

Sumário

Lista de Siglas e Abreviaturas	XIII
Prefácio	XVII
<i>Eliane Lustosa</i>	
1. Introdução	1
2. Discussão teórica	7
2.1. Companhia aberta	7
2.2. Formulário de referência	10
2.3. Governança corporativa	19
2.4. Cultura empresarial	25
2.4.1. Estudos Culturais	25
2.4.2. Cultura Empresarial: a Cultura da Organização Empresarial.....	29
2.4.3. FR como discurso de Cultura Empresarial	38
2.4.4 Aspectos discursivos da “cultura de integridade”	40
2.4.5. Cultura de Resultados e a Meritocracia	43
2.4.6. Cultura Empresarial Tóxica	46
2.4.7. Aspectos Inaugurais de uma “Cultura Empresarial ESG”	50
2.5. Aprimoramentos feitos no formulário de referência.....	54
2.5.1. Aprimoramento Socioambiental no FR: atendendo o “ES” do ESG.....	55
2.5.2. Aprimoramento de Governança no FR: atendendo o “G” do ESG	61
3. Discussão metodológica	65
3.1 Considerações gerais	65
3.2. “Cultura empresarial” nos formulários de referência da população pesquisada.....	70

3.2.1. B2W Companhia Digital.....	71
3.2.2. Banco do Brasil S.A.	72
3.2.3. CCR S.A.....	72
3.2.4. Cielo S.A.....	73
3.2.5. Ecorodovias Infraestrutura e Logística S.A.	73
3.2.6. EDP – Energias do Brasil S.A.....	74
3.2.7. Engie Brasil Energia S.A.....	74
3.2.8. Fleury S.A.....	75
3.2.9. LOJAS RENNER S.A.	75
3.2.10. MRV Engenharia e Participações S.A.	75
3.2.11. Natura Cosméticos S.A.....	76
3.2.13. Tim Participações S.A.	77
3.2.14. WEG S.A.	77
3.3. “Cultura empresarial” nos relatos integrados da população pesquisada	78
3.3.1. B2W Companhia Digital.....	79
3.3.2. Banco Do Brasil S.A.	80
3.3.3. CCR S.A.....	81
3.3.4. CIELO S.A.....	83
3.3.5. Ecorodovias Infraestrutura e Logística S.A.	84
3.3.6. EDP – Energias do Brasil S.A.....	84
3.3.7. Engie Brasil Energia S.A.	86
3.3.8. Fleury S.A.....	88
3.3.9. Lojas Renner S.A.	88
3.3.10. MRV Engenharia e Participações S.A.	90
3.3.11. Natura Cosméticos S.A.....	91
3.3.12. Tim Participações S.A.	92
3.3.13. WEG S.A.....	93
3.4. “Cultura empresarial” no informe CBGC da população pesquisada	94
3.4.1. B2W Companhia Digital.....	95
3.4.2. Banco Do Brasil S.A.	96

3.4.3. CCR S.A.....	97
3.4.4. CIELO S.A.....	97
3.4.5. Ecorodovias Infraestrutura e Logística S.A.	98
3.4.6. EDP – Energias Do Brasil S.A.....	98
3.4.7. Engie Brasil Energia S.A.....	99
3.4.8. Fleury S.A.....	99
3.4.9. Lojas Renner S.A.	99
3.4.10. MRV Engenharia E Participações S.A.	100
3.4.11. Natura Cosméticos S.A.....	100
3.4.12. Tim Participações S.A.	100
3.4.13. WEG S.A.....	100
3.5. “Cultura empresarial” nos atuais modelos do FR e do informe CBGC.....	101
3.6. Considerações metodológicas finais	109
4. O produto: uma carta aberta sobre cultura empresarial.....	117
5. Considerações finais.....	129
Posfácio	133
<i>André Castro Carvalho</i>	
Referências bibliográficas	135