas obtida pela Guararapes

RENTABILIDADE			CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em n.º índice)		ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO (em US\$ milhões)		CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEM 2009
LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)	NI		NI	NI	NI	VALOR							% DAS VENDAS			
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	858	NI	35,9	135,3	NI	21,8	3,7	Americano	401	
12,0	18,4	12,9	139,0	2,60	11,7	3,2	220,3	1 068	179,8	52,9	128,3	104,2	20,6	3,5	Brasileiro	402	
NA	NA	3,9	57,0	0,70	128,5	77,6	44,0	973	46,7	19,6	1,6	6,1	NI	NI	Brasileiro	403	
15,5	7,8	1,5	96,1	1,03	53,4	29,5	52,9	1 968	28,5	27,3	20,2	18,5	9,3	1,6	Brasileiro	404	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Francês	405	
-12,0	-7,4	20,1	0,64	49,0	29,7	NI	NI	NI	NI	NI	NI	10,5	NI	NI	Belga	406	
14,9	6,1	31,8	0,68	58,7	32,3	243,9	10 565	29,1	NI	35,0	80,9	80,9	NI	NI	Brasileiro	407	
13,5	2,7	89,5	1,18	58,0	19,9	42,7	592	79,1	13,5	8,9	28,2	23,1	4,1	Brasileiro	408		
35,3	6,2	132,4	0,84	71,0	47,5	105,9	1 093	105,9	15,8	33,7	36,0	51,1	9,0	Brasileiro	409		
50,8	70,1	-142,9	0,28	69,9	45,6	426,6	275	1 540,2	35,4	92,5	366,4	-	-	Brasileiro	410		
12,6	19,7	6,3	15,8	1,18	51,1	30,4	256,1	943	276,9	16,5	288,1	19,8	-	-	Brasileiro	411	
19,3	19,3	19,4	57,3	0,61	65,9	40,6	23,6	1 454	15,7	66,0	14,7	66,0	491,1	87,7	Japonês	412	
10,4	9,2	1,3	-12,2	0,54	74,9	30,8	53,5	3 880	14,1	53,6	6,9	14,3	58,4	10,5	Brasileiro	413	
23,8	30,9	3,4	69,5	1,01	65,3	29,4	176,1	4 169	42,8	65,9	69,6	77,7	26,8	4,8	Brasileiro	414	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 605	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Mexicano	415	
6,4	45,5	8,6	87,0	0,96	78,1	48,0	166,8	2 348	64,3	110,7	21,0	81,0	-	-	Brasileiro	416	
6,6	20,3	19,2	-30,8	0,66	63,5	40,9	180,3	11 859	15,7	96,2	16,6	167,1	446,8	80,4	Brasileiro	417	
10,3	20,2	15,3	-3,7	0,45	55,3	30,0	NI	NI	NI	NI	NI	220,0	NI	NI	Francês	418	
9,6	30,6	11,5	139,2	0,86	65,7	40,8	93,0	1 974	43,3	35,5	119,1	31,7	70,8	12,8	Brasileiro	419	
6,9	13,3	4,8	266,2	3,13	29,8	8,4	226,8	4 413	50,0	114,5	36,5	72,0	-	-	Brasileiro	420	
17,0	15,3	1,2	26,8	0,78	84,0	29,9	57,3	695	86,1	6,8	22,7	27,6	180,4	32,7	Brasileiro	421	
14,2	13,1	8,5	-190,6	0,80	59,2	9,1	NI	510	NI	21,9	22,1	307,1	483,3	87,7	Canadense	422	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 049	NI	NI	NI	NI	-	-	Brasileiro	423	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	5 868	NI	39,0	53,2	NI	194,4	35,8	Brasileiro	424	
7,9	10,5	2,8	102,4	2,10	35,6	3,4	223,5	1 638	134,0	45,9	139,8	40,5	27,5	5,1	Francês	425	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Suíço/neozeol.	426	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	51,5	105,3	NI	18,8	3,5	Japonês	427	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	483	NI	NI	NI	NI	1,7	0,3	Americano	428	
10,3	-20,9	-3,8	-14,0	0,75	66,2	18,0	NI	NI	NI	NI	NI	9,7	89,1	16,6	Italiano	429	
NA	11,5	1,3	13,7	0,68	75,7	30,8	NI	5 456	NI	32,3	67,3	NI	-	-	Brasileiro	430	
8,4	14,0	22,3	576,0	2,02	35,4	14,0	218,0	NI	NI	NI	36,4	79,5	NI	NI	Brasileiro	431	
-0,4	3,3	-0,7	31,6	0,84	33,9	24,7	78,5	672	113,1	32,8	134,5	-8,0	55,8	10,4	Brasileiro	432	
12,4	13,1	6,2	165,2	1,96	40,7	3,3	111,8	1 370	80,3	46,6	119,0	36,3	73,9	13,9	Brasileiro	433	
-35,1	-25,2	-47,0	-181,6	0,69	50,9	10,3	128,9	6 295	19,1	77,2	81,2	70,9	NI	NI	Francês	434	
13,2	22,3	0,5	-17,6	0,96	89,3	40,6	158,3	876	186,0	19,3	6,1	125,1	NI	NI	Brasileiro	435	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	436	
10	7,2	14,6	-51,4	0,63	56,7	17,4	289,4	1 239	225,9	49,8	66,6	222,1	132,6	25,1	Brasileiro	437	
12	44,0	2,7	29,3	1,22	81,2	14,7	104,6	15	7 217,0	3,1	80,6	-0,2	-	-	Português	438	
0,5	8,9	0,6	4,1	1,21	77,1	12,5	29,8	716	44,3	25,0	3,6	4,2	NI	NI	Brasileiro	439	
8,6	28,6	14,3	-14,4	0,50	49,5	28,2	239,2	407	592,1	33,8	116,2	127,5	33,1	6,4	Amer./brasil.	440	
8,9	8,1	24,0	51,3	0,48	34,4	22,7	330,4	293	1 106,8	36,8	56,9	274,9	-	-	Americano	441	
-110,1	-69,3	-24,2	-9,7	1,05	83,7	9,6	-36,7	774	-45,5	29,7	8,5	-79,6	26,7	5,2	Israelense	442	
16,2	20,0	7,3	141,3	1,47	47,8	25,3	NI	1 232	NI	43,2	166,6	68,4	7,6	1,5	Americano	443	
NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	813	NI	NI	109,9	NI	26,9	5,2	Americano	444	
17,1	19,1	7,7	25,9	1,12	34,2	9,5	146,5	1 545	96,1	12,9	45,3	65,9	-	-	Brasileiro	445	
1,6	-0,4	1,1	40,4	0,93	44,5	23,6	237,9	1 294	188,8	71,6	131,2	24,5	-	-	Estatal	446	
8,0	13,1	14,1	150,9	2,22	11,5	2,9	314,3	21 307	14,6	130,8	76,2	149,4	-	-	Brasileiro	447	
NA	4,2	0,3	6,8	0,98	77,9	14,1	214,0	12 897	15,4	76,0	54,4	NI	-	-	Brasileiro	448	
36,6	38,8	7,5	-20,7	0,84	82,6	47,3	NI	NI	NI	NI	74,0	32,2	0,6	0,1	Brasileiro	449	
35,2	31,9	14,4	138,0	0,86	62,5	40,5	232,6	5 722	43,4	6,6	84,7	88,5	9,0	1,8	Brasileiro	450	

500 MAIORES | VENDAS | 401 - 450

1. Vendas estimadas pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas de acordo com o método de avaliação de ativos 7. Data do balanço diferente de 31/12/2009 8. Ebitda publicado pela empresa 9. Bônus: Guia EXAME de Sustentabilidade e Guia EXAME - As Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado * Não classificadas 10. As empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009

500 MAIORES

VENDAS

ORDEM 2009	EMPRESA/SEDE	SETOR	VENDAS		LUCRO		PATRIMÔNIO		
			VALOR (em US\$ milhões)	CRESCI- MENTO (em %)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	LÍQUIDO AJUSTADO (em US\$ milhões)	LÍQUIDO LEGAL (em US\$ milhões)	
451	FMC Química ² , Campinas, SP	Química e Petroquímica	512,7	NA	NI	NI	NI	NI	NI
452	439 Officer ^{2,6} , São Paulo, SP	Atacado	511,6	-10,1	1,6	2,3	32,0	31,8	4,8
453	472 Amanco ^{2,8} , Joinville, SC	Indústria da Construção	511,6	NA	NI	NI	NI	NI	NI
454	380 Innova ^{2,6} , Triunfo, RS	Química e Petroquímica	511,3	-23,8	56,3	78,6	130,7	124,6	35,1
455	476 Eletrobras Distribuição Piauí ^{2,6} , Teresina, PI	Energia	510,9	0,9	-22,5	-38,5	142,8	132,9	15,7
456	477 Caesb ^{2,6} , Brasília, DF	Serviços	505,5	0,3	46,6	31,2	490,3	462,9	5
457	452 Rigesa ² , Campinas, SP	Papel e Celulose	504,1	NA	NI	NI	NI	NI	NI
458	505 UOL ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria Digital	501,8	4,6	53,8	78,7	498,6	496,0	0,8
459	372 Suspensys ^{2,6} , Caxias do Sul, RS	Autoindústria	501,8	-26,9	32,7	37,5	99,9	98,2	2,5
460	517 Merck ^{3,6} , Rio de Janeiro, RJ	Farmacêutico	501,7	7,8	28,8	24,2	138,7	137,5	1,8
461	Galvasud ^{2,6} , Porto Real, RJ	Siderurgia e Metalurgia	500,3	-8,3	58,3	62,4	454,8	449,9	12,8
462	367 Prysmian Energia ^{2,6} , Sorocaba, SP	Eletroeletrônico	499,4	-27,6	43,5	62,5	217,7	214,2	18,7
463	493 CTA - Continental ^{2,6} , Venâncio Aires, RS	Bens de Consumo	499,2	1,5	0,6	1,9	107,3	105,4	0,5
464	791 Editora Globo ^{3,6} , São Paulo, SP	Comunicações	497,4	102,9	7,4	7,8	-14,0	-14,2	NA
465	629 Totvs ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria Digital	495,1	45,4	56,8	69,1	298,5	288,0	16,7
466	475 Café Santa Clara ^{3,6} , Fortaleza, CE	Bens de Consumo	489,1	-3,6	23,4	29,4	165,1	162,6	2,2
467	392 Metso ^{2,6} , Sorocaba, SP	Bens de Capital	488,0	-24,8	12,0	10,4	128,1	126,0	2,4
468	548 Ceron ^{2,6} , Porto Velho, RO	Energia	485,3	14,9	10,1	3,6	281,4	275,3	3,6
469	437 Schneider Electric ^{2,6} , São Paulo, SP	Eletroeletrônico	485,1	-14,8	15,7	15,3	81,3	79,8	1,3
470	501 Belgo Bekaert-NE ^{2,6} , Feira de Santana, BA	Siderurgia e Metalurgia	482,0	-0,7	84,1	111,7	218,2	215,9	NA
471	Skanska Brasil ^{2,6} , São Paulo, SP	Indústria da Construção	482,0	-3,5	12,0	14,1	67,0	66,6	10,9
472	446 FCA ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Transporte	479,0	-15,2	33,4	2,4	-5,9	-38,4	NA
473	470 Avipal-NE ^{3,6} , São Gonçalo dos Campos, BA	Bens de Consumo	478,5	-7,5	0,6	11,1	1 016,3	1 014,9	0,1
474	519 Saneago ^{3,6,8} , Goiânia, GO	Serviços	476,7	2,9	23,5	13,2	1 176,0	1 126,8	2,0
475	538 Diageo ² , São Paulo, SP	Bens de Consumo	475,8	NA	NI	NI	NI	NI	NI
476	571 Usina da Pedra ^{2,6,7} , Serrana, SP	Energia	475,6	20,1	6,8	3,7	266,8	236,3	2,5
477	342 Termomecânica ^{2,6} , São Bernardo do Campo, SP	Siderurgia e Metalurgia	474,3	-37,1	31,5	57,1	550,5	547,5	5,4
478	914 Egesa ^{3,6} , Belo Horizonte, MG	Indústria da Construção	471,4	130,8	26,6	32,9	210,6	208,0	1,3
479	509 NovaDutra ^{3,6} , São Paulo, SP	Serviços	471,0	-0,9	113,9	99,5	197,4	184,0	15,9
480	536 Eletrosul ^{2,6,8} , Florianópolis, SC	Energia	469,7	6,9	118,0	117,7	1 617,2	1 568,5	6,8
481	545 Original Veículos ^{2,6} , São Paulo, SP	Varejo	466,7	-1,7	4,8	5,2	26,2	25,5	18,2
482	396 SAP ¹ , São Paulo, SP	Indústria Digital	465,9	NA	NI	NI	NI	NI	NI
483	407 ArcelorMittal Gonvarri ^{2,6} , Araucária, PR	Siderurgia e Metalurgia	465,0	-25,6	15,8	22,8	212,1	209,5	7,1
484	399 Teksid ¹ , Betim, MG	Siderurgia e Metalurgia	462,8	NA	NI	NI	NI	NI	NI
485	496 Estaleiro Mauá ^{2,6} , Niterói, RJ	Diversos	462,1	-5,8	1,1	-1,7	13,9	11,2	8,0
486	447 Mangels ^{2,6} , São Paulo, SP	Siderurgia e Metalurgia	461,4	-18,1	9,9	6,7	84,6	79,8	1,7
487	Brasilgás ¹ , São Paulo, SP	Energia	458,3	NA	NI	NI	NI	NI	NI
488	426 Veracel ¹ , Eunápolis, BA	Papel e Celulose	457,2	NA	NI	NI	NI	NI	NI
489	Vanguarda ¹ , Nova Mutum, MT	Produção Agropecuária	456,7	NA	NI	NI	NI	NI	NI
490	543 Frimesa ^{2,6} , Medianeira, PR	Produção Agropecuária	455,4	5,5	2,9	2,1	48,5	45,6	5,7
491	455 Josapar ^{2,6,8} , Porto Alegre, RS	Produção Agropecuária	454,7	-16,6	-1,2	1,9	106,8	105,0	-1,1
492	487 Pif Paf ^{2,6} , Belo Horizonte, MG	Bens de Consumo	454,5	-8,4	12,6	8,6	9,2	5,3	NA
493	Coca-Cola Guararapes ² , Jaboatão dos Guararapes, PE	Bens de Consumo	453,2	NA	NI	NI	NI	NI	NI
494	Tok&Stok ¹ , Barueri, SP	Varejo	453,0	NA	NI	NI	NI	NI	NI
495	537 CEEE-GT ^{2,6,8} , Porto Alegre, RS	Energia	452,9	3,1	636,4	912,7	1 157,8	1 136,6	53,6
496	527 Batavo ^{2,6} , Carambei, PR	Atacado	451,2	-0,6	11,6	17,8	140,8	138,9	8,1
497	515 Green Automóveis ^{2,6} , São José do Rio Preto, SP	Varejo	451,1	-3,6	8,2	9,2	71,0	70,7	11,6
498	528 Lafarge ^{2,6} , Rio de Janeiro, RJ	Indústria da Construção	451,0	-0,5	20,9	43,8	388,3	384,1	5,4
499	614 Usina Colombo ^{2,6} , Ariranha, SP	Energia	450,1	27,0	64,6	59,0	110,8	105,3	42,2
500	481 Visteon ¹ , Guarulhos, SP	Autoindústria	449,7	NA	NI	NI	NI	NI	NI

