

enade2022

Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

QUESTÃO DISCURSIVA 01

TEXTO 1

A Fiocruz é uma instituição de ciência, saúde e educação, vinculada ao Ministério da Saúde, que completou 120 anos. Com várias ações de pesquisa, de desenvolvimento de tecnologias, de produção de vacinas e medicamentos, a Fiocruz se dedica a enfrentar grandes desafios sanitários. Seu trabalho é fundamental para pensarmos em um país com mais justiça e equidade.

Disponível em: <https://www.anped.org.br/News/sbpc-divulga-manifesto-em-defesa-da-educacao-da-ciencia-eda-democracia>.

Acesso em: 8 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Com a pandemia do novo coronavírus, intensificaram-se as dificuldades e limitações físicas, orçamentárias e estruturais para a pesquisa científica. Durante o período de isolamento social, com o fechamento das salas de aula e dos laboratórios, as universidades, com seus professores, acadêmicos e funcionários, precisaram se reinventar. O fazer ciência é um processo complexo que envolve pesquisadores, acadêmicos, estrutura física, horas de dedicação, testes, erros e acertos. Muitas vezes, é preciso também recomeçar, buscar novas metodologias, olhar o resultado por outro viés e reaprender a ler o que se descobriu. Por tudo isso, a pesquisa não é algo que se faz da noite para o dia, e produzi-la é ainda mais desafiador.

Disponível em: <https://www.upf.br>. Acesso em: 6 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 3

A tabela a seguir apresenta a variação do orçamento federal nos anos de 2020 e 2021.

Pasta	Orçamento Federal em 2021 (em bilhões de R\$)	Varição (2020 - 2021)
Agricultura	10,42	- 0,2%
Cidadania	103,9	+ 22,1%
Ciência, Tecnologia e Inovações	8,36	- 28,7%
Defesa	65,33	- 9,8%
Desenvolvimento Regional	10,68	+ 23,6%
Economia	569,49	- 4,6%
Educação	74,56	- 27,1%
Infraestrutura	17,29	- 8,1%
Justiça e Segurança Pública	11,46	- 11,7%

Meio Ambiente	2	- 25,1%
Minas e Energia	8,94	+ 44,2%
Mulher, Família e Direitos Humanos	0,52	+ 44,4%
Relações Exteriores	1,97	- 17,2%
Saúde	136,23	+ 4,8%
Turismo	1,73	- 5,5%

PLOA – PLN 28/2020, com as alterações do Congresso Nacional e Consultoria de Orçamento do Senado Federal. Agência Senado.

Com base nas informações dos textos e da tabela apresentados e considerando o contexto da pandemia de Covid-19, faça o que se pede nos itens a seguir.

- Discuta por que os investimentos públicos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento científico de um país. (valor: 5,0 pontos)
- Explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

a) O estudante deverá objetivamente recorrer a elementos presentes no texto e na tabela apresentada, considerando a realidade do baixo investimento em ciência, tecnologia e inovação, bem como em educação. Nesse sentido, espera-se que ele justifique a necessidade de investimento em ciência, tecnologia e educação recorrendo a pelo menos um dos seguintes exemplos:

- Investimento público em pesquisa e desenvolvimento por intermédio de universidades públicas e institutos de pesquisa.
- Pesquisas realizadas em outros países que possibilitaram acesso mais rápido às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil.
- Pesquisadores das universidades brasileiras como protagonistas nas orientações e informações a respeito da Covid-19, junto aos meios de comunicação.
- Desenvolvimento de equipamentos como máscaras e respiradores que foram alternativamente implementados e viabilizados por pesquisa e extensão universitárias.
- Bolsas de pesquisa e outros investimentos como elementos-chave para o desenvolvimento de pesquisa e extensão.

b) O estudante deverá objetivamente apresentar seu argumento, podendo fundamentar-se em aspectos como:

- O papel das universidades, em seu compromisso com a justiça social e equidade, implementado por meio do ensino, pesquisa e extensão.
- O investimento público em pesquisa, tecnologia e educação como garantia de acesso igualitário da população aos recursos de saúde, em contraponto ao investimento privado, com vistas à comercialização a partir de prioridades empresariais.
- A política pública de distribuição de vacinas gratuitas, por intermédio do Programa Nacional de Imunização (PNI), que possibilitou o acesso às vacinas para toda a população.
- As questões econômicas mundiais, que acabaram determinando uma distribuição desigual de recursos de saúde em escala global, com as superpotências econômicas retendo boa parte destes recursos.