1. Vendas
2. Data de:
Obs.: em



496º BATAVO

Em 2009, a companhia faturou 451 milhões de dólares e lucrou 11,6 milhões de dólares

117,9 MILHÕES

de dólares foi a receita em 2009 do Estaleiro Mauá com exportações

RANKING	RENTABILIDADE		CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO (em US\$ milhões)	LIQUIDEZ GERAL (em nº índice)		ENDIVIDAMENTO GERAL (em %)		RIQUEZA CRIADA (em US\$ milhões)	NÚMERO DE EMPREGADOS	RIQUEZA CRIADA POR EMPREGADO (em US\$ mil)	SALÁRIOS E ENCARGOS (em US\$ milhões)	IMPOSTOS SOBRE VENDAS (em US\$ milhões)	EBITDA (em US\$ milhões)	EXPORTAÇÃO		CONTROLE ACIONÁRIO	ORDEM 2009
	LEGAL (em %)	SOBRE VENDAS (em %)		VALOR (em US\$ milhões)	% DAS VENDAS												
1	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	306	NI	19,6	9,3	NI	13,0	2,5	Americano	451
2	4,8	7,0	0,3	22,5	1,22	76,3	4,7	NI	322	NI	5,1	73,7	8,3	-	-	Brasileiro	452
3	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 665	NI	54,2	100,1	NI	7,2	1,4	Mexicano	453
4	35,1	51,0	11,0	-20,4	0,71	58,2	13,8	75,7	205	366,8	15,0	109,9	36,4	19,7	3,8	Argentino	454
5	15,7	-29,0	-4,4	88,9	0,57	76,3	50,9	241,2	1 350	187,7	67,5	160,4	25,4	-	-	Estatal	455
6	9,5	6,7	9,2	-56,4	0,27	52,6	35,3	300,8	2 434	123,9	132,9	45,6	113,8	-	-	Estatal	456
7	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 909	NI	84,3	121,8	NI	22,3	4,4	Canadense	457
8	0,8	15,8	10,7	306,8	2,64	28,3	12,5	145,5	880	167,3	50,2	18,3	103,3	-	-	Brasileiro	458
9	3	30,6	6,5	96,4	1,42	50,9	27,1	100,6	1 544	67,1	31,9	117,1	48,4	7,4	1,5	Brasileiro	459
10	20,8	17,6	5,7	112,3	2,71	30,6	10,3	NI	NI	NI	NI	59,3	63,4	NI	NI	Alemão	460
11	12,8	13,9	11,7	319,6	6,94	10,5	5,5	106,8	294	374,6	7,0	119,4	99,3	1,1	0,2	Brasileiro	461
12	18,7	27,4	8,7	49,9	1,23	41,3	13,7	134,1	741	170,8	34,3	91,0	60,5	75,8	15,2	Americano	462
13	0,5	1,8	0,1	53,0	1,14	73,4	28,1	84,5	695	126,0	21,2	8,0	56,1	435,2	87,2	Amer./brasil.	463
14	NA	NA	1,5	-6,3	0,80	117,0	25,2	NI	NI	NI	NI	NI	11,5	NI	NI	Brasileiro	464
15	16,7	21,0	11,5	103,5	0,70	56,6	38,3	281,3	4 300	73,6	102,7	31,0	177,4	-	-	Brasileiro	465
16	4,2	18,1	4,8	16,6	1,54	37,9	5,4	NI	NI	NI	NI	67,8	38,8	NI	NI	Brasileiro	466
17	9,4	8,3	2,5	122,0	1,18	73,5	16,0	159,9	1 370	104,6	71,7	63,5	22,9	168,3	34,5	Finlandês	467
18	3,6	1,3	2,1	60,4	0,88	54,2	36,4	193,0	744	257,8	39,7	133,7	34,0	-	-	Estatal	468
19	18,3	18,2	3,2	25,8	1,11	67,8	18,3	227,9	1 509	147,7	62,2	115,5	49,7	41,3	8,5	Francês	469
20	NA	NA	17,4	36,7	4,38	16,0	1,9	177,7	474	391,4	9,2	118,9	125,2	-	-	Anglo-ind./bel	470
21	10,9	12,8	2,5	58,1	1,32	73,0	0,5	183,2	3 960	40,3	21,5	46,3	34,0	-	-	Sueco	471
22	NA	NA	7,0	42,4	0,17	100,5	92,4	103,5	3 243	32,6	65,4	81,7	37,1	-	-	Brasileiro	472
23	0,1	1,1	0,1	976,1	9,91	9,7	2,6	84,7	NI	NI	NI	NI	22,5	24,0	5,0	Brasileiro	473
24	2,0	1,2	4,9	-39,3	0,25	31,9	21,7	250,4	4 223	60,1	NI	34,8	129,2	NI	NI	Estatal	474
25	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	262	NI	24,2	133,7	NI	2,4	0,5	Inglês	475
26	2,5	1,5	1,4	62,8	0,53	62,3	40,8	155,2	5 049	29,3	75,3	62,4	73,9	127,8	26,9	Brasileiro	476
27	5,4	9,8	6,6	451,7	7,20	11,3	5,1	205,0	1 894	103,7	68,8	134,6	55,0	8,8	1,8	Brasileiro	477
28	11,3	14,2	5,6	65,4	1,54	38,8	17,9	130,0	3 569	42,8	33,2	NI	87,6	NI	NI	Brasileiro	478
29	5,9	42,4	24,2	-226,2	0,17	60,3	5,0	234,6	1 218	206,7	NI	NI	231,3	NI	NI	Brasileiro	479
30	6,8	7,0	25,1	-149,4	0,55	41,5	25,5	378,6	1 580	239,4	118,5	29,9	258,5	-	-	Estatal	480
31	18,2	20,2	1,0	4,3	1,08	73,7	3,8	49,7	770	70,6	22,4	9,4	15,9	-	-	Brasileiro	481
32	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	816	NI	NI	66,4	NI	NI	NI	Alemão	482
33	7,1	10,3	3,4	124,5	3,26	21,2	1,4	42,9	282	152,0	11,3	103,7	29,1	2,4	0,5	Anglo-ind./esp	483
34	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 895	NI	61,8	98,7	NI	43,9	9,5	Italiano	484
35	8,0	-15,2	0,2	-10,6	0,69	95,0	30,7	NI	4 196	NI	135,3	44,5	15,9	117,9	25,5	Brasileiro	485
36	11,7	8,5	2,1	56,7	0,64	76,2	47,7	157,1	2 393	67,3	45,2	102,6	26,4	15,8	3,4	Brasileiro	486
37	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	815	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	487
38	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Sueco-finlan.	488
39	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Brasileiro	489
40	5,7	4,4	0,6	-15,1	0,75	79,1	23,0	85,7	3 523	25,6	38,4	23,4	17,8	23,7	5,2	Brasileiro	490
41	-1,1	1,8	-0,3	63,7	1,09	63,8	17,5	58,3	1 015	57,2	20,7	40,1	14,8	13,2	2,9	Brasileiro	491
42	NA	NA	2,8	6,8	0,42	97,2	72,3	NI	5 300	NI	NI	75,0	6,1	41,1	9,0	Brasileiro	492
43	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	3 143	NI	NI	NI	NI	NI	NI	Americano	493
44	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	2 667	NI	43,6	107,8	NI	-	-	Brasileiro	494
45	53,6	78,3	140,5	-171,7	1,30	42,7	29,4	1 125,9	1 421	799,1	75,5	28,3	927,4	-	-	Estatal	495
46	8,1	12,6	2,6	97,1	1,40	58,6	9,5	20,4	378	53,6	7,1	5,2	16,0	2,0	0,5	Brasileiro	496
47	11,6	13,0	1,8	37,6	3,37	23,4	0,2	NI	708	NI	16,8	13,7	13,6	-	-	Brasileiro	497
48	5,4	11,4	4,6	-16,9	0,88	39,1	19,9	155,8	727	206,9	32,9	126,7	45,7	-	-	Francês	498
49	42,2	40,0	14,3	154,7	0,85	79,2	57,7	199,5	1 104	187,4	23,7	80,2	111,8	31,0	6,9	Brasileiro	499
50	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	NI	1 781	NI	93,2	77,1	NI	25,6	5,7	Americano	500

500 MAIORES | VENDAS | 451 - 500

1. Vendas estimadas pela revista 2. Vendas informadas por meio de questionário 3. Vendas extraídas da demonstração contábil 4. Vendas em moeda constante 5. Controle acionário em maio de 2010 6. Informações ajustadas calculadas pela revista 7. Data do balanço diferente de 31/12/2009 8. Ebitda publicado pela empresa 9. Bônus: Guia EVA/ME de Sustentabilidade/Guia EVA/ME - As 1.000 Melhores Empresas para Você Trabalhar NA - Não aplicável NI - Não informado - Não classificado Obs: as empresas cujas demonstrações não foram encerradas em dezembro tiveram os valores de suas vendas, o patrimônio e outros indicadores ajustados para o nível de preços de dezembro de 2009



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
ACOS VILLARES S.A.	ACOS VILL	
AES ELPA S.A.	AES ELPA	
AES SUL DISTRIB GAUCHA DE ENERGIA S.A.	AES SUL	
AES TIETE S.A.	AES TIETE	
AETATIS SECURITIZADORA S.A.	AETATIS SEC	
AFLUENTE GERAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA S.A.	AFLUENTE	
AGRENCO LTD.	AGRENCO	DR3
AIEF S.A.	AIEF S/A	MB
ALFA HOLDINGS S.A.	ALFA HOLDING	
ALIANSCE SHOPPING CENTERS S.A.	ALIANSCE	NM
ALIUM PARTICIPACOES S.A.	ALIUM PART	MB
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA NORTE S.A. 362 sul - 368	ALL NORTE	MB
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A. S73	ALL PAULISTA	MB
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A. S93	ALL AMER LAT	N2
ALLIS PARTICIPAÇÕES S.A.	ALLIS PART	MB
ALTERE SECURITIZADORA S.A.	ALTERE SEC	
AMERICAN BANKNOTE S.A.	ABNOTE	NM
AMERICEL S.A.	AMERICEL	
AMIL PARTICIPACOES S.A.	AMIL	NM
AMPLA ENERGIA E SERVICOS S.A.	AMPLA ENERG	
AMPLA INVESTIMENTOS E SERVICOS S.A.	AMPLA INVEST	
ANDRADE GUTIERREZ CONCESSOES S.A.	AGCONCESSOES	MB
ANDRADE GUTIERREZ PARTICIPACOES S.A.	AGPART	MB
ANHANGUERA EDUCACIONAL PARTICIPACOES S.A.	ANHANGUERA	N2
APPLE INC.	APPLE	MB
ÁQUILLA SECURITIZADORA S.A.	ÁQUILLA SEC	
ARAUCARIA PARTICIPACOES S.A.	ARAUCARIA	MB
ARCELOR MITTAL	ARCELOR	MB
ARTHUR LANGE S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	ARTHUR LANGE	
ASTER SECURITIZADORA S.A.	ASTER SEC	
AVON PRODUCTS, INC.	AVON	MB
AZEVEDO E TRAVASSOS S.A.	AZEVEDO	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa
 (N2) Nível 2 de Governança Corporativa
 (NM) Novo Mercado
 (MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional
 (DR1) BDR Nível 1
 (DR2) BDR Nível 2
 (DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
B2W - COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO	B2W VAREJO	NM
BAESA - ENERGETICA BARRA GRANDE S.A.	BAESA	MB
BAHÉMA S.A.	BAHÉMA	
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	EBE	
BANESTES S.A. - BCO EST ESPIRITO SANTO	BANESTES	
BANJUL PARTICIPACOES S.A.	BANJUL	MB
BANK OF AMERICA CORPORATION	BANK AMERICA	MB
BARDELLA S.A. INDUSTRIAS MECANICAS	BARDELLA	
BASEL PARTICIPACOES S.A.	BASEL	MB
BATTISTELLA ADM PARTICIPACOES S.A.	BATTISTELLA	
BAUMER S.A.	BAUMER	
BCO ABC BRASIL S.A.	ABC BRASIL	N2
BCO ALFA DE INVESTIMENTO S.A.	ALFA INVEST	
BCO AMAZONIA S.A.	AMAZONIA	
BCO BRADESCO S.A.	BRADESCO	N1
BCO BRASIL S.A.	BRASIL	NM
BCO CRUZEIRO DO SUL S.A.	CRUZEIRO SUL	N1
BCO DAYCOVAL S.A.	DAYCOVAL	N1
BCO ESTADO DE SERGIPE S.A. - BANESE	BANESE	
BCO ESTADO DO PARA S.A.	BANPARA	
BCO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A.	BANRISUL	N1
BCO INDUSTRIAL E COMERCIAL S.A.	BICBANCO	N1
BCO INDUSVAL S.A.	INDUSVAL	N1
BCO MERCANTIL DE INVESTIMENTOS S.A.	MERC INVEST	
BCO MERCANTIL DO BRASIL S.A.	MERC BRASIL	
BCO NORDESTE DO BRASIL S.A.	NORD BRASIL	
BCO PANAMERICANO S.A.	PANAMERICANO	N1
BCO PATAGONIA S.A.	PATAGONIA	DR3
BCO PINE S.A.	PINE	N1
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	SANTANDER BR	N2
BCO SOFISA S.A.	SOFISA	N2
BELAPART S.A.	BELAPART	MB
BELMONTE PARTICIPACOES S.A.	BELMONTE	MB
BEMATECH S.A.	BEMATECH	NM
BERNA PARTICIPACOES S.A.	BERNA	MB
BETA SECURITIZADORA S.A.	BETA SECURIT	
BETAPART PARTICIPACOES S.A.	BETAPART	MB
SFB LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	SFB LEASING	MB
BGPAR S.A.	BGPAR	
BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	BHG	NM
BIC ARRENDAMENTO MERCANTIL S.A.	BICLEASING	
BICICLETAS MONARK S.A.	BIC MONARK	
BIOMM S.A.	BIOMM	
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	BMFBOVESPA	NM
BNDES PARTICIPACOES S.A. - BNDESPAR	BNDESPAR	MB
BOMBRIL HOLDING S.A.	BOMBRIL HLD	
BOMBRIL S.A.	BOMBRIL	
BONAIRE PARTICIPACOES S.A.	BONAIRE PART	MB

BOTUCATU TEXTIL S.A.	BOTUCATU TEX	
BR MALLS PARTICIPACOES S.A.	BR MALLS PAR	NM
BR PROPERTIES S.A.	BR PROPERT	NM
BRADESCO LEASING S.A. ARRÊND MERCANTIL	BRADESCO LSG	
BRADESPAR S.A.	BRADESPAR	N1
BRÁSIL BROKERS PARTICIPACOES S.A.	BR BROKERS	NM
BRASIL ECODIESEL IND COM BIO.OL.VEG.S.A.	ECODIESEL	NM
BRASIL TELECOM S.A.	BRASIL TELEC	
BRASILAGRO - CIA BRAS DE PROP. AGRICOLAS	BRASILAGRO	NM
BRASKEM S.A.	BRASKEM	N1
BRASMOTOR S.A.	BRASMOTOR	
BRAZILIAN FINANCE E REAL ESTATE S.A.	BRAZILIAN FR	
BRAZILIAN SECURITIES CIA SECURITIZACAO	BRAZILIAN SC	MB
BRB BCO DE BRASILIA S.A.	BRB BANCO	
BRC SECURITIZADORA S.A.	BRC SECURIT	
BRF BRASIL FOODS S.A.	BRF FOODS	NM
BROOKFIELD INCORPORACOES S.A.	BROOKFIELD	NM
BROOKFIELD SÃO PAULO EMPREEND IMOBILIÁRIOS S.A.	COMPANY	
BRZ INVESTIMENTOS S.A.	BRZ INVEST	MB
BUETTNER S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	BUETTNER	
BV LEASING - ARRENDAMENTO MERCANTIL S.A.	BV LEASING	MB

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
CABINDA PARTICIPACOES S.A.	CABINDA PART	MB
CACONDE PARTICIPACOES S.A.	CACONDE PART	MB
CAFE SOLUVEL BRASILIA S.A.	CAF BRASILIA	
CAGECE - CIA DE AGUA E ESGOTO DO CEARA	CAGECE	
CAIANDA PARTICIPACOES S.A.	CAIANDA PART	MB
CAIXA SEGURADORA S.A.	CAIXA SEGURO	MB
CALAIS PARTICIPACOES S.A.	CALAIS PART	MB
CAMARGO CORREA CIMENTOS S.A.	CAMARGO CIM	
CAMARGO CORREA DESENV. IMOBILIARIO S.A.	CC DES IMOB	NM
CAMBUCI S.A.	CAMBUCI	
CAPITALPART PARTICIPACOES S.A.	CAPITALPART	MB
CBCC PARTICIPACOES S.A.	CBCC	
CELM CIA EQUIP LABORATOR MODERNOS	CELM	
CELULOSE IRANI S.A.	CELUL IRANI	
CEMEPE INVESTIMENTOS S.A.	CEMEPE	
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	CEMIG DIST	
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	CEMIG GT	
CENTENNIAL ASSET PARTICIP. AMAPA S.A.	CENT AMAPA	
CENTENNIAL ASSET PARTICIP. MINAS-RIO S.A.	CENT MIN-RIO	
CENTENNIAL ASSET PARTICIPACOES ACU S.A.	CENT ACU	
CENTENNIAL ASSET PARTICIPACOES SUDESTE S.A.	CENT SUDESTE	
CENTRAIS ELET BRAS S.A. - ELETROBRAS	ELETROBRAS	N1
CENTRAIS ELET DE SANTA CATARINA S.A.	CELESC	N2
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	CELPA	
CENTRAIS ELET MATOGROSSENSES S.A. - CEMAT	CEMAT	
CERAMICA CHIARELLI S.A.	CHIARELLI	
CESP - CIA ENERGETICA DE SAG PAULO	CESP	N1
CETIP S.A. - BALCAO ORGANIZADO DE ATIVOS E DERIV.	CETIP	NM
CIA BANDEIRANTES DE ARMAZENS GERAIS	BAN ARMAZENS	
CIA BEBIDAS DAS AMERICAS - AMBEV	AMBEV	
CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	P. ACUCAR-CBD	N1
CIA BRASILEIANA DE ENERGIA	BRASILIANA	
CIA CACIQUE DE CAFE SOLUVEL	CACIQUE	
CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	CASAN	
CIA CELG DE PARTICIPACOES - CELGPAR	CELGPAR	
CIA CONCESSOES RODOVIARIAS	CCR RODOVIAS	NM
CIA DE RECUPERACAO SECUNDARIA	ERSEC	MB
CIA DISTRIB DE GAS DO RIO DE JANEIRO-CEG	CEG	
CIA DOÇAS DE IMBITUBA	DOC IMBITUBA	
CIA ELETRICIDADE EST. DA BAHIA - COELBA	COELBA	
CIA ENERGETICA DE BRASILIA	CEB	
CIA ENERGETICA DE MINAS GERAIS - CEMIG	CEMIG	N1
CIA ENERGETICA DE PERNAMBUCO - CELPE	CELPE	
CIA ENERGETICA DO CEARA - COELCE	COELCE	
CIA ENERGETICA DO MARANHÃO - CEMAR	CEMAR	MB
CIA ENERGETICA DO RIO GDE NORTE - COSERN	COSERN	
CIA ESTADUAL DE DISTRIB ENER ELET-CEEE-D	CEEE-D	
CIA ESTADUAL GER/TRANS. ENER. ELET-CEEE-GT	CEEE-GT	

CIA FERRO LIGAS DA BAHIA - FERBASA	FERBASA	
CIA FIAÇAO TECIDOS CEDRO CACHOEIRA	CEDRO	N1
CIA GAS DE SAO PAULO - COMGAS	COMGAS	
CIA HABITA SUL DE PARTICIPACOES	HABITASUL	
CIA HERING	CIA HERING	NM
CIA IGUACU DE CAFE SOLUVEL	IGUACU CAFE	
CIA INDUSTRIAL CATAGUASES	IND CATAGUAS	
CIA INDUSTRIAL SCHLOSSER S.A.	SCHLOSSER	
CIA MELHORAMENTOS DE SAO PAULO	MELHOR SP	
CIA PARANAENSE DE ENERGIA - COPEL	COPEL	N1
CIA PARTICIPACOES ALIANCA DA BAHIA	PAR AL BAHIA	
CIA PAULISTA DE FORÇA E LUZ	PAUL F LUZ	
CIA PIRATININGA DE FORÇA E LUZ	CPFL PIRATIN	
CIA PROVIDENCIA INDUSTRIA E COMERCIO	PROVIDENCIA	NM
CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO	SABESP	NM
CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG	COPASA	NM
CIA SANEAMENTO DO PARANA - SANEPAR	SANEPAR	
CIA SEGUROS ALIANCA DA BAHIA	SEG AL BAHIA	
CIA SIDERURGICA NACIONAL	SID NACIONAL	
CIA TECIDOS NORTE DE MINAS COTEMINAS	COTEMINAS	
CIA TECIDOS SANTANENSE	SANTANENSE	
CIA TELECOMUNICACOES DO BRASIL CENTRAL	CTBC TELECOM	MB
CIA TEXTIL FERREIRA GUIMARAES	F GUIMARAES	
CIELO S.A.	CIELO	NM
CIMOB PARTICIPACOES S.A.	CIMOB PART	
CIMS S.A.	CIMS	
CLARION S.A. AGROINDUSTRIAL	CLARION	
COARI PARTICIPACOES S.A.	COARI PART	
COBRASMA S.A.	COBRASMA	
CONC ROD OSORIO-PORTO ALEGRE S.A-CONCEPA	CONCEPA	
CONC SIST ANHANG-BANDEIRANT S.A. AUTOBAN	AUTOBAN	
CONCESSIONARIA ECOVIAS IMIGRANTES S.A.	ECOVIAS	
CONCESSIONARIA RIO-TERESOPOLIS S.A.	CONC RIO TER	MB
CONCESSIONARIA ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	VIAOESTE	
CONCESSIONARIA RODOVIA PRES. DUTRA S.A.	NOVADUTRA	MB
CONCESSIONARIA ROTA DAS BANDEIRAS S.A.	RT BANDEIRAS	
CONFAB INDUSTRIAL S.A.	CONFAB	N1
CONSERVAS ODERICH S.A.	ODERICH	
CONSORCIO ALFA DE ADMINISTRACAO S.A.	ALFA CONSORC	
CONSTRUTORA ADOLPHO LINDENBERG S.A.	CONST A LIND	
CONSTRUTORA BETER S.A.	CONST BETER	MB
CONSTRUTORA LIX DA CUNHA S.A.	LIX DA CUNHA	
CONSTRUTORA SULTEPA S.A.	SULTEPA	
CONSTRUTORA TENDA S.A.	TENDA	
CONTAX PARTICIPACOES S.A.	CONTAX	
CORREIA RIBEIRO S.A. COMERCIO E INDUSTRIA	COR RIBEIRO	
COSAN LIMITED <i>Energia</i>	COSAN LTD	DR3
COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	COSAN	NM
CP CIMENTO E PARTICIPACOES S.A.	CP CIMENTO	MB
CPFL ENERGIA S.A.	CPFL ENERGIA	NM
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	CPFL GERACAO	
CR2 EMPREENDIMENTOS IMOBILIARIOS S.A.	CR2	NM
CREMER S.A.	CREMER	NM
CSU CARDSYSTEM S.A.	CSU CARDSYST	NM
CTEEP - CIA TRANSMISSÃO ENERGIA ELÉTRICA PAULISTA	TRAN PAULIST	N1
CTX PARTICIPACOES S.A.	CTX PART	
CYRELA BRAZIL REALTY S.A. EMPREEND E PART	CYRELA REALT	NM
CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPT PART	CYRE COM-CCP	NM