QUESTÃO DISCURSIVA 02-----

O patriarcado (ou dominação masculina) é composto por diferentes estruturas que se conectam na reprodução das desvantagens e da vulnerabilidade das mulheres nas sociedades contemporâneas. A violência sexual é uma delas; a exclusão política é outra. Embora essas não esgotem todas as estruturas de dominação, são elas que, em conjunto com a divisão sexual do trabalho, são mais determinantes. Ambas se alimentam e, ao mesmo tempo, ativam estereótipos de gênero em que o feminino convencional está associado à domesticidade e à aceitação, pelas mulheres, da autoridade masculina.

Algumas farsas ocupam papel importante na justificação da violência contra as mulheres, tanto na violência da exclusão política quanto na sexual. Uma dessas farsas é a de que as mulheres não se interessam pela política. Nesse sentido, estaríamos diante da autoexclusão. A outra é que as mulheres seriam as culpadas pela violência sexual que sofrem sistematicamente. Aqui, o problema seria que elas estão onde não deveriam estar, se vestem como não deveriam, isto é, se comportam como se fossem livres.

BIROLI, F. Mulheres, política e violência. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br>. Acesso em: 18 jul. 2022 (adaptado).

Com base no texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Discorra sobre a relação entre o patriarcado estrutural e a desigualdade entre homens e mulheres. (valor: 5,0 pontos)
- b) Proponha duas ações do Estado para o enfrentamento dos diferentes tipos de violência contra a mulher. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

- a) O estudante deve considerar na sua análise o entendimento do patriarcado como um sistema de dominação e hierarquia masculina que se expressa em diferentes formas de desigualdade entre os sexos. No entendimento de patriarcado, pode-se explicitar sua dimensão estrutural, com base, por exemplo, na divisão sexual do trabalho, na desigualdade econômica entre homens e mulheres, na sub-representação das mulheres na política e em cargos de poder. O estudante deve ainda, ressaltar questões culturais, como a educação sexista e a mídia que coisificam a imagem das mulheres e naturalizam a desigualdade entre os sexos, de forma a considerar os homens como dominantes enquanto as mulheres são historicamente tidas como submissas e incapazes.
- b) Espera-se que o estudante aponte a importância do papel do Estado na implementação de mecanismos jurídicos e normativos voltados à proteção da mulher; políticas públicas (saúde, educação não sexista, assistência social, etc) serviços e equipamentos sociais (delegacias especializadas; defensoria pública especializada; casa abrigo; centro de referência, juizado especial) para o acolhimento e atendimento às mulheres vítimas de violência, bem como para a prevenção e enfrentamento às violências. Também pode ser destacada a importância de políticas de incentivo à qualificação profissional, fundamental para garantir atendimento adequado às mulheres, de forma a não revitimizá-las.

Também pode ser ressaltada a relação do Estado com as ONGs, conselhos de direitos, movimentos de mulheres e diferentes representações da sociedade civil para o enfrentamento e a desnaturalização da desigualdade, o que pode contribuir para criação de uma cultura que dissemine práticas não sexistas e defensoras da igualdade de gênero.

QUESTÃO DISCURSIVA 03-----

A Interbrand (Capital global de marcas) divulgou em outubro de 2021 o ranking que lista as 100 marcas com maior valor de mercado no mundo, o Best Global Brands 2021. O valor total da lista, que contempla 100 marcas, subiu para US\$ 2.6 trilhões (aumento de 15% na comparação com 2020). Segundo o CEO da Interbrand no Brasil, essa foi a maior taxa de crescimento nos últimos 22 anos do ranking Best Global Brands. O setor de tecnologia foi o maior responsável por esse crescimento, o que também o coloca como o setor mais valioso pelo valor médio das marcas, seguido por bebidas e artigos esportivos.

Disponível em: <https://www.abap.com.br/interbrand-divulga-as-marcas-mais-valiosas-de-2021>. Acesso em: 23 ago. 2022 (adaptado).

As marcas representam importantes elementos, por vezes o mais importante, para as empresas e seus negócios ao redor do mundo. No contexto das demonstrações financeiras, porém, para se reconhecer e mensurar uma marca, a empresa deve atentar ao que ditam as normas NBC TG – *Estrutura Conceitual* e NBC TG 04 (R4) – *Ativos Intangíveis*.

Com base nestas considerações e de acordo com o que determinam as normas citadas, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Discorra sobre uma razão pela qual a marca da empresa pode ser considerada um ativo. (valor: 4,0 pontos)
- b) Embora empresas como a Interbrand divulguem os valores de marcas mundialmente reconhecidas, nem sempre tais valores estão refletidos nas demonstrações financeiras. Argumente sobre critérios técnicos que impedem uma empresa de realizar o reconhecimento contábil da marca gerada internamente pelo valor divulgado por rankings, como o da Interbrand. (valor: 6,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

- a) A marca da empresa pode ser considerada um ativo, pois é um **recurso controlado** pela entidade, com potencial de geração de **benefício econômico** à organização. Entende-se por benefício econômico o potencial da marca em contribuir, direta ou indiretamente, para o fluxo de caixa da entidade.

O estudante poderá, ainda, mencionar os seguintes termos: recurso; controle; benefício futuro.

Um ativo, como a marca, deve ser reconhecido contabilmente no Balanço Patrimonial quando atender a dois critérios: (i) for provável que benefícios econômicos futuros dele provenientes fluirão para a entidade; (ii) seu custo ou valor puder ser mensurado com confiabilidade. O aspecto principal pelo qual uma marca gerada internamente não poderá ser reconhecida é que não há mensuração que ofereça segurança razoável para além do custo cartório, que é insignificante. Os valores indicados pelos *rankings* são altamente subjetivos para aquilo que é aceito pelas normas contábeis.

Acrescente-se que uma marca adquirida isoladamente ou por meio de uma combinação de negócios deve ser reconhecida como ativo, uma vez que os elementos todos estão presentes para tal reconhecimento.

- b) Em síntese, impedem o reconhecimento contábil de uma marca = dificuldade de realizar mensuração com segurança razoável: impossibilidade de mensurar o valor; incerteza quanto ao valor; impossibilidade de avaliar com precisão; subjetividade dos *rankings*.

QUESTÃO DISCURSIVA 04

Os valores que devem fazer parte da apuração do custo de bens, produtos, serviços ou atividades estão associados aos custos diretos e variáveis e indiretos e fixos. No método de custeamento por absorção, são utilizados todos os custos, sejam eles diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, para apuração do custo unitário do produto e serviços finais. Nesse método, quanto aos gastos indiretos fixos, que, por sua particularidade, não são identificáveis nos produtos e serviços finais, há a exigência de mecanismos que realizem a distribuição desses gastos aos produtos por meio de algum parâmetro de rateio a ser fixado. Um atributo importante do custeio por absorção é a valorização dos estoques industriais que deve obedecer aos critérios determinados pelas Normas Brasileiras de Contabilidade.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade de custos**: teoria, prática, integração com sistemas de informações (ERP).

São Paulo: Cengage Learning, 2015 (adaptado).

Para vender o produto A e o produto B, uma empresa de confecção apresenta as seguintes informações dos seus gastos e operações.

Informações dos produtos	Produto A	Produto B
Matéria-prima necessária (por unidade)	2 metros a R\$ 5,00 cada metro	1,5 metros a R\$ 8,00 o metro
Tempo necessário de mão de obra direta para produzir (por unidade)	2 horas a R\$ 20,00 por hora	2 horas a R\$ 24,00 por hora
Preço de venda	R\$ 120 por unidade	R\$ 110 por unidade
Quantidade produzida	100 unidades	150 unidades
Quantidade vendida	90 unidades	120 unidades

outras informações do período	
Custos indiretos no período	
Salários dos departamentos de apoio à produção	R\$ 1 000
Gastos dos departamentos de apoio à produção	R\$ 500
outros gastos consumidos	
Salários do departamento administrativo	R\$ 4 000
Gastos com o departamento comercial	R\$ 2 000
Comissões (% sobre a venda de cada produto)	10%

A base de rateio para os custos indiretos será a quantidade produzida de cada produto.

Considerando os dados apresentados e utilizando o custeio por absorção, faça o que se pede nos itens a seguir.