(N1) Nivel 1 de Governança Corporativa

(N2) Nivel 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nivel 1

(DR2) BDR Nivel 2

(DR3) BDR Nivel 3

Busca 

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
DALETH PARTICIPAÇÕES S.A.	DALETH-PART	MB
DHB INDUSTRIA E COMÉRCIO S.A.	D H B	
DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.	DASA	NM
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	DIBENS LSG	
DIMED S.A. DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS	DIMED	
DINAMICA ENERGIA S.A.	DINAMICA ENE	MB
DIRECIONAL ENGENHARIA S.A.	DIRECIONAL	NM
DIXIE TOGA S.A.	DIXIE TOGA	
DOCAS INVESTIMENTOS S.A.	DOCAS	
DOHLER S.A.	DOHLER	
DROGASIL S.A.	DROGASIL	NM
DTCOM - DIRECT TO COMPANY S.A.	DTCOM-DIRECT	
DUFREY A.G.	DUFREY AG	DR3
DUKE ENERGY INT. GER. PARANAPANEMA S.A.	GER PARANAP	
DURATEX S.A.	DURATEX	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
EBX BRASIL S.A.	EBX BRASIL	
ECORODOVIAS CONCESSÕES E SERVIÇOS S.A.	ECON	
ECORODOVIAS INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA S.A.	ECORODOVIAS	NM
EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.	ENERGIAS BR	NM
ELECTRO ACO ALTONA S.A.	ACO ALTONA	
ELEKEIROZ S.A.	ELEKEIROZ	
ELEKTRO - ELETRICIDADE E SERVIÇOS S.A.	ELEKTRO	
ELETRÓBRAS PARTICIPAÇÕES S.A. - ELETROPAR	ELETROPAR	
ELETRON S.A.	ELETRON	MB
ELETROPOLIS METROP. ELET. SAO PAULO S.A.	ELETROPOLIS	N2
EMAE - EMPRESA METROP. AGUAS ENERGIA S.A.	EMAE	
EMBRAER - EMPRESA BRAS DE AERONAUTICA S.A.	EMBRAER	NM
EMBRATEL PARTICIPAÇÕES S.A.	EMBRATEL PAR	
EMPRESA CONC. RODOV DO NORTE S.A. ECONORTE	ECONORTE	
EMPRESA ENERGIAS MATO GROS. SUL S.A. - ENERSUL	ENERSUL	
EMPRESA INVEST ENERGIAS RENOVAVEIS S.A.	ERSA ENERGIA	
EMPRESA NAC. COM REDITO PART S.A. ENCORPAR	ENCORPAR	
ENERGISA S.A.	ENERGISA	
EQUATORIAL ENERGIA S.A.	EQUATORIAL	NM
ESPIRITO SANTO CENTR. ELETR. S.A. - ESCELSA	ESCELSA	
ESTACIO PARTICIPAÇÕES S.A.	ESTACIO PART	NM
ETERNIT S.A.	ETERNIT	NM
EUCATEX S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	EUCATEX	N1
EVEN CONSTRUTORA E INCORPORADORA S.A.	EVEN	NM
EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	EXCELSIOR	
EXXON MOBIL CORPORATION	EXXON MOBIL	MB
EZ TEC EMPREEND. E PARTICIPAÇÕES S.A.	EZTEC	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00.

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
FABRICA TECIDOS CARLOS RENAUX S.A.	FAB C RENAUX	
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	FER C ATLANT	
FERTILIZANTES FOSFATADOS S.A. - FOSFERTIL	FOSFERTIL	
FERTILIZANTES HERINGER S.A.	FER HERINGER	NM
FIACAO TEC SAO JOSE S.A.	TECEL S JOSE	
FIBAM COMPANHIA INDUSTRIAL	FIBAM	
FIBRA CIA SECURIT. DE CRED. IMOBILIARIOS	FIBRA SEC	
FIBRIA CELULOSE S.A.	FIBRIA	NM
FINANCEIRA ALFA S.A. - CRED FINANC E INVS	ALFA FINANC	
FINANSINOS S.A. - CREDITO FINANC E INVEST	FINANSINOS	
FLEURY S.A.	FLEURY	NM
FORJAS TAURUS S.A.	FORJA TAURUS	
FORPART S.A.	FORPART	MB
FRAS-LE S.A.	FRAS-LE	N1
FUTURETEL S.A.	FUTURETEL	MB

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(MB) Balcão Org. Tradicional

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(DR1) BDR Nível 1

(NM) Novo Mercado

(DR2) BDR Nível 2

(MA) Bovespa Mais

(DR3) BDR Nível 3

Busca 

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
GAFISA S.A.	GAFISA	NM
GAIA SECURITIZADORA S.A.	GAIA SECURIT	MB
GAMA PARTICIPACOES S.A.	GAMA PART.	MB
GAZOLA S.A. INDUSTRIA METALURGICA	GAZOLA	
GENERAL SHOPPING BRASIL S.A.	GENERALSHOPP	NM
GERDAU S.A.	GERDAU	N1
GLOBEX UTILIDADES S.A.	GLOBEX	
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	GOL	N2
GOLDMAN SACHS GROUP INC.	GOLDMANSACHS	MB
GOOGLE INC.	GOOGLE	MB
GP INVESTMENTS, LTD.	GP INVEST	DR3
GPC PARTICIPACOES S.A.	GPC PART	
GRAZZIOTIN S.A.	GRAZZIOTIN	
GRENENE S.A.	GRENENE	NM
GRUCAI PARTICIPACOES S.A.	GRUCAI	
GTD PARTICIPACOES S.A.	GTD PART	MB
GUARARAPES CONFECÇOES S.A.	GUARARAPES	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Baicão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
HAGA S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	HAGA S/A	
HELBOR EMPREENDIMENTOS S.A.	HELBOR	NM
HERCULES S.A. FABRICA DE TALHERES	HERCULES	
HUPI HARI S.A.	PQ HUPI HARI	
HOTEIS OTHON S.A.	HOTEIS OTHON	
HYPERMARCAS S.A.	HYPERMARCAS	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
IDEIASNET S.A.	IDEIASNET	NM
IGB ELETRÔNICA S/A	IGB S/A	
IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A	IGUATEMI	NM*
IMIGRANTES CIA SEC.DE CRED.IMOBILIARIOS	IMIGRANTES	
IMOWEL SECURITIZADORA S.A.	IMOWEL SEC	
INDUSTRIAS J B DUARTE S.A.	J B DUARTE	
INDUSTRIAS ROMI S.A.	INDS ROMI	NM
INEPAR ENERGIA S.A.	IENERGIA	
INEPAR S.A: INDUSTRIA E CONSTRUÇOES	INEPAR	
INEPAR TELECOMUNICACOES S.A.	INEPAR TEL	
INFRASEC SECURITIZADORA S.A.	INFRASEC	
INPAR S.A.	INPAR S/A	NM
INY E PART INFRA-ESTRUTURA S.A. -INVEPAR	INVEPAR	MB
INVESTCO S.A.	INVESTCO	
INVESTIMENTOS BEMGE S.A.	INVEST BEMGE	
INVITEL LEGACY S.A.	INVIT LEGACY	MB
IOCHPE MAXION S.A.	IOCHP-MAXION	NM
ITAITINGA PARTICIPACOES S.A.	ITAITINGA	
ITAPEBI GERACAO DE ENERGIA S.A.	ITAPEBI	
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	ITAUUNIBANCO	N1
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	ITAUSA	N1
ITAUSEG PARTICIPACOES S.A.	ITAUSEG	MB
ITAUTEC S.A. - GRUPO ITAUTEC	ITAUTEC	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
J. MACEDO S.A.	J.MACEDO	
JBS S.A.	JBS	NM
JEREISSATI PARTICIPACOES S.A.	JEREISSATI	
JHSF PARTICIPACOES S.A.	JHSF PART	NM
JOAO FORTES ENGENHARIA S.A.	JOAO FORTES	
JOSAPAR-JOAOQUIM OLIVEIRA S.A. - PARTICIP	JOSAPAR	
JULIO SIMÕES LOGÍSTICA S.A.	JULIO SIMOES	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
KARSTEN S.A.	KARSTEN	
KEPLER WEBER S.A.	KEPLER WEBER	
KLABIN S.A.	KLABIN S/A	N1
KLABIN SEGALL S.A.	KLABINSEGALL	
KROTON EDUCACIONAL S.A.	KROTON	N2

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
LA FONTE TELECOM S.A.	LA-FONTE TEL	
LAEP INVESTMENTS LTD.	LAEP	DR3
LARK S.A. MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	LARK MAQS	
LF TEL S.A.	LF TEL	
LIGAFUTEBOL S.A.	LIGAFUTEBOL	MB
LIGHT S.A.	LIGHT S/A	NM
LIGHT SERVIÇOS DE ELETRICIDADE S.A.	LIGHT	
LITEL PARTICIPACOES S.A.	LITEL	MB
LIVRARIA DO GLOBO S.A.	LIVR GLOBO	
LLX LOGISTICA S.A.	LLX LOG	NM
LOCALIZA RENT A CAR S.A.	LOCALIZA	NM
LOG-IN LOGISTICA INTERMODAL S.A.	LOG-IN	NM
LOJAS AMERICANAS S.A.	LOJAS AMERIC	
LOJAS HERING S.A.	LOJAS HERING	
LOJAS RENNER S.A.	LOJAS RENNER	NM
LONGDIS S.A.	LONGDIS	MB
LPS BRASIL - CONSULTORIA DE IMOVEIS S.A.	LOPES BRASIL	NM
LUPATECH S.A.	LUPATECH	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
M G POLIESTER S.A.	M G POLIEST	
M. DIAS BRANCO S.Á. IND COM DE ALIMENTOS	M. DIASBRANCO	NM
MAGNESITA REFRATARIOS S.A.	MAGNESITA SA	NM
MAHLE-METAL LEVE S.A.	METAL LEVE	
MANGELS INDUSTRIAL S.A.	MANGELS INDL	N1
MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	ESTRELA	
MAORI S.A.	MAORI	MB
MARAMBAIA ENERGIA RENOVAVEL S.A.	MARAMBAIA	
MARCOPOLO S.A.	MARCOPOLO	N2
MARFRIG ALIMENTOS S/A	MARFRIG	NM
MARISA LOJAS S.A.	LOJAS MARISA	NM
MARISOL S.A.	MARISOL	
MATONE SECURITIZADORA S.A.	MATONE SEC	
MCDONALD'S CORP.	MCDONALDS	MB
MENDES JUNIOR ENGENHARIA S.A.	MENDES JR	
MERCANTIL BRASIL FINANC S.A. C.F.I.	MERC FINANC	
METALFRIO SOLUTIONS S.A.	METALFRIO	NM
METALGRAFICA IGUAÇU S.A.	METAL IGUAÇU	
METALURGICA DUQUE S.A.	MET DUQUE	
METALURGICA GERDAU S.A.	GERDAU MET	N1
METALURGICA RIOSULENSE S.A.	RIOSULENSE	
METISA METALURGICA TIMBOENSE S.A.	METISA	
METROPOLIS EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.	METROPOLIS	
MILLENNIUM INORGANIC CHEMICALS BR S.A.	MILLENNIUM	
MILLS ESTRUTURAS E SERVIÇOS DE ENGENHARIA S.A.	MILLS	NM
MINASMAQUINAS S.A.	MINASMAQUINA	
MINERVA S.A.	MINERVA	NM
MINUPAR PARTICIPACOES S.A.	MINUPAR	
MMX MINERACAO E METALICOS S.A.	MMX MINER	NM
MOENA PARTICIPACOES S.A.	MOENA PART	MB
MONTEIRO ARANHA S.A.	MONT ARANHA	
MONTICIANO PARTICIPACOES S.A.	MONTICIANO	MB
MPX ENERGIA S.A.	MPX ENERGIA	NM
MRS LOGISTICA S.A.	MRS LOGIST	MB
MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.	MRV	NM
MULTIPLAN - EMPREEND IMOBILIARIOS S.A.	MULTIPLAN	N2
MULTIPLUS S.A.	MULTIPLUS	NM
MUNDIAL S.A. - PRODUTOS DE CONSUMO	MUNDIAL	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

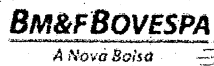
(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
NADIR FIGUEIREDO IND E COM S.A.	NADIR FIGUEI	
NATURA COSMETICOS S.A.	NATURA	NM
NEOENERGIA S.A.	NEOENERGIA	MB
NET SERVICOS DE COMUNICACAO S.A.	NET	N2
NEWTEL PARTICIPACOES S.A.	NEWTEL PART	MB
NORDON INDUSTRIAS METALURGICAS S.A.	NORDON MET	
NOVA AÇAO PARTICIPACOES S.A.	NOVA AÇAO PA	
NOVA AMERICA S.A.	NOVA AMERICA	MB
NOVA SECURITIZACAO S.A.	NOVA SECURIT	
NUTRIPLANT INDUSTRIA E COMERCIO S.A.	NUTRIPLANT	MA