- Apresente o custo de produção unitário dos produtos A e B. (valor: 4,0 pontos)
- Apresente o custo de produção do período para a empresa como um todo (não é necessário demonstrar por produto). (valor: 1,0 ponto)
- Apresente o valor do estoque de produtos acabados dos produtos A e B ao final do período. (valor: 2,0 pontos)
- Apresente a demonstração do resultado do período para a empresa como um todo (não é necessário demonstrar por produto). (valor: 3,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

a) Para se obter o custo unitário da produção, deve-se calcular os custos diretos/variáveis de cada produto e ratear os custos indiretos dos produtos A e B. Após o rateio, deve-se dividir o valor dos custos indiretos/fixos pela quantidade de unidades produzidas de cada produto para, assim, identificar o custo unitário.

- **Produto A**

<u>Custos diretos/variáveis</u>		
Matéria-prima	2 metros x R\$ 5,00/m	= R\$ 10
Tempo gasto	2 horas x R\$ 20,00/h	= <u>R\$ 40</u>
TOTAL		R\$ 50,00

- **Produto B**

<u>Custos diretos/variáveis</u>		
Matéria-prima	1,5 metro x R\$ 8,00/m	= R\$ 12
Tempo gasto	2 horas x R\$ 22,00/h	= <u>R\$ 48</u>
TOTAL		R\$ 60,00

Rateio dos custos indiretos/fixos

Base de rateio: quantidade produzida de cada produto.

Produtos	Quantidade produzida	%	Custos indiretos/fixos (R\$)	Quantidade produzida	Custo indiretos/fixos por unidade (R\$)
A	100	40	600	100	6
B	150	60	900	150	6
	250	100	1 500*		

*O valor dos custos indiretos/fixos é a soma dos seguintes gastos:

Salários dos profissionais dos departamentos de apoio à produção: **R\$ 1 000 +**

Gastos dos departamentos de apoio à produção: **R\$ 500**

R\$ 1 500

Obtidos os valores dos custos diretos/variáveis e dos indiretos/fixos por unidade de cada produto, calcula-se o custo da produção de cada produto.

- **Produto A**

Custo de produção unitário = Custos diretos/variáveis/unid. + Custos indiretos/fixos/unidos.

Custo de produção unitário = R\$ 50 + R\$ 6

Custo de produção unitário = R\$ 56,00

- **Produto B**

Custo de produção unitário = Custos diretos/variáveis/unid. + Custos indiretos/fixos/unidos.

Custo de produção unitário = R\$ 60 + R\$ 6

Custo de produção unitário = R\$ 66,00

b) Calculados os custos unitários para cada produto, calcula-se o valor da produção do período somando-se o total dos custos de produção de todos os produtos da empresa para o volume total produzido.

- **Produto A**

Quantidade produzida = 100 unidades

Custo de produção unitário = R\$ 56,00

Custo de produção total = 100 x R\$ 56,00 = R\$ 5 600,00

- **Produto B**

Quantidade produzida = 150 unidades

Custo de produção unitário = R\$ 66,00

Custo de produção total = 150 x R\$ 66,00 = R\$ 9 900,00

Custo de produção do período = R\$ 5 600,00 + R\$ 9 900,00 = R\$ 15.500,00

c) Calculados os custos unitários para cada produto, calcula-se o valor dos produtos que ficaram em estoque.

Os valores em estoque são obtidos pela diferença da quantidade de unidades produzidas pela quantidade de unidades vendidas.

Quantidade em estoque = unidades produzidas – unidades vendidas

Logo após, calcula-se o valor do estoque multiplicando-se o custo unitário pela quantidade em estoque de cada produto.

- **Produto A**

Quantidade produzida = 100 unidades

Quantidade vendida = 90 unidades

Quantidade em estoque = unidades produzidas – unidades vendidas

Quantidade em estoque = 100 unid. – 90 unid.

Quantidade em estoque = 10 unidades

Valor do estoque de produtos acabados = quantidades em estoque x custo de produção unitário

Valor do estoque de produtos acabados = 10 unid. x R\$ 56,00

Valor do estoque de produtos acabados = R\$ 560,00

- **Produto B**

Quantidade produzida = 150 unidades

Quantidade vendida = 120 unidades

Quantidade em estoque = unidades produzidas – unidades vendidas

Quantidade em estoque = 150 unid. – 120 unid.

Quantidade em estoque = 30 unidades

Valor do estoque de produtos acabados = quantidades em estoque x custo de produção unitário

Valor do estoque de produtos acabados = 30 unid. x R\$ 66,00

Valor do estoque de produtos acabados = R\$ 1 980,00

d) Para apresentar a demonstração do resultado de cada produto, o estudante deverá atentar para o fato de que será necessário calcular o custo dos produtos vendidos (CPV), calcular o valor das comissões (10% sobre a venda) e somar os gastos nos departamentos administrativo e comercial.

Para o cálculo do CPV, será necessário calcular o custo total de venda de cada produto.

Pode-se somar o custo direto/variável unitário com o custo indireto/fixo por unidade e multiplicar pela quantidade vendida ou multiplicar o custo de produção unitário de cada produto (já calculado no item “a”) e multiplicar pelas unidades vendidas, como mostrado a seguir.

Produto A

CPV = (R\$ 50 + R\$ 6) x 90 unidades vendidas

CPV = R\$ 56 x 90 unid.

CPV = R\$ 5 040,00

ou

CPV = 56 x 90 unidades vendidas

CPV = R\$ 5 040,00

- **Produto B**

CPV = (R\$ 60 + R\$ 6) x 120 unidades vendidas

CPV = R\$ 66 x 120 unid.

CPV = R\$ 7.920,00

ou

CPV = 66 x 120 unidades vendidas

CPV = R\$ 7 920,00

Para se obter o valor da despesa com comissão, deve-se, primeiramente, saber o valor da receita de venda de cada produto. A seguir, obtêm-se as comissões calculando-se a taxa (10%) sobre os valores das receitas.

- **Produto A**

Receita de vendas = preço de venda x quantidade vendida

Receita de vendas = R\$ 90 x 120 unid.

Receita de vendas = R\$ 10 800

Comissão sobre as vendas = receita de vendas x 10%

Comissões sobre vendas = R\$ 10 800 x 10%

Comissões sobre vendas = R\$ 1 080,00

- **Produto B**

Receita de vendas = preço de venda x quantidade vendida

Receita de vendas = R\$ 120 x 110 unid.

Receita de vendas = R\$ 13 200,00

Comissão sobre as vendas = receita de venda x 10%

Comissões sobre vendas = R\$ 13 200 x 10%

Comissões sobre vendas = R\$ 1.320,00

Comissões totais = 1 080 + 1 320 = R\$ 2 400,00

As despesas do período são comuns aos dois produtos. Assim, utiliza-se o mesmo valor da despesa com salários dos profissionais do departamento administrativo e gastos com o departamento comercial para o período.

Salários do departamento administrativo: **R\$ 4 000,00**

Gastos com o departamento comercial: **R\$ 2 000,00**

Com os cálculos necessários já realizados e separados os gastos de despesas dos custos, pode-se apresentar as demonstrações do resultado do período dos dois produtos.

- **Produto A**

Receita de vendas	R\$ 10 800
(-) CPV	(R\$ 5 040)
Lucro bruto	R\$ 5.760,00
(-) Despesas	
Comissões	(R\$ 1 080)
Salários departamento administrativo	(R\$ 2 000)
Gastos departamento comercial	(R\$ 1 000)
Lucro líquido	R\$ 1 680,00

- **Produto B**

Receita de vendas	R\$ 13 200
(-) CPV	(R\$ 7 980)
Lucro bruto	R\$ 5 280
(-) Despesas	
Comissões	(R\$ 1 320)
Salários departamento administrativo	(R\$ 2 000)
Gastos departamento comercial	(R\$ 1 000)
Lucro líquido	R\$ 960,00

Total

Receita de vendas	R\$ 24 000
(-) CPV	(R\$ 12 960)
Lucro bruto	R\$ 11 040
(-) Despesas	
Comissões	(R\$ 2 400)
Salários departamento administrativo	(R\$ 4 000)
Gastos departamento comercial	(R\$ 2 000)
Lucro líquido	R\$ 2 640,00