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

Busca 

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
OBRASCON HUARTE LAIN BRASIL S.A.	OHL BRASIL	NM
ODONTOPREV S.A.	ODONTOPREV	NM
OGX PETROLEO E GAS PARTICIPACOES S.A.	OGX PETROLEO	NM
OPPORTUNITY ENERGIA E PARTICIPACOES S.A.	OPPORT ENERG	MB
OSX BRASIL S.A.	OSX BRASIL	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
PANATLANTICA S.A.	PANATLANTICA	
PARANA BCO S.A.	PARANA	N1
PARANAPANEMA S.A.	PARANAPANEMA	N1
PARCOM PARTICIPACOES S.A.	PARCOM PART	MB
PATRIA CIA SECURITIZADORA DE CRED IMOB	PATRIA SEC	
PDG REALTY S.A. EMPREEND E PARTICIPACOES	PDG RÉALT	NM
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	PETROBRAS	
PETROPAR S.A.	PETROPAR	
PETTENATI S.A. INDUSTRIA TEXTIL	PETTENATI	
PFIZER INC.	PFIZER	MB
PLASCAR PARTICIPACOES INDUSTRIAIS S.A.	PLASCAR PART	
POLPAR S.A.	POLPAR	
PORTO SEGURO S.A.	PORTO SEGURO	NM
PORTOBELLO S.A.	PORTOBELLO	NM
POSITIVO INFORMATICA S.A.	POSITIVO INF	NM
PRIVATINVEST PARTICIPACOES S.A.	PRIVATINVEST	MB
PRO METALURGIA S.A.	PRO METALURG	
PRODUTORES ENERGET. DE MANSO S.A. - PROMAN	PROMAN	MB
PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.	PROFARMA	NM
PROMPT PARTICIPACOES S.A.	PROMPT PART	MB
PRONOR PETROQUIMICA S.A.	PRONOR	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

BM&FBOVESPA

A Nova Bolsa

Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
QGN PARTICIPACOES S.A.	QGN PARTIC	MB
QUATTOR PETROQUIMICA S.A.	QUATTOR PETR	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	RANDON.PART	N1
RASIP AGRO PASTORIL S.A.	RASIP AGRO	
RB CAPITAL SECURIT. RESIDENCIAL S.A.	RBCAPITALRES	MB
RB CAPITAL SECURITIZADORA S.A.	RBCAPITALSEC	MB
RECRUSUL S.A.	RECRUSUL	
REDE ENERGIA S.A.	REDE ENERGIA	
REDECARD S.A.	REDECARD	NM
REDETOR ENERGIA S.A.	REDETOR	NM
REFINARIA DE PETROLEOS MANGUINHOS S.A.	PET MANGUINH	
RENAR MACAS S.A.	RENAR	NM
RENOVA ENERGIA S.A.	RENOVA	N2
RESTOQUE COMÉRCIO E CONFECÇÕES DE ROUPAS S.A.	LE LIS BLANC	NM
RET PARTICIPAÇÕES S.A.	RET PART	MB
RIMET EMPREEND INDS E COMERCIAIS S.A.	RIMET	
RIO GRANDE ENERGIA S.A.	RIO GDE ENER	
RODOBENS NEGOCIOS IMOBILIARIOS S.A.	RODOBENSIMOB	NM
ROSSI RESIDENCIAL S.A.	ROSSI RESID	NM

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balção Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
S.A. (VIACAO AEREA-RIOGRANDENSE)	SAVARG	
SAM INDUSTRIAS S.A.	SAM INDUSTRI	
SANESALTO SANEAMENTO S.A.	SANESALTO	
SANSUY S.A. INDUSTRIA DE PLASTICOS	SANSUY	
SANTHER FAB DE PAPEL STA THEREZINHA S.A.	SANTHER	
SANTOS BRASIL PARTICIPACOES S.A.	SANTOS BRP	N2
SANTOS BRASIL S.A.	SANTOS BRAS	
SAO CARLOS EMPREEND E PARTICIPACOES S.A.	SAO CARLOS	NM
SAO MARTINHO S.A.	SAO MARTINHO	NM
SAO PAULO ALPARGATAS S.A.	ALPARGATAS	N1
SAO PAULO TURISMO S.A.	SPTURIS	
SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	SARAIVA LIVR	N2
SAUIPE S.A.	SAUIPE	
SCHULZ S.A.	SCHULZ	
SEB - SISTEMA EDUCACIONAL BRASILEIRO S.A	SEB	N2
SELECTPART PARTICIPACOES S.A.	SELECTPART	MB
SERGEN SERVICOS GERAIS DE ENG S.A.	SERGEN	
SETIBA PARTICIPACOES S.A.	SETIBA PART	MB
SIDERURGICA J. L. ALIPERTI S.A.	ALIPERTI	
SLC AGRICOLA S.A.	SLC AGRICOLA	NM
SOLVAY INDUPA S.A.I.C.	SOLVAYINDUPA	CIA
SONDOTECNICA ENGENHARIA SOLOS S.A.	SONDÓTECNICA	
SOUZA CRUZ S.A.	SOUZA CRUZ	
SPRINGER S.A.	SPRINGER	
SPRINGS GLOBAL PARTICIPACOES S.A. (NÃO)	SPRINGS	NM
STEEL DO BRASIL PARTICIPAÇÕES S.A.	STEEL BRASIL	
SUBESTACAO ELETROMETRO S.A.	SUBESTACAO	
SUDESTE S.A.	SUDESTE S/A	MB
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	SUL 116 PART	MB
SUL AMERICA S.A.	SUL AMERICA	N2
SUZANO HOLDING S.A.	SUZANO HOLD	
SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	SUZANO PAPEL	N1

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

BM&FBOVESPA

A Nova Bolsa

Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
TAIPE TRANCOSO EMPREENDIMENTOS S.A.	TAIPE	MB
TAM S.A.	TAM S/A	N2
TARPON INVESTIMENTOS S.A.	TARPON INV	NM
TC SECURITIES CIA. DE SECURITIZACAO	TC SECURIT	
TEC TOY S.A.	TECTOY	
TECBLU TECELAGEM BLUMENAU S.A.	TEC BLUMENAU	
TECNISA S.A.	TECNISA	NM
TECNOSOLO ENGENHARIA S.A.	TECNOSOLO	
TEGMA GESTAO LOGISTICA S.A.	TEGMA	NM
TEKA-TECELAGEM KUEHNRIK S.A.	TEKA	
TEKNO S.A. - INDUSTRIA E COMERCIO	TEKNO	
TELE NORTE CELULAR PARTICIPACOES S.A.	TELE NORT CL	
TELE NORTE LESTE PARTICIPACOES S.A.	TELEMAR	
TELEC BRASILEIRAS S.A. TELEBRAS	TELEBRAS	
TELEC DE SAO PAULO S.A. - TELESP	TELESP	
TELEFONICA S.A.	TELEFONICA	DR3
TELEMAR NORTE LESTE S.A.	TELEMAR N L	
TELEMAR PARTICIPACOES S.A.	TELEMAR PART	
TELINVEST S.A.	TELINVEST	MB
TEMPO PARTICIPACOES S.A.	TEMPO PART	NM
TEREOS INTERNACIONAL S.A.	TEREOS	NM
TERMINAIS PORTUARIOS PONTA DO FELIX S.A.	TERMIN PORT	
TERMINAL GARAGEM MENEZES CORTES S.A.	MENEZES CORT	MB
TERMOPERNAMBUCO S.A.	TERMOPE	
TEXTIL RENAUXVIEW S.A.	TEX RENAUX	
TFA SECURITIZADORA S.A.	TFA SECURIT	
TIG HOLDING LTD.	TIG LTD	DR3
TIM PARTICIPACOES S.A.	TIM PART S/A	
TIVIT-TERC. DE PROC., SERV. E TEC. S.A.	TIVIT	NM
TOTVS S.A.	TOTVS	NM
TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.	TRIUNFO PART	NM
TRACTEBEL ENERGIA S.A.	TRACTEBEL	NM
TRANSMISSORA ALIANÇA DE ENERGIA ELÉTRICA S.A.	TERNÁ PART	N2
TREVISIA INVESTIMENTOS S.A.	TREVISIA	
TRISUL S.A.	TRISUL	NM
TRORION S.A.	TRORION	
TUPY S.A.	TUPY	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa
 (N2) Nível 2 de Governança Corporativa
 (NM) Novo Mercado
 (MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional
 (DR1) BDR Nível 1
 (DR2) BDR Nível 2
 (DR3) BDR Nível 3

Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
ULBRA RECEBIVEIS S.A.	ULBRA RECEB	
ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.	ULTRAPAR	N1
UNI CIDADE SP TRUST DE RECEBIVEIS S.A.	UNI CIDADE	
UNIDAS S.A.	UNIDAS	
UNIPAR PARTICIPAÇÕES S.A.	UNIPAR	N1
UNIVERCIDADE TRUST DE RECEBIVEIS S.A.	UNIVERCIDADE	
UNIVERSO ONLINE S.A.	UOL	N2
UPTICK PARTICIPACOES S.A.	UPTICK	MB
USINA COSTA PINTO S.A. ACUCAR ALCOOL	USIN C PINTO	
USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A. -USIMINAS	USIMINAS	N1

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3

BM&FBOVESPA
A Nova Bolsa

Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
VALE S.A.	VALE	N1
VALETRON S.A.	VALETRON	MB
VARIG PARTIC EM SERV COMPLEMENTARES S.A.	VARIG SERV	
VARIG PARTIC EM TRANSPORTES AEREOS S.A.	VARIG TRANSP	
VBC ENERGIA S.A.	VBC ENERGIA	
VICUNHA SIDERURGIA S.A.	VICUNHA SID	
VICUNHA TEXTIL S.A.	VICUNHA TEXT	
VISION SECURITIZADORA S.A.	VISION SEC	
VIVO PARTICIPACOES S.A.	VIVO	
VOTORANTIM FINANÇAS S.A.	VOTORANTIM	MB
VULCABRAS S.A.	VULCABRAS	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(NM) Novo Mercado

(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional

(DR1) BDR Nível 1

(DR2) BDR Nível 2

(DR3) BDR Nível 3



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
WAL MART STORES INC.	WAL MART	MB
WEG S.A.	WEG	NM
WEMBLEY SOCIEDADE ANONIMA	WEMBLEY	
WETZEL S.A.	WETZEL S/A	
WHIRLPOOL S.A.	WHIRLPOOL	
WIEST S.A.	WIEST	
WILSON SONS LTD.	WILSON SONS	DR3
WLM - INDUSTRIA E COMERCIO S.A.	WLM IND COM	
WTORRE CRJ SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE CRJ	
WTORRE FIDES SECURITIZADORA CRED IMOB SA	WTORRE FIDES	
WTORRE NSBC SECURITIZADORA CRED IMOB S.A	WTORRE NSBC	
WTORRE PIC SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE PIC	MB
WTORRE SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE SEC	
WTORRE TC SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE TC	
WTORRE TSSP SECURITIZADORA CRED IMOB S.A	WTORRE TSSP	
WTORRE VPA SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE VPA	
WTORRE VRJ SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE VRJ	

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa

(MB) Balcão Org. Tradicional

(N2) Nível 2 de Governança Corporativa

(DR1) BDR Nível 1

(NM) Novo Mercado

(DR2) BDR Nível 2

(MA) Bovespa Mais

(DR3) BDR Nível 3

3



Busca



Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
XX DE NOVENBRO SECURIT CRED IMOB S.A.	XX NOVENBRO	MB

(N1) Nível 1 de Governança Corporativa
(N2) Nível 2 de Governança Corporativa
(NM) Novo Mercado
(MA) Bovespa Mais

(MB) Balcão Org. Tradicional
(DR1) BDR Nível 1
(DR2) BDR Nível 2
(DR3) BDR Nível 3

BM&FBOVESPA
A Nova BolsaBusca 

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
YARA BRASIL FERTILIZANTES S.A.	YARA BRASIL	
(N1) Nível 1 de Governança Corporativa	(MB) Balcão Org. Tradicional	
(N2) Nível 2 de Governança Corporativa	(DR1) BDR Nível 1	
(NM) Novo Mercado	(DR2) BDR Nível 2	
(MA) Bovespa Mais	(DR3) BDR Nível 3	



Busca

Empresas Listadas

Atualizado em 07/09/2010 às 05h00

Consulte as Demonstrações Financeiras, Fatos Relevantes, Comunicados, entre outras informações importantes das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Razão Social	Nome de Pregão	Segmento
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	ZAIN PART	MB
(N1) Nível 1 de Governança Corporativa	(MB) Balcão Org. Tradicional	
(N2) Nível 2 de Governança Corporativa	(DR1) BDR Nível 1	
(NM) Novo Mercado	(DR2) BDR Nível 2	
(MA) Bovespa Mais	(DR3) BDR Nível 3	

TOTAL:

543

500 MAIORES

MELHORES E PIORES

500 MAIORES | MELHORES E PIORES

AS QUE MAIS CRESCERAM

Classificação das empresas pelo crescimento real da receita operacional bruta — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	CRESCIMENTO
1	Egesa	Ind. da Construção	Brasileiro	130,8
2	Editora Globo	Comunicações	Brasileiro	102,9
3	Galvão	Ind. da Construção	Brasileiro	93,7
4	Voith Hydro	Bens de Capital	Alemão	87,8
5	Casa da Moeda	Serviços	Estatat	84,5
6	Construcap	Ind. da Construção	Brasileiro	81,5
7	Mendes Júnior	Ind. da Construção	Brasileiro	72,6
8	MRV Engenharia	Ind. da Construção	Brasileiro	52,6
9	Delta Construção	Ind. da Construção	Brasileiro	48,0
10	Eletrobras Amaz. Energia	Energia	Estatat	46,6
11	Totvs	Indústria Digital	Brasileiro	45,4
12	Refinaria Riograndense	Quím. e Petroq.	Brasileiro	41,9
13	Cosan Açúcar e Alcool	Energia	Brasileiro	40,1
14	Arosuco	Bens de Consumo	Belga	39,2
15	Mataboi	Prod. Agropecuária	Brasileiro	38,7
16	Copersucar-Cooperativa	Energia	Brasileiro	38,5
17	Andrade Gutierrez	Ind. da Construção	Brasileiro	37,2
18	Queiroz Galvão	Ind. da Construção	Brasileiro	35,4
19	Hermes	Varejo	Brasileiro	33,1
20	Hering	Têxteis	Brasileiro	31,3

MAIORES LUCROS

Classificação das empresas por lucro líquido ajustado — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	LUCROS
1	Petrobras	Energia	Estatat	13 397,1
2	Vale	Mineração	Brasileiro	5 505,7
3	AmBev	Bens de Consumo	Belga	2 400,5
4	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	1 254,0
5	CSN	Sider. e Metalur.	Brasileiro	1 101,4
6	Fiat	Autoindústria	Italiano	951,2
7	Cielo	Serviços	Brasileiro	938,3
8	TAM	Transporte	Brasileiro	936,9
9	Sabesp	Serviços	Estatat	905,8
10	Braskem	Quím. e Petroq.	Brasileiro	891,5
11	Redecard	Serviços	Brasileiro	818,9
12	Gerdau Aços Longos	Sider. e Metalur.	Brasileiro	805,1
13	BR Distribuidora	Atacado	Estatat	789,6
14	CEEE	Energia	Estatat	783,3
15	Cemig GT	Energia	Estatat	780,9
16	ArcelorMittal Brasil	Sider. e Metalur.	Anglo-indiano	756,9
17	Souza Cruz	Bens de Consumo	Inglês	755,7
18	Refap	Quím. e Petroq.	Estatat	727,6
19	Votorantim Cimentos	Ind. da Construção	Brasileiro	727,2
20	Samarco	Mineração	Brasileiro	658,8

MAIORES EMPREGADORES

Classificação das empresas pelo número de empregados

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	EMPREGADOS
1	BRF	Bens de Consumo	Brasileiro	114 273
2	E.C.T.	Serviços	Estatat	108 614
3	Walmart	Varejo	Americano	79 801
4	Contax	Serviços	Brasileiro	78 200
5	Atento	Serviços	Espanhol	75 000
6	Carrefour	Varejo	Francês	71 890
7	Construtora Odebrecht	Ind. da Construção	Brasileiro	70 808
8	Petrobras	Energia	Estatat	55 802
9	JBS	Bens de Consumo	Brasileiro	55 361
10	Pão de Açúcar	Varejo	Franco-brasil.	54 069
11	OAS	Ind. da Construção	Brasileiro	51 631
12	Vale	Mineração	Brasileiro	40 101
13	McDonald's	Varejo	Argentino	33 330
14	Grendene	Têxteis	Brasileiro	30 327
15	GR	Serviços	Inglês	25 794
16	SPDM	Serviços	Brasileiro	25 439
17	Tivit Terceirização	Serviços	Brasileiro	24 385
18	TAM	Transporte	Brasileiro	23 504
19	Camargo Corrêa	Ind. da Construção	Brasileiro	21 645
20	Volkswagen	Autoindústria	Alemão	21 524

AS QUE MAIS PAGARAM SALÁRIOS

Classificação das empresas por salários pagos — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	SALÁRIOS
1	Petrobras	Energia	Estatat	5 872,2
2	Construtora Odebrecht	Ind. da Construção	Brasileiro	1 765,9
3	Volkswagen	Autoindústria	Alemão	1 373,4
4	Globo	Comunicações	Brasileiro	1 356,7
5	Vale	Mineração	Brasileiro	1 320,7
6	TAM	Transporte	Brasileiro	983,7
7	Embraer	Autoindústria	Brasileiro	937,0
8	Camargo Corrêa	Ind. da Construção	Brasileiro	792,5
9	Usiminas	Sider. e Metalur.	Brasileiro	711,3
10	Pão de Açúcar	Varejo	Franco-brasil.	708,8
11	Sabesp	Serviços	Estatat	700,5
12	BRF	Bens de Consumo	Brasileiro	698,4
13	AmBev	Bens de Consumo	Belga	661,5
14	Contax	Serviços	Brasileiro	643,5
15	Transpetro	Transporte	Estatat	617,3
16	Infraero	Serviços	Estatat	593,8
17	Atento	Serviços	Espanhol	583,9
18	Serpro	Indústria Digital	Estatat	583,4
19	SPDM	Serviços	Brasileiro	567,7
20	Eletrobras Furnas	Energia	Estatat	515,8

500 MAIORES

MELHORES E PIORES

MAIS RENTÁVEIS

Classificação das empresas por lucro líquido ajustado sobre patrimônio líquido ajustado — em %

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	RENTABILIDADE
1	Cielo	Serviços	Brasileiro	99,8
2	CPFL Brasil	Energia	Brasileiro	99,0
3	Refap	Quím. e Petroq.	Estatat	87,2
4	TAM	Transporte	Brasileiro	77,9
5	SPDM	Serviços	Brasileiro	74,4
6	Trop	Atacado	Brasileiro	68,7
7	Redecard	Serviços	Brasileiro	67,2
8	CEEE	Energia	Estatat	65,9
9	Cólimo	Atacado	Brasileiro	65,1
10	AES Tietê	Energia	Amer./Brasil.	63,3
11	Votorantim Siderurgia	Sider. e Metalur.	Brasileiro	60,6
12	AmBev Bebidas	Bens de Consumo	Belga	59,2
13	Fiat	Autoindústria	Italiano	57,0
14	TBG	Transporte	Brasileiro	55,2
15	CEEE-GT	Energia	Estatat	53,6
16	CBMM	Mineração	Brasileiro	51,1
17	Garoto	Bens de Consumo	Sulço	48,8
18	Infoglobo	Comunicações	Brasileiro	46,4
19	AutoBan	Serviços	Brasileiro	46,4
20	NovaDutra	Serviços	Brasileiro	45,9

AS QUE MAIS PAGARAM IMPOSTOS

Classificação das empresas por impostos pagos — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	IMPOSTOS
1	Petrobras	Energia	Estatat	24 320,4
2	BR Distribuidora	Atacado	Estatat	7 264,7
3	AmBev	Bens de Consumo	Belga	5 200,0
4	Souza Cruz	Bens de Consumo	Inglês	3 705,5
5	Fiat	Autoindústria	Italiano	3 401,6
6	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	3 202,2
7	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	3 077,3
8	Vivo	Telecomunicações	Luso-espan.	2 469,3
9	TIM Celular	Telecomunicações	Italiano	2 413,3
10	AES Eletropaulo	Energia	Amer./Brasil.	2 139,2
11	Embratel	Telecomunicações	Mexicano	2 063,1
12	Braskem	Quím. e Petroq.	Brasileiro	2 052,4
13	Brasil Telecom	Telecomunicações	Brasileiro	2 041,4
14	Refap	Quím. e Petroq.	Estatat	1 993,8
15	Light Sesa	Energia	Brasileiro	1 848,5
16	Claro	Telecomunicações	Mexicano	1 801,9
17	Comig Distribuição	Energia	Estatat	1 772,8
18	Usiminas	Sider. e Metalur.	Brasileiro	1 609,5
19	ArcelorMittal Brasil	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	1 473,4
20	Copel DIS	Energia	Estatat	1 380,7

MAIORES DIVIDENDOS

As empresas que melhor remuneraram seus acionistas — em % sobre o lucro

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	DIVIDENDOS PATRIMÔNIO
1	Eletrobras	Energia	Estatat	434,8
2	Golden Cross	Serviços	Brasileiro	332,8
3	Skanska Brasil	Ind. da Construção	Sueco	310,8
4	Cotia Trading	Atacado	Brasileiro	304,2
5	Telecomig Celular	Telecomunicações	Brasileiro	215,3
6	Eletrobrasdear	Energia	Estatat	199,3
7	Villares Metals	Sider. e Metalur.	Austriaco	196,1
8	Lojas Colombo	Varejo	Brasileiro	193,7
9	Apiranga Produtos	Atacado	Brasileiro	190,2
10	Alzo Robal	Quím. e Petroq.	Holandês	168,3
11	Clarinet	Quím. e Petroq.	Sulço	168,3
12	Ampla	Energia	Italiano	167,9
13	Aços Villares	Sider. e Metalur.	Brasileiro	165,8
14	Ultrazap	Energia	Brasileiro	162,6
15	Casa New Holland	Autoindústria	Italiano	162,3
16	Usina da Pedra	Energia	Brasileiro	159,1
17	Bunge Fertilizantes	Quím. e Petroq.	Holandês	155,8
18	Energia PB	Energia	Brasileiro	149,4
19	UTE Norte Fluminense	Energia	Francês	140,7
20	Oryzane PE	Quím. e Petroq.	Brasileiro	135,8

MAIORES EM PATRIMÔNIO

Classificação das empresas por patrimônio líquido ajustado — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	PATRIMÔNIO
1	Petrobras	Energia	Estatat	96 289,4
2	Vale	Mineração	Brasileiro	55 877,2
3	Eletrobras	Energia	Estatat	43 702,8
4	BM&F Bovespa	Serviços	Brasileiro	11 602,5
5	AmBev	Bens de Consumo	Belga	11 148,0
6	JBS	Bens de Consumo	Brasileiro	9 659,2
7	Chesf	Energia	Estatat	9 402,9
8	Usiminas	Sider. e Metalur.	Brasileiro	8 887,0
9	Eletrobras Furnas	Energia	Estatat	8 160,1
10	BRF	Bens de Consumo	Brasileiro	7 600,0
11	Metrô	Transporte	Estatat	7 296,4
12	ArcelorMittal Brasil	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	6 955,5
13	Brasil Telecom	Telecomunicações	Brasileiro	6 456,6
14	Sabesp	Serviços	Estatat	6 357,6
15	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	5 980,5
16	Fibra	Papel e Celulose	Brasileiro	5 814,7
17	Namisa	Mineração	Brasileiro	5 656,4
18	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	5 574,4
19	Cesp	Energia	Estatat	5 177,9
20	Claro	Telecomunicações	Mexicano	5 067,1

500 MAIORES

MELHORES E PIORES

500 MAIORES | MELHORES E PIORES

MAIORES RECEITAS LÍQUIDAS

Classificação das empresas por receita líquida — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	RECEITA LÍQUIDA
1	Petrobras	Energia	Estatal	78 478,1
2	BR Distribuidora	Atacado	Estatal	32 229,8
3	Vale	Mineração	Brasileiro	15 475,0
4	Fiat	Autoindústria	Italiano	12 047,0
5	Bunge Alimentos	Bens de Consumo	Holandês	9 239,1
6	Vivo	Telecomunicações	Luso-espan.	8 580,0
7	TIM Celular	Telecomunicações	Italiano	8 377,8
8	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	8 377,0
9	Pão de Açúcar	Varejo	Franco-brasil.	8 333,2
10	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	8 217,9
11	Ipiranga Produtos	Atacado	Brasileiro	8 164,2
12	Braskem	Quím. e Petroq.	Brasileiro	8 140,7
13	Cargill	Bens de Consumo	Americano	7 898,0
14	ArcelorMittal Brasil	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	6 765,6
15	AmBev	Bens de Consumo	Belga	6 557,2
16	Claro	Telecomunicações	Mexicano	6 144,3
17	Embratel	Telecomunicações	Mexicano	5 788,9
18	Sadia	Bens de Consumo	Brasileiro	5 685,0
19	TAM	Transporte	Brasileiro	5 675,1
20	Embraer	Autoindústria	Brasileiro	5 428,6

MAIOR LIQUIDEZ GERAL

Classificação das empresas por ativo circulante mais realizáveis a longo prazo sobre o exigível total — em nº ind

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	LIQUIDEZ
1	Avipal-NE	Bens de Consumo	Brasileiro	9,91
2	Gerdau Comercial de Aços	Sider. e Metalur.	Brasileiro	8,25
3	Termomecânica	Sider. e Metalur.	Brasileiro	7,20
4	Galvasud	Sider. e Metalur.	Brasileiro	6,94
5	Grendene	Têxteis	Brasileiro	4,64
6	Belgo Beizaert-NE	Sider. e Metalur.	Anglo-india/Belga	4,38
7	Brazil Trading	Atacado	Brasileiro	4,30
8	Prada	Sider. e Metalur.	Brasileiro	3,54
9	Lojas CEM	Varejo	Brasileiro	3,45
10	AstraZeneca	Farmacêutico	Anglo-sueco	3,44
11	Green Automóveis	Varejo	Brasileiro	3,37
12	ArcelorMittal Gonvarri	Sider. e Metalur.	Anglo-india/Espan.	3,26
13	Delta Construção	Ind. da Construção	Brasileiro	3,16
14	EIT	Ind. da Construção	Brasileiro	3,13
15	Tenaris Confab	Sider. e Metalur.	Argentino	3,11
16	Serasa	Serviços	Irlandês	3,06
17	Construcap	Ind. da Construção	Brasileiro	3,01
18	Semp Toshiba-AM	Eletroeletrônico	Brasileiro	2,88
19	Roche	Farmacêutico	Suíço	2,80
20	Merck	Farmacêutico	Alemão	2,71

AS QUE MAIS CRIARAM RIQUEZA

Classificação das empresas que mais criaram riqueza — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	RIQUEZA POR EMPRESA
1	Petrobras	Energia	Estatal	62 586,7
2	AmBev	Bens de Consumo	Belga	7 604,7
3	Vale	Mineração	Brasileiro	7 090,2
4	BR Distribuidora	Atacado	Estatal	6 996,4
5	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	5 950,2
6	Souza Cruz	Bens de Consumo	Inglês	4 920,5
7	Vivo	Telecomunicações	Luso-espan.	4 745,0
8	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	4 721,1
9	Fiat	Autoindústria	Italiano	3 877,0
10	TIM Celular	Telecomunicações	Italiano	3 564,5
11	AES Eletropaulo	Energia	Amer./Brasil.	3 534,7
12	Embratel	Telecomunicações	Mexicano	3 354,6
13	Cemig Distribuição	Energia	Estatal	3 224,3
14	CSN	Sider. e Metalur.	Brasileiro	2 545,3
15	Sabesp	Serviços	Estatal	2 488,1
16	Rafap	Quím. e Petroq.	Estatal	2 446,9
17	Light Sesa	Energia	Brasileiro	2 409,3
18	Pão de Açúcar	Varejo	Franco-brasil.	2 230,0
19	TAM	Transporte	Brasileiro	2 217,1
20	Brasil Telecom	Telecomunicações	Brasileiro	2 197,6

RIQUEZAS CRIADAS POR EMPREGADO

Classificação das maiores riquezas criadas por empregado — em US\$ mil

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	RIQUEZA POR EMPREGADO
1	TAG	Transporte	Brasileiro	36 698,3
2	Enxertrade	Energia	Português	7 217,0
3	Rafap	Quím. e Petroq.	Estatal	2 946,3
4	AES Tietê	Energia	Amer./Brasil.	2 444,7
5	A. Telecom	Telecomunicações	Espanhol	1 963,5
6	CPFL Brasil	Energia	Brasileiro	1 949,4
7	BR Distribuidora	Atacado	Estatal	1 774,2
8	TBG	Transporte	Brasileiro	1 540,2
9	Trop	Atacado	Brasileiro	1 481,6
10	Cielo	Serviços	Brasileiro	1 396,5
11	Redecard	Serviços	Brasileiro	1 305,4
12	Tractebel Energia	Energia	Franco-belga	1 288,8
13	Arosuco	Bens de Consumo	Belga	1 174,6
14	Petrobras	Energia	Estatal	1 127,7
15	Duke Energy	Energia	Americano	1 106,8
16	Telefônica	Telecomunicações	Espanhol	1 053,9
17	Ampla	Energia	Italiano	1 045,8
18	Cemig GT	Energia	Estatal	980,0
19	Refinaria Riograndense	Quím. e Petroq.	Brasileiro	937,5
20	Bandeirante	Energia	Português	926,3

500 MAIORES

MELHORES E PIORES

500 MAIORES | MELHORES E PIORES

MAIORES POR CAPITAL CIRCULANTE

Classificação das empresas pelo volume de capital circulante líquido — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO
1	Eletrobras	Energia	Estatal	8 332,3
2	Usiminas	Sider. e Metalur.	Brasileiro	2 640,8
3	BR Distribuidora	Atacado	Estatal	1 934,1
4	Marfrig	Prod. Agropecuária	Brasileiro	1 882,1
5	Embraer	Autoindústria	Brasileiro	1 773,7
6	CSN	Sider. e Metalur.	Brasileiro	1 518,9
7	Suzano	Papel e Celulose	Brasileiro	1 141,9
8	Klabin	Papel e Celulose	Brasileiro	1 047,6
9	Globo	Comunicações	Brasileiro	1 011,1
10	BM&F Bovespa	Serviços	Brasileiro	1 008,4
11	Avipal-NE	Bens de Consumo	Brasileiro	976,1
12	Queiroz Galvão	Ind. da Construção	Brasileiro	973,1
13	Ipiranga Produtos	Atacado	Brasileiro	920,7
14	Weg Equipamentos	Bens de Capital	Brasileiro	887,4
15	Coamo	Prod. Agropecuária	Brasileiro	874,5
16	TAG	Transporte	Brasileiro	870,0
17	Pão de Açúcar	Varejo	Franco-brasil.	855,7
18	Votorantim Cimentos	Ind. da Construção	Brasileiro	833,3
19	Construtora Odebrecht	Ind. da Construção	Brasileiro	784,3
20	Gafisa	Ind. da Construção	Brasileiro	764,7

MENOS ENDIVIDADAS

Classificação das empresas pela relação exigível sobre o ativo total — em %

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	ENDIVIDAMENTO
1	BM&F Bovespa	Serviços	Brasileiro	6,9
2	Avipal-NE	Bens de Consumo	Brasileiro	9,7
3	Galvasud	Sider. e Metalur.	Brasileiro	10,5
4	Gerdau Comercial de Aços	Sider. e Metalur.	Brasileiro	11,0
5	Termomecânica	Sider. e Metalur.	Brasileiro	11,3
6	Guararapes	Têxteis	Brasileiro	11,5
7	Gerdau Aços Especiais	Sider. e Metalur.	Brasileiro	11,7
8	Arosuco	Bens de Consumo	Belga	12,7
9	Sol Coqueria	Sider. e Metalur.	Brasileiro	13,9
10	Belgo Bekaert-NE	Sider. e Metalur.	Anglo-ind./Bel.	16,0
11	Metrô	Transporte	Estatal	16,1
12	CPTM	Transporte	Estatal	17,1
13	Fosfértil	Quím. e Petroq.	Brasileiro	17,2
14	Hospital Santa Catarina	Serviços	Brasileiro	17,3
15	Chesf	Energia	Estatal	17,6
16	ArcelorMittal Tubarão	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	18,1
17	Grendene	Têxteis	Brasileiro	18,9
18	Namisa	Mineração	Brasileiro	19,9
19	M. Dias Branco	Bens de Consumo	Brasileiro	19,9
20	Prada	Sider. e Metalur.	Brasileiro	20,6

MAIORES PREJUÍZOS

Classificação das empresas por prejuízo líquido ajustado — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	PREJUÍZO
1	Eletrobras	Energia	Estatal	-2 746,8
2	Brasil Telecom	Telecomunicações	Brasileiro	-920,0
3	Andrade Gutierrez	Ind. da Construção	Brasileiro	-514,9
4	Cosan	Energia	Brasileiro	-483,3
5	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	-415,9
6	Ponto Frio	Varejo	Brasileiro	-275,9
7	Guarani	Energia	Francês	-249,3
8	Seara	Bens de Consumo	Brasileiro	-195,7
9	CPTM	Transporte	Estatal	-180,3
10	Fosfértil	Quím. e Petroq.	Brasileiro	-158,8
11	Mosaic	Quím. e Petroq.	Americano	-156,1
12	Renault	Autoindústria	Francês	-153,6
13	JBS	Bens de Consumo	Brasileiro	-140,3
14	Schincariol-SP	Bens de Consumo	Brasileiro	-134,9
15	Cosan Açúcar e Alcool	Energia	Brasileiro	-129,3
16	Milenia	Quím. e Petroq.	Israelense	-125,2
17	Vicunha	Têxteis	Brasileiro	-123,6
18	Alcoa	Sider. e Metalur.	Americano	-117,9
19	LG	Indústria Digital	Coreano	-100,8
20	ALL Malha Sul	Transporte	Brasileiro	-97,9

AS QUE ENTRARAM NO VERMELHO

Os 20 maiores prejuízos entre as empresas que tiveram lucro no ano anterior — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	PREJUÍZO	LUCRO ANTERIOR
1	Eletrobras	Energia	Estatal	-2.746,8	258,0
2	Brasil Telecom	Telecomunicações	Brasileiro	-920,0	621,0
3	Telemar	Telecomunicações	Brasileiro	-415,9	462,0
4	Fosfértil	Quím. e Petroq.	Brasileiro	-158,8	390,0
5	Renault	Autoindústria	Francês	-153,6	91,0
6	Milenia	Quím. e Petroq.	Israelense	-125,2	32,0
7	Sol Coqueria	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-62,5	62,0
8	Metrô	Transporte	Estatal	-57,4	16,0
9	Ultrafertil	Quím. e Petroq.	Brasileiro	-41,7	109,0
10	Lanxess	Quím. e Petroq.	Alemão	-34,6	15,0
11	Eletrobras Furnas	Energia	Estatal	-22,4	296,0
12	Magneti Marelli Cofap	Autoindústria	Italiano	-20,2	296,0
13	Treelog	Atacado	Brasileiro	-19,5	296,0
14	Dow	Quím. e Petroq.	Americano	-12,4	33,0
15	Bayer	Quím. e Petroq.	Alemão	-10,9	40,0
16	GR	Serviços	Inglês	-10,1	38,0
17	Infraero	Serviços	Estatal	-7,6	38,0
18	Univers. Estácio de Sá	Serviços	Brasileiro	-5,4	31,0
19	Eletrobras Amaz. Energia	Energia	Estatal	-2,2	100,0
20	Josapar	Prod. Agropecuária	Brasileiro	-1,2	16,0

500 MAIORES

MELHORES E PIORES

500 MAIORES | MELHORES E PIORES

AS QUE SAÍRAM DO VERMELHO

Os 20 maiores lucros entre as empresas que tiveram prejuízo no ano anterior — em US\$ milhões

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	LUCRO LÍQUIDO	LUCRO ANTERIOR
1	TAM	Transporte	Brasileiro	936,9	-1 333,4
2	Braskem	Quím. e Petroq.	Brasileiro	891,5	-1 518,9
3	Refap	Quím. e Petroq.	Estatal	727,6	-1 151,4
4	Cesp	Energia	Estatal	556,9	-1 419,0
5	Suzano	Papel e Celulose	Brasileiro	520,3	-241,6
6	Klabin	Papel e Celulose	Brasileiro	322,2	-296,8
7	ArcelorMittal Inox	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	308,9	-87,9
8	Sadia	Bens de Consumo	Brasileiro	302,7	-1 899,7
9	Cargill	Bens de Consumo	Americano	281,1	-271,1
10	Marfrig	Prod. Agropecuária	Brasileiro	269,2	-225,0
11	Gol	Transporte	Brasileiro	259,3	-589,3
12	Fibra	Papel e Celulose	Brasileiro	232,4	-1 212,8
13	DuPont	Quím. e Petroq.	Americano	214,2	-294,9
14	Hypermarcas	Bens de Consumo	Brasileiro	190,3	-176,2
15	Samsung	Eletroeletrônico	Coreano	164,9	-51,8
16	Votorantim Metais Zinco	Mineração	Brasileiro	137,2	-204,9
17	Embrasa	Serviços	Estatal	124,0	-44,5
18	Usaçúcar	Energia	Brasileiro	106,7	-20,0
19	Quattor	Quím. e Petroq.	Brasileiro	85,0	-213,4
20	Semp Toshiba-AM	Eletroeletrônico	Brasileiro	77,6	-77,5

MENOS RENTÁVEIS

Classificação das empresas por prejuízo líquido ajustado sobre patrimônio líquido ajustado — em %

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	RENTABILIDADE
1	Schincariol-SP	Bens de Consumo	Brasileiro	-264,2
2	Milenia	Quím. e Petroq.	Israelense	-110,1
3	Ponto Frio	Varejo	Brasileiro	-73,8
4	Mosaic	Quím. e Petroq.	Americano	-64,0
5	LG-AM	Eletroeletrônico	Coreano	-51,8
6	Aurora Alimentos	Bens de Consumo	Brasileiro	-46,7
7	Vicumha	Têxteis	Brasileiro	-40,9
8	Andrade Gutierrez	Ind. da Construção	Brasileiro	-38,7
9	Guarani	Energia	Francês	-35,1
10	Seara	Bens de Consumo	Brasileiro	-34,1
11	LG	Indústria Digital	Coreano	-33,0
12	Medial Saúde	Serviços	Brasileiro	-32,6
13	Renault	Autoindústria	Francês	-24,9
14	Cosan	Energia	Brasileiro	-23,7
15	Yara	Quím. e Petroq.	Norueguês	-23,3
16	Magneti Marelli Cofap	Autoindústria	Italiano	-20,3
17	Prada	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-19,7
18	Cosan Alimentos	Energia	Brasileiro	-19,5
19	Solvay Indupa	Quím. e Petroq.	Belga	-16,1
20	Eletrobras Distrib. Piauí	Energia	Estatal	-15,7