QUESTÃO DISCURSIVA 05-----

O Relato Integrado focaliza a capacidade que a organização tem de gerar valor a curto, médio e longo prazo. O pensamento integrado considera a conectividade e a interdependência entre uma gama de fatores que afetam a capacidade de uma organização gerar valor ao longo do tempo, incluindo:

- os capitais utilizados ou afetados pela organização, bem como as interdependências críticas, inclusive as compensações (*trade-offs*) entre elas;
- a capacidade da organização de atender aos legítimos interesses e necessidades das principais partes interessadas (*stakeholders*);
- a forma como a organização ajusta seu modelo de negócios e sua estratégia ao seu ambiente externo, às oportunidades e aos riscos enfrentados;
- as atividades, o desempenho (financeiro e outros) e os resultados da organização em termos de capitais — passados, presentes e futuros.

Quanto mais esse pensamento integrado estiver enraizado nas atividades da organização, mais naturalmente a conectividade de informações fluirá para o relato corporativo, a análise e a tomada de decisões. Além disso, ele leva a uma melhor integração dos sistemas de informação que apoiam o relato e a comunicação interna e externa, incluindo a elaboração do Relato Integrado.

OCPC 9. Relato Integrado (2021). Disponível em: <http://static.cpc.aatb.com.br>.

Acesso em: 13 jun. 2022 (adaptado).

Com base nas informações do texto e no que estabelece a OCPC 9 (2021), que considera o conjunto de capitais (capital financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento, natural/ambiental), escolha e conceitue quatro dos capitais que devem ser evidenciados pelas organizações no Relato Integrado ou no Relatório de Sustentabilidade. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

A indicação de quaisquer quatro capitais listados a seguir corresponde à resposta adequada. Caso o estudante indique o capital social, ambiental e econômico-financeiro — como preconizam alguns modelos de relatórios de sustentabilidade —, também é possível considerar adequada a resposta.

Conforme o OCPC 09 (2021), os capitais apresentados no Relato Integrado são:

I **Capital financeiro (ou econômico-financeiro)**: abrange o conjunto de recursos disponíveis à organização para ser utilizado na produção de bens ou na prestação de serviços. É obtido por meio de recursos como dívidas (empréstimos e financiamentos), participações societárias e subvenções, ou gerado por meio de investimentos.

II **Capital manufaturado**: abrange os objetos físicos manufaturados (diferentes de objetos físicos naturais) disponíveis à organização para uso na produção de bens ou na prestação de serviços, incluindo-se prédios, equipamentos e infraestrutura (tais como estradas, portos, pontes e instalações para o tratamento de água e esgoto). O capital manufaturado é, muitas vezes, gerado por outras organizações, mas inclui ativos fabricados pela própria organização para venda, ou quando retidos para uso próprio.

III **Capital intelectual**: abrange os intangíveis organizacionais e baseados em conhecimento, incluindo-se propriedade intelectual (tais como patentes, direitos autorais, *softwares*, direitos e licenças) e "capital organizacional" (tais como conhecimento tácito, sistemas, procedimentos e protocolos).

IV **Capital humano**: abrange competências, habilidades e experiências das pessoas e suas motivações para inovar, incluindo-se o seu alinhamento e apoio à estrutura de governança, ao gerenciamento de riscos e aos valores éticos; a capacidade de entender, desenvolver e implementar a estratégia da organização; e a lealdade e a motivação para melhorar processos, bens e serviços, incluindo-se a capacidade de liderar, gerenciar e colaborar.

V **Capital social e de relacionamento (ou apenas social)**: abrange as instituições e os relacionamentos dentro e entre comunidades, grupos de partes interessadas (*stakeholders*) e outras redes, além da capacidade de compartilhar informações para melhorar o bem-estar individual e coletivo. O capital social e de relacionamento inclui os padrões compartilhados, bem como valores e comportamentos comuns; a relação com as principais partes interessadas; a confiança e o compromisso que uma organização protege e desenvolve com as partes interessadas externas; os intangíveis associados à marca e à reputação de uma organização; a licença social para a organização operar.

VI **Capital natural (ou ambiental)**: abrange todos os recursos ambientais renováveis e não renováveis e processos ambientais que fornecem bens ou serviços que apoiam a prosperidade passada, presente e futura da organização, o que inclui ar, água, terra, minerais e florestas, bem como biodiversidade e qualidade do ecossistema.