MAIS ENDIVIDADAS

Classificação das empresas pela relação exigível sobre o ativo total — em %

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	ENDIVIDAMENTO
1	Unimed Curitiba	Serviços	Brasileiro	128,5
2	Bombril	Bens de Consumo	Brasileiro	125,4
3	Editora Globo	Comunicações	Brasileiro	117,0
4	Treelog	Atacado	Brasileiro	114,0
5	Refinaria Riograndense	Quím. e Petroq.	Brasileiro	101,1
6	FCA	Transporte	Brasileiro	100,5
7	ALL Malha Sul	Transporte	Brasileiro	99,6
8	CPFL Brasil	Energia	Brasileiro	99,1
9	Sendas Distribuidora	Varejo	Brasileiro	98,9
10	Copersucar-Cooperativa	Energia	Brasileiro	97,8
11	PH Par	Bens de Consumo	Brasileiro	97,2
12	Colg	Energia	Estatal	96,7
13	Votorantim Siderurgia	Sider. e Metalur.	Brasileiro	96,7
14	Redecard	Serviços	Brasileiro	95,8
15	Estaleiro Mauá	Diversos	Brasileiro	95,0
16	Schincariol-SP	Bens de Consumo	Brasileiro	94,1
17	Sadia	Bens de Consumo	Brasileiro	93,4
18	Samarco	Mineração	Brasileiro	92,9
19	Cargill	Bens de Consumo	Americano	92,2
20	Lojas Americanas	Varejo	Brasileiro	90,4

AS QUE MAIS ENCOLHERAM

Classificação das empresas pela queda real da receita operacional bruta — em %

2009	EMPRESA	SETOR	CONTROLE	QUEDA
1	Gerdau Açominas	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-47,5
2	CEG Rio	Energia	Espanhol	-44,4
3	ArcelorMittal Inox	Sider. e Metalur.	Anglo-indian.	-44,1
4	Lanxess	Quím. e Petroq.	Alemão	-44,0
5	Gerdau Aços Especiais	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-42,3
6	Eletrobras	Energia	Estatal	-42,2
7	Aços Villares	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-39,5
8	Samarco	Mineração	Brasileiro	-39,4
9	Albras	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-38,5
10	CBMM	Mineração	Brasileiro	-38,4
11	Termomecânica	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-37,1
12	Bunge Fertilizantes	Quím. e Petroq.	Holandês	-36,1
13	Fosfértil	Quím. e Petroq.	Brasileiro	-34,6
14	Mosaic	Quím. e Petroq.	Americano	-34,0
15	Sol Coqueria	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-33,6
16	Yara	Quím. e Petroq.	Norueguês	-32,8
17	Alcatel-Lucent	Eletroeletrônico	Francês	-32,8
18	Tupy	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-32,7
19	Americal	Telecomunicações	Mexicano	-31,4
20	CBA	Sider. e Metalur.	Brasileiro	-30,8



MELHORES EMPRESAS PARA VOCÊ TRABALHAR



Links rápidos: [Carreira](#) | [Finanças](#) | [Currículo](#) | [Mude de Emprego](#) | [Blogs](#) | [Colunas](#) | [Liderança](#) | [Ações](#) | [Melhores MBAs](#) | [Calculadoras e Simuladores](#)

VOCÊ S/A | Maio 2010 | Rankings | 150 melhores empresas

As 150 melhores empresas para você trabalhar

Este é ranking das campeãs do Guia As 150 melhores empresas para você trabalhar.

*IFT: Índice de felicidade no trabalho

Você está na página: 1 [[Páginas: 1 | 2 | 3 | 4](#)] [Próximo >](#)

NOME	*IFT
3M	80.7
Affinia	73.2
Agro Amazônia	74.9
Agro Amazônia Sistemas Mecanizados	74.3
ALBRAS	74.8
AMANCO	72.2
AmBev	75.9
Amil resgate saúde	78.9
AON	73.6
ArcelorMittal Brasil	79.1
ArcelorMittal Inox Brasil	84.8
ArvinMeritor do Brasil - CVS	73.6
Atlântico	74.3
Balaroti	77.6
Banco Votorantim	77.3
BASF	77.6
BICBANCO	71.8
Bradesco	78.6
Brascabos	75.7
Brasllata	78.3
Brasilprev	77.0
BV Financeira	86.6
Cacique Pneus	76.7
Carbocloro	74.3
Cargill	71.4
CASA SOL	83.4
Case New Holland	71.2
CATERPILLAR	86.8
Ceagro Business	70.9
Cecrisa Revestimentos Cerâmicos S/A	80.7
Central Nacional Unimed	74.5
Certel	72.5

Chemtech	82.1
CI&T	77.8
CIELO S/A	75.1
Cisco Brasil	85.1
CLEAN GESTÃO AMBIENTAL	77.4
COATS TEXTIL	73.6

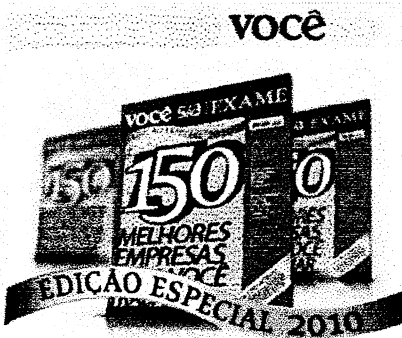
Você está na página: 1 [Páginas: 1 | 2 | 3 | 4] [Próximo >](#)



As **10** Melhores

- 1º Whirlpool Latin America
- 2º Volvo
- 3º Caterpillar
- 4º BV Fianceira
- 5º Sama
- 6º Laboratório Sabin
- 7º Gazin
- 8º Eurofarma
- 9º Coelco
- 10º Dupont

+ [Veja a LISTA COMPLETA](#)



VOCE S/A

RECEBA 50%

em mais de 12 meses

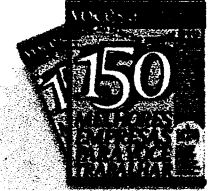
Por 2 anos e ganhe mais 12 meses



VOCÊ S/A



MELHORES EMPRESAS PARA VOCÊ TRABALHAR



[Links rápidos: Carreira](#) | [Finanças](#) | [Currículo](#) | [Mude de Emprego](#) | [Blogs](#) | [Colunas](#) | [Liderança](#) | [Ações](#) | [Melhores MBAs](#) | [Calculadoras e Simuladores](#)

VOCÊ S/A | Mept 2010 \ Rankings \ As 150 Melhores

As 150 melhores empresas para você trabalhar

Este é ranking das campeãs do Guia As 150 melhores empresas para você trabalhar.

*IFT: Índice de felicidade no trabalho

Você está na página: 2		< Anterior	[1 2 3 4]	Próximo >
NOME				*IFT
COELCE				84.3
Colgate-Palmolive				84.2
Consórcio Nacional Embracon				81.8
COPACOL				72.8
CP Promotora				82.2
CPFL ENERGIA S.A.				83.3
CREDECITRUS				72.3
Dow Brasil S.A.				80.2
Duas Rodas				72.7
DuPont				84.0
Ecorodovias				74.3
Electrolux				77.6
Eletrobras - Eletrosul				72.9
Embalagens Jaguaré				75.2
Embraer				79.2
EUROFARMA				84.5
Filtros Tecfil				75.5
FMC				72.1
Fras-le S/A				78.8
Fundação Pró-Rim				80.2
GAZIN				84.8
Genzyme				78.5
Gerdau				80.6
Google				87.0
Grupo Boticário				79.8
Grupo Cerradinho				72.2
GRUPO DISLUB/EQUADOR				76.8
GVT				79.7
Hospital Albert Einstein				76.2
Ihara				73.8
INEC				80.2

Instituto de Pesquisas Eldorado	76.4
Intelbras SA	72.5
Irizar Brasil	76.7
IVIA	74.3
Kaizen	74.0
KSPG	75.9

Você está na página: 2 < Anterior [Páginas: 1 | 2 | 3 | 4] Próximo >



As 10 Melhores

- 1º Whirlpool Latin America
 - 2º Volvo
 - 3º Caterpillar
 - 4º BV Financeira
 - 5º Sama
 - 6º Laboratório Sabin
 - 7º Gazin
 - 8º Eurofarma
 - 9º Coelce
 - 10º Dupont
- + [Veja a LISTA COMPLETA](#)

nas bancas **voce**





MELHORES EMPRESAS PARA VOCÊ TRABALHAR



Links rápidos: [Carreira](#) | [Finanças](#) | [Currículo](#) | [Mude de Emprego](#) | [Blogs](#) | [Colunas](#) | [Liderança](#) | [Ações](#) | [Melhores MBAs](#) | [Calculadoras e Simuladores](#)

VOCE S/A | Maio 2010 | Ranking 2010

As 150 melhores empresas para você trabalhar

Este é ranking das campeãs do Guia As 150 melhores empresas para você trabalhar.

*IFT: Índice de felicidade no trabalho

Você está na página: 3		< Anterior	{ Páginas: 1 2 3 4 }	Próximo >
NOME				*IFT
Laboratório Sabin	86.2			
Landis+Gyr	78.4			
Latapack-Ball	75.0			
Lojas Colombo	73.9			
LOJAS RENNER	75.3			
Losango	82.0			
Magazine Luiza	77.5			
MAPFRE Seguros	81.6			
Marelli Ambientes Racionais	79.4			
Metal Ar	78.2			
Moinho Globo Alimentos	73.2			
Monsanto do Brasil Ltda	74.9			
MTP	71.4			
Netsolutions	75.6			
Nextel	80.7			
NIVEA	76.3			
Novo Nordisk	71.1			
PAINCO S/A	79.1			
Paschoalotto Serviços Financeiros	71.0			
PepsiCo do Brasil	72.8			
Perkins	72.2			
PHITO FÓRMULAS	83.0			
PLASCAR	84.0			
PORMADE PORTAS	83.8			
Portal Educação	85.7			
Prezunic	74.8			
Promon	80.7			
Prudential do Brasil	80.0			
quantIQ	73.9			
Redecard	75.4			
Rhede Reciclar	74.5			

RTE Rodonaves	79.2
Saga	81.3
Salinas do Maragogi All Inclusive Resort	75.9
SAMA	86.4
Samarco	82.6
SANOFI-AVENTIS	78.9
Você está na página: 3	
< Anterior Páginas: 1 2 3 4 Próximo >	



As 10 Melhores

- 1ª Whirlpool Latin America
 - 2ª Volvo
 - 3ª Caterpillar
 - 4ª BV Financeira
 - 5ª Sama
 - 6ª Laboratório Sabin
 - 7ª Gazin
 - 8ª Eurofarma
 - 9ª Coelce
 - 10ª Dupont
- + [Veja a LISTA COMPLETA](#)





MELHORES EMPRESAS PARA VOCÊ TRABALHAR



Links rápidos: [Carreira](#) | [Finanças](#) | [Currículo](#) | [Mude de Emprego](#) | [Blogs](#) | [Colunas](#) | [Liderança](#) | [Ações](#) | [Melhores MBAs](#) | [Calculadoras e Simuladores](#)

VOCE S/A (Maqpt 2010 \ Ranking) 11/04/2011 15:04

As 150 melhores empresas para você trabalhar

Este é ranking das campeãs do Guia As 150 melhores empresas para você trabalhar.

*IFT: Índice de felicidade no trabalho

Você está na página: 4 < Anterior [Páginas: 1 | 2 | 3 | 4]

NOME	*IFT
SANOVO	74.0
São Bernardo Apart Hospital	83.9
São Bernardo Saúde	80.6
SAP Brasil	70.6
SAP Labs Brazil	80.5
Schlumberger	72.1
Serasa Experian	75.2
SERVIMED	72.3
Siemens	73.9
SKF	77.7
Sol Informática	73.0
Sorocaba Refrescos	78.2
Syngenta	75.9
Techint Engenharia e Construção	75.6
TENARISCONFAB	77.1
Tetra Pak	71.4
Ticket Serviços	79.7
Tigre SA	79.2
TORTUGA	80.3
U&M	73.6
Unilever	75.3
Unimed Caruaru	70.9
Unimed Circuito das Águas	73.8
Unimed Federação RJ	70.5
Unimed Missões	81.6
Unimed Porto Alegre	73.8
Unimed Sul Capixaba Cooperativa de Trabalho Médico	88.9
Unimed Vales do Taquari e Rio Pardo	83.4
UNIMED-RIO	76.0
UNISC	81.5
Visa Vale	77.4

Vivo Participações S/A	81.5
Volvo do Brasil	86.9
Votorantim Cimentos	77.4
Weber Quartzolit	75.8
Whirlpool Latin America	87.2
Zanzini Móveis	83.8
Zema	72.6

Você está na página: 4 < Anterior [Páginas: 1 | 2 | 3 | 4]

As 10 Melhores

- 1ª Whirlpool Latin America
 - 2ª Volvo
 - 3ª Caterpillar
 - 4ª BV Financeira
 - 5ª Sama
 - 6ª Laboratório Sabin
 - 7ª Gazin
 - 8ª Eurofarma
 - 9ª Coelce
 - 10ª Dupont[®]
- + [Veja a LISTA COMPLETA](#)

